II

*(Actos cuja publicação não é uma condição da sua aplicabilidade)*

# COMISSÃO

## DECISÃO DA COMISSÃO

**de 10 de Outubro de 2001**

**que declara uma operação de concentração incompatível com o mercado comum nos termos do Regulamento (CEE) n.º 4064/89 do Conselho**

**(Processo COMP/M.2283 — Schneider/Legrand)**

*[notificada com o número C(2001) 3014]*

**(Apenas faz fé o texto em língua francesa)**

**(Texto relevante para efeitos do EEE)**

(2004/275/CE)

A COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS,

Tendo em conta o Tratado que institui a Comunidade Europeia,

Tendo em conta o acordo sobre o Espaço Económico Europeu e, nomeadamente, o seu artigo 57.º,

Tendo em conta o Regulamento (CEE) n.º 4064/89 do Conselho, de 21 de Dezembro de 1989, relativo ao controlo das operações de concentração de empresas [1], com a última redacção que lhe foi dada pelo Regulamento (CE) n.º 1310/97 do Conselho [2] e, nomeadamente, o n.º 3 do seu artigo 8.º,

Tendo em conta a decisão adoptada pela Comissão em 30 de Março de 2001 de dar início a um processo no presente caso,

Após ter dado às empresas interessadas a oportunidade de apresentarem as suas observações sobre as objecções formuladas pela Comissão,

Tendo em conta o parecer do Comité Consultivo em matéria de concentrações de empresas [3],

Tendo em conta o relatório final do Auditor em matéria de concorrência [4],

Considerando o seguinte:

(1) Em 16 de Fevereiro de 2001, a Comissão europeia recebeu uma notificação, nos termos do artigo 4.º do Regulamento (CEE) n.º 4064/89 do Conselho, de um projecto de concentração através do qual a empresa SCHNEIDER ELECTRIC adquire, na acepção do n.º 1, alínea b), do artigo 3.º do Regulamento (CEE) n.º 4064/89 (seguidamente designado «Regulamento das Concentrações»), o controlo do conjunto da empresa LEGRAND através de uma oferta pública de troca anunciada em 15 de Janeiro de 2001.

### I. AS PARTES NA OPERAÇÃO

(2) SCHNEIDER ELECTRIC (seguidamente designada «Schneider»), sociedade anónima de direito francês, empresa-mãe de um grupo que desenvolve actividades na produção e venda de produtos e sistemas nos sectores da distribuição eléctrica, do controlo industrial e da automatização. Exerce actividades a nível mundial.

(3) LEGRAND (seguidamente designada «Legrand»), sociedade anónima de direito francês, empresa-mãe de um grupo que desenvolve actividades na produção e venda de equipamentos eléctricos de instalações de baixa tensão. Exerce actividades a nível mundial.

[1] JO L 395 de 30.12.1989, p. 1; JO L 257 de 21.9.1990, p. 13 (rectificação).
[2] JO L 180 de 9.7.1997, p. 1; JO L 40 de 13.2.1998, p. 17 (rectificação).
[3] JO C 86 de 6.4.2004.
[4] JO C 86 de 6.4.2004.

## II. **A CONCENTRAÇÃO**

(4) A concentração consiste numa oferta pública de troca lançada pela Schneider relativamente à totalidade das acções da Legrand detidas pelo público. Consequentemente, a concentração constitui uma aquisição de controlo exclusivo, na acepção do n.º 1, alínea b) do artigo 3.º do Regulamento das Concentrações. A oferta pública de troca foi encerrada em 25 de Julho de 2001 e a Schneider Electric detém 98,1 % do capital da Legrand.

## III. **DIMENSÃO COMUNITÁRIA**

(5) As empresas em causa realizam um volume de negócios total a nível mundial superior a 5 000 milhões de euros ([5]) (Schneider: 8 750 milhões de euros; Legrand: 2 791 milhões de euros). Cada uma das empresas realiza um volume de negócios na Comunidade superior a 250 milhões de euros (Schneider: 4 095 milhões de euros; Legrand: 1 684 milhões de euros), mas nenhuma das empresas realiza mais de dois terços do seu volume de negócios num único Estado-Membro. Desta forma, a operação tem dimensão comunitária.

## IV. **ASPECTOS PROCESSUAIS**

(6) Após análise da notificação, a Comissão concluiu que a operação notificada é abrangida pelo âmbito de aplicação do Regulamento das Concentrações e suscita sérias dúvidas quanto à sua compatibilidade com o mercado comum e o acordo sobre o EEE. Consequentemente, por decisão de 30 de Março de 2001, a Comissão deu início ao processo nos termos do n.º1, alínea c), do artigo 6.º do Regulamento das Concentrações.

(7) A fim de poder examinar a operação notificada, a Comissão apresentou um pedido de informações à Schneider e à Legrand em 6 de Abril de 2001, nos termos do artigo 11.º do Regulamento das Concentrações. O prazo de resposta a este pedido terminou em 18 de Abril de 2001. No entanto, a Schneider e a Legrand não forneceram todas as informações solicitadas dentro do prazo fixado.

(8) Por conseguinte, a Comissão adoptou duas decisões, dirigidas à Schneider e à Legrand, nos termos do n.º 5 do artigo 11.º do Regulamento das Concentrações. Nos termos do n.º 4 do artigo 10.º do mesmo regulamento, o prazo para adoptar uma decisão nos termos do artigo 8.º do Regulamento das Concentrações ficou assim suspenso a partir de 6 de Abril de 2001 e até à data de recepção de todas as informações solicitadas pela Comissão, ou seja 25 de Junho de 2001.

(9) A Comissão dirigiu à Schneider uma comunicação de objecções, em 3 de Agosto de 2001. As partes responderam a esta comunicação de objecções através de um documento (seguidamente designado «Memorando de Resposta»), enviado em 16 de Agosto de 2001. Em 21 de Agosto de 2001 realizou-se uma audição.

## V. **COMPATIBILIDADE COM O MERCADO COMUM**

### A. *O SECTOR DO MATERIAL ELÉCTRICO DE BAIXA TENSÃO*

#### A.1 INTRODUÇÃO

(10) Os efeitos da operação far-se-ão principalmente sentir no sector do material eléctrico de baixa tensão, no qual são realizadas todas as vendas da Legrand e cerca de metade da actividade da Schneider.

(11) Este sector agrupa os equipamentos situados nos edifícios industriais, do sector terciário ou residenciais a jusante da sua ligação à rede de distribuição eléctrica de média tensão. Inclui o conjunto de equipamentos necessários à distribuição e à ligação da electricidade no edifício (tais como os quadros de distribuição, as canalizações e as caixas de derivação de cabos, as tomadas de corrente ou os interruptores), componentes de comunicação e de controlo (para a climatização, iluminação, etc.) e equipamentos relativos a certas aplicações no edifício, como sistemas de segurança e de protecção contra incêndio ou infracção.

(12) Mais precisamente, a presente operação dirá essencialmente respeito aos três conjuntos de actividades seguintes:

a) Os quadros de distribuição de baixa tensão, que se destinam essencialmente a distribuir energia eléctrica aos diferentes níveis da instalação (por exemplo, edifício, andar ou apartamento) e a proteger a instalação e o utilizador contra o risco de sobreintensidade e de curto-circuito.

([5]) Volume de negócios calculado nos termos do n.º 1 do artigo 5.º do regulamento relativo ao controlo das operações de concentrações e da comunicação da Comissão relativa ao cálculo do volume de negócios (JO C 66 de 2.3.1999, p. 25). Na medida em que estes dados dizem respeito a volumes de negócios relativos a um período anterior a 1.1.1999, são calculados com base nas taxas de câmbio médias do ecu e expressos em euros na base de um para um.

Estes quadros, principalmente compostos por um armário e componentes de protecção (como os disjuntores, os fusíveis ou os interruptores diferenciais), podem ser subdivididos em três categorias diferentes que correspondem aos diferentes níveis de distribuição eléctrica: i) os quadros gerais (para a ligação dos grandes edifícios do sector terciário ou industrial à rede de média tensão), ii) os quadros divisionários (normalmente utilizados a nível de um andar) e iii) os quadros terminais (empregues a nível do utilizador final que tem reduzidas necessidades de energia, como o residente de um apartamento);

b) Os suportes para cabos e as canalizações pré-fabricadas que servem de suporte para o transporte dos cabos eléctricos no subsolo, na conduta técnica ou no tecto falso de um edifício;

c) Os equipamentos eléctricos situados a jusante do quadro de distribuição terminal que agrupam seis categorias de produtos: i) e a aparelhagem «ultra-terminal», que constitui a parte terminal da instalação eléctrica (tomadas, interruptores, etc.); ii) os sistemas de controlo, que controlam uma aplicação específica (por exemplo aquecimento) numa zona específica de um edifício; iii) os sistemas de protecção, que asseguram a segurança dos bens e das pessoas (sistemas de alarme, detecção de incêndio, iluminação de segurança, etc.); iv) os conectores informáticos para sistemas de comunicação (conectores informáticos, armários de comutação, etc.); v) os materiais de fixação e de derivação que permitem a derivação, a fixação e a ligação das instalações a jusante dos quadros terminais; e vi) as componentes da instalação de cabos no exterior (calhas, caixas ou colunas).

(13) A operação notificada produzirá também efeitos noutros tipos de produtos de utilização industrial, nomeadamente os auxiliares de controlo e de sinalização, igualmente denominados «comandos industriais» e os equipamentos de alimentação e de transformação eléctrica.

(14) As partes propõem que este sector seja segmentado da forma a seguir apresentada que servirá subsequentemente de ponto de partida, na presente decisão, para a definição dos mercados relevantes:

*Quadro 1*

| Segmento | | Designação | Produtos |
|---|---|---|---|
| Segmento 1 | | Quadros gerais de baixa tensão | Elementos de armários, disjuntores, fusíveis, etc. |
| Segmento 2 | | Quadros divisionários | Elementos de armários, disjuntores, fusíveis, etc. |
| Segmento 3 | | Suportes para cabos e canalizações pré-fabricadas | Suportes para cabos e canalizações pré-fabricadas |
| Segmento 4 | | Quadros terminais | Elementos de armários, disjuntores, fusíveis, interruptores e disjuntores diferenciais, etc. |
| Segmento 5 | Segmento 5A | Equipamentos eléctricos a jusante do quadro terminal | Sistemas de aparelhagem «ultra-terminal»<br>Sistemas de controlo<br>Sistemas de segurança e de protecção<br>Componentes para sistemas de redes de comunicação |
| | Segmento 5B | Acessórios de instalação repartida | Caixas de derivação, material de fixação e material para ligação a jusante do quadro terminal e a montante da aparelhagem de instalação |
| | Segmento 5C | Encaminhamento no ambiente | Caixas, calhas de parede, colunas, etc. |
| Componentes industriais | | Produtos de transformação e de alimentação<br>Auxiliares de controlo e de sinalização | Equipamentos destinados a assegurar a alimentação eléctrica em corrente alterna ou em corrente contínua de equipamentos industriais<br>Aparelhos de conexão destinados a assegurar o comando de um equipamento industrial |

A.2 APRESENTAÇÃO DO SECTOR

A.2.1 ***Os intervenientes***

(15) Na oferta e procura dos equipamentos em causa podem encontrar-se seis tipos de intervenientes distintos: os fabricantes, os grossistas, os técnicos de quadros, os instaladores, os responsáveis técnicos (arquitectos, empresas de engenharia, etc.) e os clientes finais.

A.2.2 ***Os fabricantes de material eléctrico de baixa tensão***

(16) Os fabricantes de material eléctrico são grupos industriais que desenvolvem e produzem os equipamentos em causa. Segundo uma segmentação utilizada ([6]) internamente pela Schneider, podem-se distinguir três tipos distintos de intervenientes: os «mega-intervenientes», os «dilemas», e os «maduros».

(17) A Schneider caracteriza principalmente os grandes grupos internacionais (ou «mega-intervenientes») pela sua dimensão, a sua carteira diversificada de produtos e a sua capacidade de iniciar grandes movimentos de reposicionamento das suas actividades. Para além da Schneider, os grandes grupos que figuram nesta categoria a nível mundial são a ABB, a Siemens, a General Electric, a Tyco, a Matsushita e a Emerson. Apenas quatro destes grupos detêm actividades significativas no sector do material eléctrico de baixa tensão na Europa. Trata-se da Schneider, da ABB, da Siemens e da GE, que dispõem todas de uma ampla carteira de produtos de baixa tensão e desenvolvem actividades significativas no sector dos materiais eléctricos de média tensão ou de alta tensão. Será igualmente conveniente realçar que a ABB, a Siemens e a GE, estão de certo modo integradas verticalmente e detêm actividades de instalador de materiais eléctricos e/ou de técnico de quadros. A Emerson está principalmente presente nos Estados Unidos, a Matsushita está praticamente ausente da Europa e a Tyco apenas está presente na Europa nalguns nichos dos equipamentos situados a jusante dos quadros terminais e dos suportes para cabos.

(18) Segundo a Schneider, os «dilemas» […]* (*) são empresas mais especializadas, principalmente posicionadas em sectores cíclicos […]* e que se encontram numa fase passageira de não crescimento. Estas empresas caracterizam-se igualmente por importantes alterações nas suas carteiras de actividades, e não conseguiram constituir um grupo coerente, o que se traduziu por uma redução significativa do seu valor na bolsa.

(19) Quanto aos «maduros» […]*, trata-se de empresas de dimensão mais pequena e especializadas em materiais de baixa tensão. Detêm normalmente uma carteira de actividades maduras que evolui pouco, mas beneficiam de um crescimento do seu volume de negócios que se mantém significativa graças às aquisições externas. Este tipo de descrição adapta-se igualmente à […]*.

(20) A segmentação procedente é essencialmente efectuada com base na dimensão e na diversidade da carteira de produtos, o que corresponde à visão comercial e estratégica da Schneider. Contudo, aplica-se igualmente à diversificação mais ou menos internacional das empresas em questão. Os «mega-intervenientes», nomeadamente a Schneider, a ABB e a Siemens, estão normalmente presentes num elevado número de Estados-Membros, enquanto as actividades de certos «maduros» se limitam, na maior parte dos casos, a um reduzido número de territórios. Desta forma, […]* intervém principalmente em França, na Alemanha, nos Países Baixos e em Portugal, enquanto […]* realiza mais de metade do seu volume de negócios na Alemanha e […]* desenvolve as suas actividades essencialmente em Itália.

(21) Para resumir o que precede, as actividades dos principais fabricantes podem ser resumidas no quadro seguinte (*** = uma ampla carteira de produtos vendidos na maioria dos Estados-Membros, ** = lacunas na carteira ou na cobertura, * = fortes lacunas na carteira e na cobertura):

([6]) «Evolução do posicionamento estratégico dos nossos principais concorrentes».

(*) Algumas passagens do presente documento foram suprimidas a fim de não publicar informações confidenciais; figuram entre parênteses rectos e são indicadas com um asterisco.

*Quadro 2*

| Nome | Quadros gerais | Quadros divisionários | Suportes para cabos e canalização pré-fabricada | Quadros terminais | Equipamentos a jusante do quadro terminal |
|---|---|---|---|---|---|
| Schneider | *** | *** | *** | *** | ** |
| Legrand | | ** | * | *** | *** |
| ABB | *** | *** | * | *** | ** |
| Siemens | *** | *** | | ** | * |
| GE | *** | *** | | ** | * |
| Hager | | ** | * | *** | * |
| Moeller | ** | ** | ** | ** | * |
| Gewiss | | * | | * | * |

A.2.3 ***Os grossistas***

(22) Os grossistas são distribuidores de proximidade que oferecem toda a gama dos materiais necessários aos instaladores e aos técnicos de quadros para realizar uma instalação eléctrica.

Tal como as partes indicam, asseguram uma função de repartição capilar dos produtos e de logística, mas também de combinação de produtos e por vezes, no que se refere a certos produtos e a certos clientes (nomeadamente os instaladores de pequenas dimensões), de financiamento para a aquisição de produtos ou mesmo de aconselhamento técnico. São os grossistas que compram directamente aos fabricantes.

(23) As relações entre os grossistas e os distribuidores são regidas por contratos que têm normalmente a duração de um ano, mas que são renováveis. Estes contratos são negociados a diversos níveis geográficos (essencialmente local e nacional) e de produtos. Normalmente, prevêem descontos por linhas de produto relativamente ao preço de catálogo dos fabricantes. Estes descontos são proporcionais ao volume de vendas dos produtos em causa. Para além desta primeira linha de descontos, os contratos com os grossistas prevêem reduções suplementares que se destinam a proporcionar incentivos (sendo por exemplo progressivos) para desenvolver uma determinada linha de produtos ou para desenvolver as vendas gerais dos produtos do fabricante em questão. Estas reduções são calculadas no final do período. Pode acontecer que os acordos de distribuição integrem um acordo global a nível europeu, mas estes últimos são normalmente de âmbito geral e não incluem disposições financeiras.

(24) O seu papel e a sua importância na cadeia logística variam significativamente em função do tipo de material. Os dados fornecidos pelas partes, confirmados pelo inquérito da Comissão, revelam que os grossistas estão praticamente ausentes das vendas de produtos destinados aos quadros gerais, mas que intervêm em cerca de 80 % das vendas de materiais para os quadros divisionários e para os suportes para cabos, e na quase totalidade (mais de 90 %) das vendas de dispositivos para os quadros terminais e para equipamentos situados a jusante do quadro terminal.

(25) Afigura-se que estas diferenças se podem principalmente explicar pelo facto de os instaladores terem normalmente tendência para efectuar a maior parte das suas aquisições junto dos grossistas e que, em contrapartida, os grandes clientes industriais e os grandes técnicos de quadros se dirigem na maior parte dos casos directamente aos fabricantes. No que se refere aos produtos (componentes para quadros divisionários, componentes para quadros terminais, suportes para cabos e canalizações pré-fabricadas, ou seja, equipamentos situados a jusante do quadro terminal) principalmente adquiridos pelos instaladores ou pelos técnicos de quadros de pequena e média dimensão, os fabricantes vendem normalmente a maior parte da sua produção através dos grossistas. Em contrapartida, os produtos normalmente adquiridos pelos grandes clientes industriais ou pelos grandes técnicos de quadros, como as componentes para quadros gerais, são normalmente fornecidos directamente pelos fabricantes.

(26) O inquérito da Comissão revela igualmente que a dimensão e o nível de concentração dos grossistas podem flutuar significativamente consoante o Estado-Membro. Desta forma, a distribuição está fortemente

concentrada em França em redor dos grupos Rexel e Sonepar, mas parece estar muito mais atomizada em Espanha e em Portugal. Segundo os documentos internos ([7]) das partes, estas diferenças estruturais têm consequências a nível do comportamento dos grossistas nos países em causa. Por conseguinte, afigura-se que nos países em que os grossistas estão mais atomizados, como em Portugal, a concorrência entre grossistas provoca uma guerra de preços que se repercute a nível dos fabricantes.

A.2.4 ***Os técnicos de quadros***

(27) Os técnicos de quadros são os profissionais que montam os diferentes elementos de um quadro de distribuição eléctrica num edifício. Na prática, asseguram quatro funções: i) o estudo e a adaptação do quadro às necessidades específicas de cada caso, ii) o fornecimento e a montagem das partes constitutivas do quadro (elementos do armário, disjuntores, fusíveis, etc.), iii) a ligação do quadro e iv) a verificação do bom funcionamento do conjunto. Entregam subsequentemente os armários prontos para utilização ao instalador que os colocará nas instalações do cliente final. Na prática, os técnicos de quadros intervêm principalmente nos quadros gerais e nos quadros divisionários. Os quadros terminais, mais simples, são normalmente adaptados e montados directamente pelo instalador.

(28) A dimensão e o número dos técnicos de quadros varia em função da potência (e consequentemente da complexidade da instalação) em causa. Desta forma, segundo as partes, a França conta com cerca de 3 000 técnicos de quadros capazes de montar quadros de menos de 630 amperes, mas apenas 300 para os quadros até 1 600 amperes. Por outro lado, alguns técnicos de quadros podem estar integrados verticalmente. Por exemplo, certos fabricantes como a ABB e a Siemens dispõem dos seus próprios técnicos de quadros em certos países. Da mesma forma, certos técnicos de quadros podem, além disso, fabricar ou alterar certos elementos conexos do quadro (como as barras de suporte ou as chapas de protecção), ou mesmo intervir directamente a nível da instalação.

(29) Por último, convém realçar que os grandes técnicos de quadros, que trabalham em situações complexas (como os quadros gerais), se abastecem na maior parte dos casos directamente junto dos fabricantes, enquanto os técnicos de quadros de média e pequena dimensão, que intervêm essencialmente nos quadros divisionários, adquirem normalmente as suas componentes junto dos grossistas. Por razões logísticas, as aquisições realizadas pelos grandes técnicos de quadros directamente junto dos fabricantes podem por vezes transitar pelos grossistas (que neste caso apenas asseguram esta função logística).

(30) Por último, os técnicos de quadros podem receber uma homologação por parte dos fabricantes. Ao emitir esta homologação, o fabricante certifica a capacidade técnica do técnico de quadros para utilizar os seus produtos. Na maior parte dos casos, um técnico de quadros é homologado apenas por um fabricante que será, consequentemente, o seu fornecedor principal.

A.2.5 ***Os instaladores***

(31) Os instaladores são profissionais que asseguram a instalação dos materiais eléctricos de baixa tensão nas instalações do cliente final. São também eles que escolhem na maior parte dos casos a gama e a marca dos materiais, com excepção das componentes para grandes quadros de distribuição eléctrica que são escolhidos pelos técnicos de quadros ou pelos responsáveis técnicos e das componentes «visíveis» (tomadas, interruptores, etc.) que são normalmente escolhidos pelo responsável técnico no que se refere aos grandes edifícios do sector terciário ou residenciais ou em articulação com o cliente final, no que se refere aos pequenos edifícios residenciais.

(32) Esta categoria está relativamente atomizada e é heterogénea, uma vez que agrupa um grande número de intervenientes (mais de 30 000 em França) que vão desde o artesão que trabalha sozinho, até empresas de mais de 10 empregados com um gabinete de estudos. Apesar disso, e tal como acontece com os técnicos de quadros, as partes consideram que se pode normalmente estabelecer uma relação entre a dimensão da empresa e a complexidade da instalação. Deste forma, os pequenos instaladores intervêm normalmente a nível dos quadros terminais e dos equipamentos ultra-terminais (tomadas, interruptores, etc.) nos pequenos edifícios. Por exemplo, as partes explicam que no caso dos quadros terminais, uma vez que são menos técnicos que os quadros divisionários, «trata-se normalmente de empresas de 2 ou 3 pessoas, ou seja, o patrão com um trabalhador e/ou um aprendiz. Normalmente é a esposa que faz as encomendas junto do distribuidor. Por razões de disponibilidade e de facilidade de montagem, adquirem o conjunto [do quadro junto de uma mesma marca]*» ([8]). Os instaladores de dimensões médias (3 a 10 empregados) são normalmente utilizados para projectos que incluem quadros divisionários. Os instaladores de maiores dimensões (10 empregados ou mais) concentram as suas actividades nos quadros gerais. Os grandes instaladores podem além disso ser equiparados a técnicos de quadros.

(33) Tal como foi referido acima, os instaladores abastece-se quase exclusivamente junto dos seus grossistas locais.

([7]) Legrand, Planos a Médio Prazo.

([8]) Mensagem das partes de 25 de Julho de 2001.

Além disso, deverá realçar-se que os instaladores mantêm normalmente existências de produtos muito reduzidas. Os grossistas podem acrescentar às suas funções clássicas de logística prestações de financiamento (normalmente, o instalador apenas é pago após a recepção da instalação). Afigura-se também que, num número cada vez maior de casos, os instaladores podem solicitar aos seus grossistas serviços de aconselhamento técnico, ou mesmo de projectista, nomeadamente para a realização de sistemas complexos.

(34) Os instaladores recorrem também cada vez mais a *softwares* de auxílio à concepção de instalação eléctrica que lhes são fornecidos, a título gratuito ou contra pagamento, pelos fabricantes. Estes *softwares* permitem que os instaladores ganhem tempo na concepção da instalação e na escolha dos produtos e são específicos a cada fabricante. O inquérito da Comissão revelou que, na prática, os instaladores apenas utilizem um ou dois *softwares* de fabricantes diferentes, devido ao tempo, e consequentemente ao custo, que necessitam de investir para dominarem a sua utilização. A difusão destes *softwares* tem assim por objectivo e por efeito reforçar a fidelidade dos instaladores aos produtos de um determinado fabricante.

A.2.6 ***Os responsáveis técnicos***

(35) Os responsáveis técnicos são os arquitectos, os gabinetes de estudos, as empresas de construção e obras públicas ou os promotores imobiliários responsáveis por projectos em que serão instalados os materiais eléctricos. Apenas intervêm normalmente em projectos de dimensão importante (tanto industriais ou do sector terciário, como residenciais), e não adquirem eles próprios os produtos. Todavia, ao definirem as especificações técnicas da instalação (e por vezes a marca dos produtos) podem mesmo desempenhar uma função de projectista.

A.2.7 ***Os clientes***

(36) Os clientes finais são as pessoas ou as empresas proprietárias do edifício em que o material eléctrico será instalado. De acordo com uma segmentação tradicionalmente utilizada no sector (nomeadamente pela Schneider e pela Legrand), os clientes finais podem ser divididos em duas grandes categorias: as aplicações industriais, por um lado, e a construção, por outro. O sector da construção é por vezes também subdividido em empresas do sector terciário e em clientes residenciais.

(37) Com excepção de certos componentes especificamente destinados a uma utilização industrial (como os auxiliares de controlo e de sinalização ou os transformadores e produtos de alimentação), um determinado material eléctrico de baixa tensão (por exemplo um disjuntor) poderá ser utilizado de forma idêntica pelas duas categorias de clientes. É o que acontece nomeadamente com as componentes de distribuição eléctrica, os suportes para cabos e a maioria dos sistemas de instalação repartida.

(38) Todavia, existem diferenças significativas entre projectos industriais e projectos do sector da construção. Em especial, os projectos no sector da construção dizem essencialmente respeito a instalações de pequena dimensão, que necessitam de potências eléctricas relativamente moderadas (nível divisionário ou terminal). Além disso, para este tipo de projectos, o cliente final e os projectistas apenas desempenham um papel significativo a nível da escolha da gama e da marca no que diz respeito aos materiais «visíveis» (tomadas, interruptores, instalação no exterior, etc.). A escolha da marca e da gama dos outros materiais (componentes para os quadros, suportes para cabos, etc.) é normalmente efectuado pelo instalador ou, se for caso disso, pelo técnico de quadros.

(39) Em contrapartida, os projectos industriais implicam na maior parte dos casos potências elevadas (do tipo das distribuídas pelos quadros gerais). Além disso, estes projectos não se limitam necessariamente à simples distribuição ou repartição da energia eléctrica, mas podem incluir igualmente equipamentos específicos do tipo automatismos, sistemas de controlos dos procedimentos, etc. Por último, o peso do cliente final ou dos responsáveis técnicos na escolha da marca dos equipamentos é mais importante neste caso.

(40) O perímetro dos equipamentos fornecidos para as aplicações industriais pode, por conseguinte, ser diferente do que corresponde às aplicações do sector terciário ou residencial. O tipo de procura (potência, valor do contrato), que provém destes clientes industriais pode também ultrapassar significativamente o de um contrato médio no sector da construção e aproximar-se dos contratos de maiores dimensões deste tipo.

(41) Segue-se que, na maioria dos contratos industriais e dos grandes contratos do sector da construção, os fabricantes vendem directamente os materiais eléctricos em causa, quer ao cliente final (no que se refere às grandes instalações industriais), quer aos grandes técnicos de quadros. A situação difere assim da dos contratos tradicionais no sector da construção, onde as vendas passam normalmente pelos grossistas. Por outro lado, os contratos neste sector são mais previsíveis, em menor número, (e, segundo os documentos internos ([9]) da Schneider, […]* do que para a maioria dos casos no sector da

([9]) Documento Schneider (resposta à questão 316): «Developping switchboard business»,

construção). Por último, as especificações podem ser redigidas de forma distinta e, por exemplo, insistir mais na utilização de normas comunitárias do que em determinadas normas ou hábitos de instalação nacionais.

(42) Na prática, resulta do que precede que, embora os fabricantes estejam normalmente presentes em todos os segmentos, a sua reputação e a sua posição concorrencial podem variar significativamente consoante os tipos de aplicação. Desta forma, a Legrand tem uma reputação de excelência no sector residencial, enquanto a Siemens e a ABB parecem estar tradicionalmente mais orientadas para os clientes industriais.

A.3 IMPORTÂNCIA DAS NORMAS

(43) Uma vez que se trata de produtos que se destinam a entrar em contacto com a corrente eléctrica, as diferentes categorias de material eléctrico de baixa tensão estão sujeitas a regras que devem assegurar que a sua utilização não põe em perigo a vida e a saúde das pessoas ou a integridade dos bens. Estas regras têm consequências para a forma de concepção dos produtos. Além disso, na medida em que existem variações nas normas aplicáveis no interior do EEE, estas regras têm também consequências a nível das possibilidades de comercialização destes produtos nos diferentes Estados-Membros.

(44) É conveniente estabelecer uma distinção entre as diversas categorias de regras e normas:

A.3.1 ***A Directiva «baixa tensão»***

(45) Em primeiro lugar, existem regras e normas de carácter obrigatório. Trata-se neste caso sobretudo da Directiva 1973/23/CEE do Conselho de 19 Fevereiro 1973 relativa à harmonização das legislações dos Estados-Membros no domínio do material eléctrico destinado a ser utilizado dentro de certos limites de tensão ([10]) (Directiva «baixa tensão»), das directivas subsequentes e da legislação dos Estados-Membros adoptada para transpor estas directivas para o direito nacional.

(46) A Directiva «baixa tensão» não contém regras precisas quanto ao fabrico dos produtos, limitando-se a prescrever o nível de segurança que estes produtos devem atingir («exigências essenciais») a fim de poderem circular livremente no EEE. Deixa, na sequência de um mandato da Comissão, aos organismos europeus de normalização, como o Comité Europeu para a Normalização Electrotécnica (CENELEC), a tarefa de adoptar normas europeias harmonizadas, que não têm força jurídica, mas que garantem aos fabricantes e utilizadores, através de uma presunção legal, que os produtos que observam estas normas cumprem as exigências legais.

([10]) JO L 77 de 26.3.1973, p. 29-33.

A.3.2 ***Normas de produto provenientes dos organismos de normalização***

(47) Para além das normas europeias harmonizadas, relacionadas com a legislação europeia e que apresentam pormenorizadamente as exigências essenciais das directivas, existem outras normas adoptadas por diferentes organismos de normalização a nível internacional, europeu e nacional, como a Comissão Electrotécnica Internacional (CEI), o CENELEC, a Union technique de l'électricité (UTE) em França, a Deutsche Elektrotechnische Kommission im DIN und VDE (DKE) na Alemanha, etc. Estas normas e padrões estabelecem igualmente regras precisas em matéria de fabrico dos produtos em causa. O respeito destas normas e padrões não é também obrigatório juridicamente.

(48) Os principais interessados (fabricantes, utilizadores, etc.) estão representados no âmbito dos organismos de normalização. A CEI é a federação dos organismos nacionais a nível internacional e o CENELEC a fundação a nível europeu. No âmbito destes dois organismos existem comités e subcomités técnicos para as diversas categorias de produtos, que são compostos de delegações dos comités e subcomités correspondentes dos organismos nacionais. Apenas os presidentes e os secretários de cada comité e subcomité são nomeados por um período fixo. Os membros das delegações dos organismos nacionais são designados de forma ad hoc para uma única reunião ou série de reuniões. Os fabricantes tentam normalmente estar representados nos comités que tratam dos produtos que fabricam, a fim de participarem no processo de normalização. Desta forma, uma presença internacional constitui uma vantagem porque permite a participação a múltiplos níveis. As partes consagram todas recursos substanciais para participarem nos trabalhos de normalização.

(49) As normas CENELEC são normalmente (em 80 % dos casos ([11])) adoptadas na sequência da elaboração de uma norma pela CEI, e seguem as normas CEI por vezes com algumas adaptações. As normas CENELEC são vinculativas para os organismos nacionais de normalização. Devem ser adoptadas como normas nacionais sem alterações, e as normas nacionais que não sejam conformes às normas Cenelec pertinentes devem ser abolidas ([12]).

([11]) www.cenelec.org/Info/about.htm.
([12]) www.dke.de/en/wir/normung.

(50) As partes consideram que existem normas europeias harmonizadas para a grande maioria dos produtos que integram o material de distribuição eléctrica. No entanto, o processo de harmonização das normas na Europa não está ainda terminado. São numerosos os produtos que são abrangidos por normas europeias que não harmonizam a totalidade das suas características. Por exemplo, não foi feito qualquer esforço de harmonização no que se refere à calibragem das tomadas eléctricas.

A.3.3 ***Regras e hábitos de instalação***

(51) As regras e hábitos de instalação não dizem respeito ao fabrico dos próprios produtos, mas à forma como devem ser ligados à rede (por exemplo, quanto ao regime do neutro), o que tem muitas vezes repercussões para a configuração do próprio produto. Trata-se normalmente de regras fixadas pelos organismos de normalização (CEI, Cenelec ou organismos nacionais). São por vezes estabelecidas pelas autoridades públicas (por exemplo, o decreto francês de 2 de Outubro de 1978 relacionado com os estabelecimentos que recebem público, que contém certas regras relativas à iluminação de segurança ([13])). Por último, pode tratar-se de simples hábitos ou tradições seguidas pelos instaladores num determinado país ou região. Estes hábitos de instalação, embora não tenham qualquer força obrigatória, obrigam de facto os fabricantes a construírem os produtos de uma forma determinada se os pretendem comercializar com êxito nesse países.

(52) Entre as regras e os hábitos de instalação, é também necessário citar os projectos de certas empresas. Por exemplo, as empresas de distribuição de energia eléctrica, estipulam regras no que se refere ao material destinado a ser ligado à rede pública de electricidade. Estas regras, que são também de facto vinculativas para os fabricantes de material eléctrico, podem ter um âmbito de aplicação nacional, como é o caso da Electricité de France (EDF), ou ser aplicadas a nível regional, ou mesmo local, como acontece com determinadas empresas regionais de distribuição de electricidade na Alemanha ou na Áustria.

A.3.4 ***A marca «CE» e as marcas de qualidade nacionais***

(53) Existem dois tipos de marcas: a marca «CE» e as marcas de qualidade nacionais.

(54) A marca «CE» deve, por força das directivas comunitárias, ser aposta obrigatoriamente em todos os produtos abrangidos pela Directiva «baixa tensão». É aposta no produto sob responsabilidade exclusiva do fabricante que declara, assim, que o produto está em conformidade com às exigências da directiva. Estas exigências dizem respeito às características dos produtos, bem como aos procedimentos de avaliação da conformidade que devem ser aplicados antes da sua comercialização. Os fabricantes podem utilizar normas, designadas «harmonizadas», para demonstrar a conformidade dos seus produtos com as exigências essenciais das directivas, enquanto os procedimentos previstos podem necessitar da intervenção de um organismo terceiro. A marca «CE» assegura assim em termos jurídicos, a livre circulação de produtos no EEE.

(55) As marcas de qualidade (tal como a marca «NF» em França, a marca «VDE» na Alemanha ou a marca «CEBEC» na Bélgica) são concedidas por um organismo de certificação independente a pedido do fabricante na sequência de testes efectuados por um laboratório reconhecido e do pagamento de um encargo. A marca de qualidade certifica a conformidade do produto com as normas (internacionais, europeias ou nacionais) aplicáveis.

(56) A obtenção da marca de qualidade não é geralmente obrigatória. Existem contudo excepções a esta regra. Por exemplo, em França, é obrigatório obter a marca de qualidade francesa para os sistemas de iluminação de segurança. Mesmo que não exista uma obrigação jurídica para que os fabricantes obtenham a marca de qualidade de um país para aí comercializar os seus produtos, a obtenção da marca de qualidade constitui um imperativo comercial. Os instaladores e os clientes finais exigem-na frequentemente, uma vez que a marca de qualidade em questão lhes garante que os produtos que a detêm são seguros e fiáveis. Trata-se de um aspecto particularmente importante no que se refere aos materiais eléctricos que, se se revelarem defeituosos, podem provocar acidentes graves. A confiança nas marcas nacionais é além disso reforçada pelo facto de, contrariamente à marca «CE», serem concedidas por organismos independentes.

(57) A importância relativa da marca «CE» e da marca de qualidade para os instaladores e os consumidores reflecte-se na sua disposição e na sua visibilidade nos produtos eléctricos. Quando as duas marcas estão apostas num produto, a marca de qualidade é valorizada pelo fabricante, enquanto a marca «CE» é normalmente muito menos visível. Desta forma, no caso dos disjuntores, a marca de qualidade é aposta na parte frontal do produto e tem normalmente cores vivas. A marca «CE» é normal-

([13]) Resposta das partes de 21 de Junho de 2001, pergunta 187.

mente aposta numa face lateral do produto e a sua cor confunde-se na maior parte das vezes com a cor do produto.

(58) A relevância das marcas nacionais de qualidade para os consumidores é resumida pela Arnould, filial da Legrand, da seguinte forma: ([14])

«A marca NF resulta de um compromisso voluntário do fabricante que opta por submeter os seus produtos a um rigoroso processo de certificação. **A marca NF constitui uma prova de conformidade com as normas francesas e europeias**. É concedida por um organismo independente de certificação com base em testes completos dos produtos e de auditorias das instalações de fabrico. É mantida mediante controlos regulares satisfatórios. **A marca NF garante muito mais do que a segurança. Garante a fiabilidade e a qualidade dos materiais eléctricos**. Concretamente, a utilização de materiais eléctricos com a marca NF é garante do bom funcionamento da sua instalação.»

(59) A Legrand fornece, no seu catálogo de produtos para 2000, as explicações seguintes no que se refere à marca «CE»: ([15])

«A marca CE surge nos produtos eléctricos e/ou electrónicos Legrand ou nas suas embalagens. Foi tornada obrigatória através das directivas do Conselho das Comunidades Europeias. […]* A marca CE não pode, em caso algum, substituir uma marca de qualidade. Em França, permite que os inspectores das alfândegas e da repressão das fraudes (DGCCRF) autorizem as livre circulação de todos os produtos com a marca CE. O fabricante deve colocar a marca CE nos seus produtos ou nas suas embalagens, sob sua exclusiva responsabilidade. A sua produção não é sujeita a qualquer controlo de conformidade por um organismo terceiro (conformidade com as normas nacionais e internacionais de segurança e de desempenho).»

(60) Da mesma forma, o CEBEC, organismo belga de certificação, explica: ([16])

«O direito belga e europeu estabelecem a conformidade dos produtos com as directivas comunitárias, e consequentemente, a marca CE. Todos os produtos deverão conter a marca CE, e os produtos que não a possuem não estão autorizados a ser comercializados no mercado. Desta forma, a marca CE permite unicamente que os produtos sejam comercializados e não contém qualquer informação suplementar […]*.

Muitas directivas aplicáveis aos produtos eléctricos utilizam um módulo de apreciação de conformidade sem qualquer intervenção de um laboratório independente ou de um organismo reconhecido. A marca CE é apenas uma declaração de um fabricante de que as exigências essenciais estão preenchidas.

A marca CEBEC expressa a contínua conformidade com as normas de segurança internacionais, confirmada por um organismo de certificação independente e reputado.

Os consumidores continuarão a exigir produtos eléctricos acompanhados de uma certificação independente. A indústria de equipamento e de instalação necessita da contínua conformidade com as normas internacionais. A marca CE não a garante; em contrapartida a marca CEBEC garante esta conformidade.»

(61) Os organismos nacionais de certificação são também, na maior parte dos Estados-Membros, os organismos responsáveis pela normalização dos produtos. Nalguns países (Alemanha e Reino Unido, por exemplo), existem diversos organismos de certificação.

(62) Nos termos de uma convenção celebrada entre as maioria dos organismos membros do Cenelec, o «Cenelec Certification Agreement (CCA)», qualquer produto a que tenha sido concedida a marca de qualidade de um organismo membro pode receber a marca de qualidade emitida por qualquer outro organismo mediante simples pedido, contra pagamento de um encargo reduzido e sem que seja necessária uma nova série de testes. Contudo, continua a existir uma marca de qualidade diferente em cada Estado-Membro do EEE e os produtos eléctricos têm a marca de qualidade nacional do Estado onde são comercializados.

A.4 FUNCIONAMENTO DO SECTOR

A.4.1 ***Descrição da cadeia vertical***

(63) A cadeia que liga todos estes intervenientes pode ser resumida da seguinte forma. A procura provém do cliente final, que confia a definição da instalação eléctrica quer a um instalador quer, para projectos de grande dimensão, a um responsável técnico. Uma vez definido o esquema da instalação eléctrica, o material eléctrico é normalmente escolhido, adquirido e colocado por um instalador, que se abastece geralmente junto de

([14]) Catálogo geral de 2001, p. 319 (letras em negrito no original).
([15]) Catálogo 2000, p. 800.
([16]) www.cebec.be/leaflets/cebec.html.

um grossista local, que pode ser uma filial de um grossista de dimensão internacional. Os diferentes fabricantes de material eléctrico (como a Schneider ou a Legrand) fornecem por sua vez os produtos ao grossista.

(64) Quando a instalação inclui quadros de distribuição, estes devem estar especificamente adaptados às necessidades do cliente. Esta adaptação é feita determinando o tipo, o número e as características dos diferentes equipamentos (disjuntores, fusíveis, interruptores diferenciais) que entram na composição dos quadros. Tal como foi referido acima, a adaptação e a montagem dos quadros terminais são normalmente efectuadas directamente pelo instalador, porque estes produtos são relativamente simples. Em contrapartida, esta operação é mais complexa no caso dos quadros gerais e dos quadros divisionários, devendo neste caso ser realizada por um especialista, o técnico de quadros. Neste caso, são os técnicos de quadros que escolhem e adquirem as diferentes componentes, quer junto dos grossistas quer, quando têm uma maior dimensão, directamente junto dos fabricantes.

(65) Para completar, será conveniente por último referir que os fabricantes podem por vezes vender directamente os seus produtos a certos clientes finais (como certos produtores de máquinas ou de aparelhos que utilizam material eléctrico de baixa tensão, por exemplo tomadas de corrente ou auxiliares de controlo e de sinalização). Além disso, certos clientes finais efectuam eles próprios a colocação e a escolha do respectivo material eléctrico, que adquirem normalmente nas grandes superfícies ou nas lojas de bricolage. Contudo, estas vendas são mínimas e não põem em causa a descrição geral precedente.

### A.4.2 *Importância dos instaladores e dos técnicos de quadros*

(66) Como foi referido supra, o cliente final e os responsáveis técnicos apenas desempenham um papel significativo na escolha dos materiais «visíveis» (tomadas, interruptores, instalações no exterior, etc.), relativamente aos quais, segundo os documentos internos ([17]) da Legrand, os principais critérios de selecção são «a estética e a funcionalidade».

(67) As componentes dos quadros gerais e dos quadros divisionários são normalmente escolhidas e adquiridas directamente pelo técnico de quadros. Os outros materiais em causa (componentes para quadros terminais, suportes para cabos, etc.) são escolhidos pelo instalador.

(68) Desta forma, os instaladores (e, em menor grau os técnicos de quadros) desempenham um papel preponderante na escolha dos materiais eléctricos em causa. Como indica a Legrand ([18]), «a procura dos produtos da Legrand é principalmente determinada pela medida em que os electricistas e os responsáveis técnicos exigem os produtos da Legrand junto dos grossistas».

(69) Atrair esta população constitui assim um dos elementos fundamentais da concorrência entre fabricantes de material eléctrico. Esta necessidade é ainda reforçada pelo facto de os instaladores e os técnicos de quadros de dimensão média serem normalmente fiéis à marca que têm o hábito de utilizar.

### A.4.3 *Importância dos grossistas*

(70) Tal como foi referido acima, os instaladores e técnicos de quadros de pequena ou média dimensão abastecem-se junto dos grossistas instalados nas proximidades do local da sua actividade. Apenas os grandes clientes industriais ou os técnicos de quadros de grande dimensão (presentes no sector dos quadros gerais), podem ter interesse em adquirir os seus produtos directamente junto de um dos fabricantes.

(71) Existe assim uma significativa diferença entre os grandes projectos (ou projectos que implicam grandes potências), relativamente aos quais os fabricantes venderão directamente os seus produtos aos clientes finais e aos grandes técnicos de quadros e instaladores, e as outras instalações, em que os grossistas constituem um intermediário obrigatório entre fabricantes e instaladores (ou técnicos de quadros). Tal como foi referido supra, os grossistas não intervêm nas vendas de componentes para quadros gerais, mas representam entre 80 % e 90 % das vendas dos outros tipos de material eléctrico.

(72) Consequentemente, o acesso aos grossistas constitui um factor de êxito extremamente importante para os fabricantes de outro material eléctrico que não as componentes para quadros gerais. Assim, será importante salientar que, segundo as partes, os fabricantes não têm todos, forçosamente, acesso aos mesmos grossistas. Desta forma, os fabricantes mais importantes trabalham preferencialmente com grandes grupos internacionais (como a Rexel, a Sonepar ou a Hagemayer em França), enquanto os concorrentes de menores dimensões têm uma pre-

([17]) Documento da Legrand, «Síntese PMT de Julho de 2000».

([18]) Legrand, Formulário 20-F SEC.

sença mais regional e trabalham preferencialmente com grossistas de menores dimensões.

A.4.4 ***Critérios de escolha***

(73) Decorre do que precede que a posição concorrencial dos diferentes fabricantes será em grande parte determinada i) pela sua capacidade de fidelizar os instaladores e os fabricantes de quadros e, por conseguinte, de satisfazer as suas expectativas; e ii) pelo seu acesso aos grossistas, pelo menos no que se refere aos Estados-Membros em que estão suficientemente implantados.

(74) Ora, os relatórios de certos analistas ([19]), confirmados por documentos da Legrand ([20]), indicam que os principais critérios de escolha dos instaladores são i) a qualidade e a segurança dos materiais ii) a facilidade de colocação (que reduz o tempo de instalação do instalador e portanto os seus custos), iii) a adequação aos gostos e normas locais e iv) a disponibilidade dos produtos a longo prazo (o que permite a troca normalizada de componentes defeituosos e evita a procura de novos fabricantes para cada caso).

(75) Os resultados do inquérito realizado pela Comissão confirmam a importância destes factores. Revelam igualmente que a qualidade e a segurança dos produtos parecem constituir exigências essenciais, sem as quais o fabricante não pode esperar vender os seus produtos. Mostram, por último, que a ponderação dos diferentes critérios de escolha pode variar entre instaladores e técnicos de quadros. A disponibilidade imediata dos produtos será assim determinante para os instaladores, que não mantêm existências, mas desempenhará um papel menos importante para os técnicos de quadros. Da mesma forma, os técnicos de quadros parecem consagrar um papel menos importante à marca do que os instaladores.

(76) Os resultados do inquérito da Comissão confirmam igualmente que o preço não parece constituir o critério fundamental da escolha para os instaladores na maior parte dos Estados-Membros. Este facto explicar-se-ia porque i) o material eléctrico apenas representa uma parte relativamente modesta (em geral, da ordem dos 20 %) do contrato confiado aos instaladores, sendo o restante essencialmente proveniente do custo da mão-de-obra; ii) o instalador (tal como o responsável técnico ou o técnico de quadros) tem normalmente tendência para privilegiar a segurança e a qualidade da instalação (por questões de responsabilidade, para evitar ter de voltar ao local, etc.); e iii) uma diferença de preços poderá ser amplamente compensada por outros factores, nomeadamente o tempo de colocação (tendo em conta a importância dos custos de mão-de-obra no montante total do contrato, um ganho de 10 % no tempo de colocação seria assim mais rentável para o instalador que um desconto de 10 % no preço do material).

(77) Estas critérios de escolha explicam, aliás, em larga medida, a fidelidade dos instaladores e dos técnicos de quadros às marcas. Como indica um fabricante ([21]), «a atitude dos intervenientes nesta cadeia é muito conservadora. É evidente que razões relacionadas com a qualidade, a segurança e os problemas de responsabilidade civil constituem fortes motivações para comprar marcas conhecidas». Por outro lado, os instaladores e os técnicos de quadros têm fortes incentivos para utilizar produtos de uma marca ou de um número reduzido de marcas, uma vez que tal lhes assegura um melhor conhecimento dos produtos e, em última análise, ganhos de tempo substanciais na sua instalação e portanto ganhos a nível da mão-de-obra.

(78) Os critérios de escolha dos grossistas devem, evidentemente, seguir os dos seus clientes, ou seja, os instaladores e os técnicos de quadros. Contudo, vêm juntar-se alguns factores mais específicos aos grossistas. Em especial, as partes indicam que os grossistas têm tendência para reduzir o número de fornecedores e de marcas que distribuem para cada categoria de produtos, por razões de custo, de armazenagem, de funcionamento informático, de formação técnica e comercial dos empregados, etc. Esta situação favorece normalmente os fabricantes que dispõem das marcas mais implantadas no mercado e os fabricantes que dispõem de uma ampla carteira de produtos.

A.5 CONCLUSÃO

(79) Para resumir o que precede, os materiais eléctricos de baixa tensão são utilizados em três tipos de aplicações, as instalações industriais, os edifícios do sector terciário e os edifícios residenciais. No que se refere aos contratos industriais e aos grandes contratos do sector da construção, que implicam grandes potências e, consequentemente, a definição de quadros gerais, os equipamentos são normalmente escolhidos por um responsável técnico ou por um grande técnico de quadros, e directamente entregues junto dos fabricantes. No que se refere aos outros contratos, a maioria dos equipamentos é directamente escolhida e comprada por um instalador ou um técnico de quadros (através de um grossista local), e o cliente final apenas intervém, normalmente, no que se refere aos produtos «visíveis», baseando-se em considerações de estética e, eventualmente, de funcionalidade.

([19]) Relatório Crédit Suisse First Boston sobre a Legrand (11 de Setembro de 2000), relatório Willliams de Broë sobre a Schneider (4 de Janeiro de 2000).

([20]) Legrand, Formulário 20-F SEC.

([21]) Hager, resposta ao questionário, fase I.

(80) Se exceptuarmos os quadros gerais, a problemática principal dos fabricantes consiste assim, por um lado, em obter uma referenciação suficiente junto dos grossistas e, por outro, em convencer os instaladores e os técnicos de quadros a escolherem os seus produtos, nomeadamente em função da reputação das suas marcas, da dimensão das suas gamas e da sua disponibilidade imediata.

(81) Os instaladores são sensíveis à segurança e à fiabilidade dos produtos, à sua disponibilidade e facilidade de colocação, o que os torna normalmente fiéis a uma determinada marca. Os grossistas seguem os desejos dos seus clientes (instaladores e técnicos de quadros), e procuram, por outro lado, fornecedores que disponham das gamas de produtos mais amplas possíveis.

(82) A concorrência entre fabricantes incide assim principalmente a nível das marcas, através das quais os fabricantes tentam diferenciar-se dos seus concorrentes e fidelizar os instaladores e os técnicos de quadros. Os fabricantes pretendem igualmente obter as gamas de produtos mais amplas possíveis, o que constitui uma necessidade no caso dos quadros de distribuição eléctrica, e uma vantagem significativa nos outros tipos de componentes.

(83) Estas características, comuns ao conjunto dos mercados de produtos abrangidos pela operação, criam significativas barreiras à entrada (acesso aos grossistas, constituição de uma marca e de uma gama ampla) e a diversificação é normalmente conseguida através de crescimento externo (aquisições). De forma geral, os mercados têm tendência para se tornarem cada vez mais concentrados.

B. *DEFINIÇÃO DOS MERCADOS RELEVANTES*

B.1 QUADROS DE DISTRIBUIÇÃO ELÉCTRICA

(84) A presente secção diz respeito à análise dos efeitos da operação sobre os quadros de distribuição eléctrica, ou seja, os quadros gerais de baixa tensão, os quadros divisionários e os quadros terminais. A Schneider e a Legrand estão ambas presentes no mercado dos quadros divisionários e dos quadros terminais. A Schneider está também presente a nível dos quadros gerais.

B.1.1 ***Organização das instalações de distribuição eléctrica***

(85) A distribuição de electricidade num edifício (edifício residencial, edifício do sector terciário, fábrica, etc.) é realizada através de diversos níveis sucessivos de equipamentos, que permitem encaminhar a electricidade do ponto de ligação à rede eléctrica exterior para os diferentes aparelhos eléctricos utilizados no edifício.

(86) Um sistema de distribuição eléctrica de baixa tensão articula-se assim em torno de diversos níveis de quadros de distribuição, que formam uma cascata que vai desde o quadro geral (ou de um quadro divisionário nas instalações de menores dimensões) até aos quadros terminais. A jusante, encontramos equipamentos ultra-terminais, como as tomadas ou os interruptores, que estão ligados aos quadros através de cabos e de materiais de derivação.

(87) A distribuição da energia eléctrica, bem como a protecção da instalação eléctrica e/ou das pessoas, é realizada nos quadros de distribuição eléctrica que correspondem, assim, aos principais nós da rede. Dois quadros que pertencem a dois níveis consecutivos da instalação estão ligados entre si por cabos eléctricos. À medida que nos afastamos do ponto de ligação à rede externa, a intensidade eléctrica que circula nos cabos e nos quadros eléctricos diminui. O quadro geral corresponde assim ao ponto da instalação onde circula a mais forte intensidade eléctrica. A intensidade que circula nos quadros divisionários, seguidamente nos terminais e por último nos equipamentos ultra-terminais é cada vez menos importante. O esquema apresentado no anexo 1 mostra a organização típica de uma instalação de distribuição eléctrica de baixa tensão e a posição que nela ocupam os diferentes equipamentos supra descritos.

B.1.2 ***Escolha das componentes***

(88) Para assegurar as suas funções de protecção, os quadros eléctricos são constituídos por diferentes componentes, integradas num armário (em chapa de aço ou em plástico). Estas componentes incluem os disjuntores, os fusíveis (para a protecção das instalações), os diferenciais (para a protecção das pessoas) e diversos outros elementos.

(89) O tipo, o número e a dimensão destas componentes dependem essencialmente do nível de distribuição em causa e do tipo de equipamentos a jusante. Desta forma, os quadros gerais de distribuição contêm essencialmente disjuntores de forte intensidade e disjuntores em caixa moldada. Os quadros divisionários de distribuição contêm principalmente caixas moldadas e disjuntores minia-

tura. Por último, os quadros de distribuição terminal contêm disjuntores miniatura e interruptores diferenciais.

(90) Na prática, cada quadro de distribuição deverá ser especificamente concebido para dar resposta às necessidades únicas da instalação que deverá proteger (ditadas pela geografia dos locais e pela sua utilização). O seu dimensionamento dependerá das características da instalação eléctrica a jusante (potência eléctrica, número de circuitos gerados, etc.). Desta forma, cada quadro constituirá uma solução única e a combinação das componentes que integra poderá variar substancialmente em função do contrato. Os dados fornecidos pela Schneider ([22]) sugerem assim que uma determinada componente de quadro terminal (mesmo uma das mais vendidas) é normalmente utilizada em menos de um quadro em cada cinco.

(91) Os quadros gerais de distribuição de baixa tensão situam-se a jusante do ponto de ligação à rede eléctrica de média tensão, geralmente logo após um posto de transformação. Os quadros gerais destinam-se a controlar a distribuição da electricidade principalmente nos grandes edifícios do sector terciário (mais de 5 000 $m^2$). Os quadros divisionários destinam-se a controlar a distribuição da electricidade a nível de um andar de um grande edifício do sector terciário e situam-se assim, no âmbito do sistema de distribuição eléctrica, a jusante de um quadro geral. Os quadros de distribuição terminal constituem o último nível de protecção e de gestão de um sistema de distribuição eléctrica. Este tipo de quadro é normalmente situado a nível de uma habitação individual ou de um pequeno conjunto de escritórios. Contrariamente aos quadros de maior capacidade (quadros gerais e quadros divisionários), os quadros de distribuição terminal estão normalmente instalados em locais acessíveis a não profissionais e devem assim preencher normas de protecção mais exigentes que os outros quadros de distribuição.

(92) Os quadros gerais de distribuição de baixa tensão são normalmente constituídos por i) disjuntores de forte intensidade, cuja intensidade nominal varia entre 630 e 6 300 amperes; ii) disjuntores em caixa moldada, cuja intensidade nominal varia entre 400 a 1 600 amperes; iii) fusíveis (400 a 1 600 amperes), iv) armários e elementos de armários e v) cabos.

(93) Os quadros divisionários de distribuição de baixa tensão são essencialmente constituídos por i) disjuntores em caixa moldada de intensidade nominal compreendida entre 100 e 250 amperes; ii) disjuntores miniatura cuja intensidade nominal se eleva a um máximo de 125 amperes; iii) fusíveis; iv) armários e elementos de armários, geralmente metálicos; e v) cabos.

(94) Por último, os quadros terminais são essencialmente constituídos por i) disjuntores miniatura; ii) protecções diferenciais; iii) fusíveis; iv) uma caixa (geralmente em plástico), análoga ao armário existente para o caso dos quadros divisionários. Umas das suas particularidades consiste no facto de a fixação ao quadro eléctrico ser feita através de encaixe em suportes DIN (por conseguinte normalizados).

(95) Os preços (não incluindo a instalação e a mão-de-obra) destes diferentes quadros são compostos pelos seguintes elementos:

*Quadro 3*

| Designação | Quadros Gerais | Quadros Divisionários | Quadros Terminais |
|---|---|---|---|
| Disjuntores de forte intensidade | 17,5 % | | |
| Disjuntores em caixa moldada e fusíveis | 32,5 % | 18,4 % | |
| Disjuntores miniatura e fusíveis | | 40,5 % | 43 % |
| Protecção diferencial | | | 29 % |
| Armário e elementos de quadro (ou caixas) | 24,4 % | 17,6 % | 21 % |
| Cabos | 18,6 % | 17,5 % | |
| Diversos | 7 % | 6 % | 7 % |
| TOTAL | 100 % | 100 % | 100 % |

(96) Este quadro revela que nem todas as componentes têm a mesma importância num determinado quadro. Em especial, afigura-se que os disjuntores (e, nalguns casos, os diferenciais) desempenham muitas vezes um papel fundamental na escolha do fabricante, uma vez que são estas componentes que praticamente asseguram o desempenho e o essencial (entre 50 % e 70 %) do valor do quadro.

(97) Os números que se seguem apresentam o papel e a utilização de cada tipo de componente activo (disjuntores, protecções diferenciais, etc.), bem como os parâmetros que determinam a selecção do tipo e desempenho de cada uma destas componentes, tendo em conta a sua integração num quadro de distribuição eléctrica.

([22]) Schneider, resposta à pergunta 109.

**Dois tipos de protecção, para fazer face a dois tipos de riscos**

(98) O tipo de produtos (disjuntores, fusíveis, diferenciais, etc.) utilizado depende, antes do mais, do tipo de protecção que deverá ser assegurado pelo quadro. Na prática, estabelece-se uma distinção entre dois tipos de protecção: por um lado, a protecção dos bens, dos equipamentos e da própria instalação eléctrica (nomeadamente contra os riscos de incêndio e de aquecimento, em caso de excesso de intensidade ([23]) eléctrica ou de curto-circuito); e, por outro lado, a protecção dos indivíduos (contra o risco de electrocussão, resultante de uma fuga de corrente provocada por um contacto acidental entre um condutor sob tensão e o utilizador).

*Protecção da rede: disjunctores ou fusíveis*

(99) A protecção contra o excesso de intensidade e os curto-circuitos é assegurada quer através de disjuntores, quer através de fusíveis. Estes dois tipos de componentes cortam a corrente em caso de excesso de intensidade ou de curto-circuito, e asseguram assim a mesma função de protecção. Contudo, não funcionam da mesma forma. Os disjuntores são dispositivos electromecânicos que cortam a corrente disparando um interruptor. Os fusíveis cortam a corrente através da ruptura do condutor provocada pelo aquecimento resultante do aumento anormal de intensidade eléctrica que o atravessa.

(100) A tecnologia dos disjuntores e dos fusíveis é por conseguinte diferente. Além disso, após ter sido eliminada a origem do excesso de intensidade ou do curto-circuito, o fusível deverá substituído (uma vez que derreteu para cortar a corrente), enquanto um disjuntor deverá simplesmente ser rearmada (ou seja, o interruptor do disjuntor deverá voltar à posição de funcionamento normal).

*Protecção das pessoas: diferenciais ou disjuntores*

(101) O risco de electrocussão pode resultar quer de um contacto directo do utilizador com um condutor sob tensão (condutor de «fase»), quer de um contacto indirecto. O contacto indirecto acontece quando o utilizador toca numa parte de um aparelho eléctrico que ficou ela própria acidentalmente em contacto com um condutor sob tensão.

(102) No caso de um contacto directo entre uma pessoa e um condutor sob tensão, existe o risco de a corrente eléctrica atravessar o corpo dessa pessoa. A gravidade do risco depende tanto da intensidade da corrente que atravessa o corpo, como do tempo durante o qual a pessoa está exposta a essa corrente. Quanto mais importante for a intensidade, menor deverá ser o tempo máximo de passagem da corrente pelo corpo.

(103) Para proteger o utilizador contra este risco de electrocussão, utilizam-se dispositivos que detectam a fuga de corrente (que corresponde à corrente que passa através do corpo do utilizador em caso de contacto acidental directo com um condutor sob tensão) e que cortam a alimentação eléctrica num prazo muito curto (geralmente menos de 0,1 segundo). Tais dispositivos são designados «protecções diferenciais». O princípio destes dispositivos consiste em medir a diferença entre a intensidade eléctrica que entra e a intensidade eléctrica que sai de uma instalação. Numa situação normal, esta diferença é nula. Em caso de contacto acidental de uma pessoa com um condutor sob tensão, verifica-se uma fuga de corrente através do corpo da pessoa. Esta fuga, que corresponde a uma diferença entre a corrente de entrada e a corrente de saída da instalação, é detectada pelo equipamento de protecção diferencial que corta automaticamente a alimentação eléctrica para proteger a pessoa.

(104) Numa instalação eléctrica de baixa tensão, a utilização de protecções diferenciais de alta sensibilidade constitui o principal meio de protecção das pessoas contra as consequências de um contacto acidental directo com um condutor sob tensão, independentemente do regime de neutro utilizado. A protecção diferencial constitui assim um elemento essencial para a segurança das pessoas. Contudo, não é obrigatório nas mesmas condições em todos os Estados-Membros.

(105) Tal como referido supra, o risco de electrocussão pode também resultar de um contacto acidental indirecto. É o

([23]) A potência eléctrica de um equipamento e de uma instalação depende de dois parâmetros: a intensidade da corrente eléctrica (que caracteriza o débito das cargas eléctricas que circulam no condutor em causa), medida em amperes (A); e a tensão eléctrica (que determina a força que assegura a deslocação das cargas eléctricas e, assim, a criação da corrente eléctrica), medida em volt (V). Um excesso de intensidade corresponde a uma circulação de corrente eléctrica superior aquela para que o circuito eléctrico em causa foi concebido (por exemplo, se a instalação a jusante requer mais potência que o previsto). Tem como consequência o aquecimento dos condutores eléctricos, que pode levar à ruptura da instalação ou mesmo a um incêndio. Um curto-circuito corresponde a uma fuga de corrente eléctrica na instalação. Esta fuga pode, por exemplo, ser provocada pelo contacto acidental entre uma pessoa e um cabo sob tensão: neste caso, a pessoa estabelecerá uma ligação eléctrica entre o cabo (em que toca) e o solo (sobre o qual se encontra). A tensão existente entre o cabo e o solo vai então criar uma corrente eléctrica (de fuga), que vai circular entre o cabo sob tensão e o solo, através da pessoa.

que se produz quando um fio sob tensão no interior de um equipamento entra acidentalmente em contacto com uma parte externa do equipamento, em que, normalmente, o utilizador pode tocar sem perigo. Quando o utilizador toca no equipamento eléctrico (por exemplo um forno), pode estar em contacto com a tensão eléctrica transmitida indirectamente pelo equipamento.

(106) Neste segundo caso (contacto acidental indirecto), a protecção do utilizador encontra-se principalmente na «ligação à terra», ou seja, o estabelecimento de uma ligação eléctrica entre a terra e o equipamento eléctrico em causa, de certas partes da instalação eléctrica e/ou de certos equipamentos.

(107) A forma de realizar esta ligação à terra implica, quer a utilização de protecções diferenciais (como no caso de um contacto directo), quer a utilização de disjuntores. A escolha depende do «regime de neutro», ou seja, da forma como as massas eléctricas ([24]) e o condutor do neutro ([25]) estão ligados à terra.

**A importância dos regimes de neutro**

(108) Distinguem-se três regimes de neutros, segundo o modo de conexão das massas eléctricas e do condutor do neutro à terra. Estes regimes são designados por duas letras, correspondendo a primeira ao modo de ligação à terra do condutor do neutro e a segunda ao modo de ligação à terra das massas eléctricas: «TT» (massas eléctricas e neutro directamente ligados à terra), «TN» (massas eléctricas ligadas ao neutro, que está por seu turno ligado directamente à terra) e «IT» (neutro ligado à terra através de uma impedância, massas eléctricas directamente ligadas à terra). Notemos por último que existem duas variantes do regime TN: «TNC» (em que um único condutor é simultaneamente condutor do neutro e condutor de protecção) e «TNS» (em que o condutor do neutro é distinto do condutor de protecção).

(109) Em caso de fuga de corrente (por defeito de isolamento ou colocação em contacto acidental com um condutor sob tensão) o regime de neutro tem uma importância fundamental, uma vez que determina a intensidade da corrente de fuga («corrente de defeito») e, por conseguinte, a potência do choque recebido pela pessoa. Desta forma, o regime TT conduz a correntes de defeito que podem atingir diversos amperes ou dezenas de amperes. O regime TN pode conduzir a correntes de defeito da ordem de diversas centenas (ou mesmo milhares) de amperes, uma vez que neste regime, uma fuga de corrente provoca imediatamente um curto-circuito entre uma fase ([26]) e o condutor do neutro. Por último, no regime IT, a corrente de defeito é fraca (algumas dezenas de miliamperes) uma vez que está limitada pela impedância da ligação neutro-terra.

(110) Esta situação tem consequências importantes para a concepção da instalação de distribuição eléctrica.

(111) Em regime TT, um defeito de isolamento ou um contacto acidental de uma fase com uma massa eléctrica conduz a uma fuga de corrente através da tomada de terra da instalação. A massa eléctrica (ou seja, a parte externa de um equipamento eléctrico que o utilizador pode normalmente tocar) encontra-se nesse caso sob tensão. Para proteger o utilizador do risco de electrocussão provocada por um contacto acidental com a massa (electrocussão por contacto indirecto), é necessário detectar a fuga de corrente através da tomada de terra e cortar a alimentação eléctrica muito rapidamente. É a função da «protecção diferencial» descrita acima. O regime TT implica assim, imperativamente, a utilização de uma protecção diferencial para proteger as pessoas contra o risco de electrocussão por contacto indirecto. A sensibilidade da protecção diferencial utilizada no regime TT para proteger as pessoas contra os contactos indirectos varia geralmente entre 30 miliamperes (alta sensibilidade) e 300 ou 500 miliamperes (sensibilidade média).

(112) Em regime TN, um defeito de isolamento ou um contacto acidental de uma fase com uma massa eléctrica não conduz verdadeiramente a uma «fuga de corrente», mas a um curto-circuito (entre fase e neutro). Circula assim uma corrente muito importante no condutor do neutro. A protecção do utilizador contra o risco de electrocussão por contacto indirecto está neste caso principalmente assegurada por disjuntores (e não por protecções diferenciais, excepto em regime TNS) com um fraco limiar de disparo (por forma a que o disparo intervenha rapidamente). Eventualmente, podem também utilizar-se fusíveis em vez de disjuntores.

(113) Por último, em regime IT, tal como indicado anteriormente, a corrente de fuga em caso de defeito de isolamento ou de contacto acidental de uma fase com uma massa eléctrica é fraca, não sendo necessário o corte da alimentação eléctrica. O regime IT assegura assim a continuidade da alimentação eléctrica em caso de um primeiro defeito. Constitui o regime de neutro privilegiado nas aplicações (hospitais, aeroportos, etc.) que exigem

([24]) Ou seja, a parte dos equipamentos eléctricos com a qual o utilizador pode entrar em contacto sem perigo em situação normal.

([25]) Condutor que normalmente não está sob tensão. O condutor do neutro distingue-se dos condutores das «fases» que estão sob tensão. Em corrente monofásica, a electricidade circula normalmente entre uma fase e o neutro. Na corrente trifásica, a electricidade circula entre fases.

([26]) Ou seja, um condutor sob tensão.

este tipo de continuidade de serviço. Em contrapartida, é importante poder detectar este primeiro defeito a fim de o solucionar. Com efeito, se surge um segundo defeito, a instalação em regime IT torna-se equivalente a uma instalação em regime TN (ou TT, se as massas não estiverem ligadas entre si) e surge então uma corrente de curto-circuito (ou de fuga) importante.

(114) Na prática, o regime IT implicará a utilização de dois tipos de aparelhos: por um lado, um «Controlo Permanente de Isolamento» (CPI) que assegura a detecção da corrente fraca de fuga provocada pelo primeiro defeito; e por outro lado, um disjuntor ou um aparelho diferencial que assegure a protecção contra o segundo defeito.

**Desempenho das componentes**

(115) Em seguida é necessário escolher o dimensionamento, ou seja, o desempenho das componentes. Trata-se assim, por exemplo, de determinar a tecnologia de disjuntor (disjuntor de forte intensidade, disjuntor em caixa moldada ou disjuntor miniatura) que é mais adequada e, no âmbito desta tecnologia, escolher as características mais apropriadas. Os disjuntores caracterizam-se principalmente i) pela sua intensidade nominal (intensidade a partir da qual o disjuntor dispara e corta o circuito em causa); ii) pelo seu poder de corte (intensidade máxima que pode ser suportada sem dano para o disjuntor em caso de curto-circuito); iii) pelo número de pólos (ou seja, o número de condutores, entre 1 e 4, cortados simultaneamente pelo disjuntor em caso de disparo); e iv) pela sua curva característica de disparo (que caracteriza o tempo de disparo em função da intensidade). Todas estas características estão directamente ligadas ao regime de neutro, às potências transportadas pela instalação e aos outros equipamentos situados a montante ou a jusante.

(116) Os dados fornecidos pelas partes sugerem que esta escolha é normalmente imposta pela instalação. Mais precisamente, afigura-se que a configuração do edifício ou da unidade industrial irá normalmente condicionar o esquema eléctrico que deverá ser utilizado pelo instalador, e que este esquema determinará por seu turno os desempenhos das componentes integradas nos quadros.

(117) Como indica por exemplo a Schneider, «o aumento do preço de um disjuntor de 16 amperes, geralmente presente a jusante da instalação […]* e, por conseguinte, presente em elevado número nos quadros terminais, pode influenciar de forma significativa o preço do quadro (e assim, em certos casos especiais, pôr em causa a arquitectura da instalação). Contudo, […]* é mais a topografia da instalação e a necessidade de segurança de exploração que irá determinar a escolha final do explorador e, por conseguinte, do instalador.»

(118) Desta forma, as partes indicam que existe normalmente um esquema eléctrico optimizado para um determinado edifício, apartamento ou unidade industrial. Por exemplo, embora se possa teoricamente imaginar um grande número de instalações eléctricas diferentes numa determinada habitação (com um disjuntor diferente para cada divisão, ou um disjuntor para duas divisões, etc.), o instalador terá principalmente em conta considerações de segurança e de qualidade de exploração, que o levarão a multiplicar o número de protecções (a fim de isolar cada circuito em caso de defeito, conseguindo assim manter a alimentação em todos os circuitos que não estejam sujeitos a este defeito). Na prática, a definição deste esquema é muitas vezes realizada através de *softwares*, como o sistema ECODIAL oferecido pela Schneider, que são concebidos para guiar o cliente para uma solução que ofereça uma qualidade de serviço optimizada, que não é necessariamente orientada para o custo de instalação mais reduzido. As partes sublinham igualmente que a escolha de uma multiplicação das protecções pode igualmente constituir uma boa relação em termos económicos, uma vez que permitirá reduzir a secção (e consequentemente o custo) dos cabos eléctricos.

(119) Este esquema define em seguida directamente as características de cada circuito e, assim, o desempenho previsto das diferentes componentes.

(120) Estes parâmetros determinarão subsequentemente as componentes mais adequadas, ou seja, as que satisfazem os níveis de desempenho exigidos sem os ultrapassar inutilmente (por razões de custo). Embora se possa teoricamente utilizar componentes com desempenhos superiores, esta escolha não trará vantagens para o utilizador, implicando um aumento de custo significativo. Assim, como sublinha a Schneider «pode teoricamente utilizar-se disjuntores de poder de corte elevado utilizados no Segmento 2 para o Segmento 4, segundo o provérbio "quem pode o mais pode o menos", mas os custos destes aparelhos são proibitivos».

(121) Os quadros de distribuição podem conter os seguintes produtos:

*Quadro 4*

| Designação | Quadros Gerais | Quadros Divisionários | Quadros Terminais |
|---|---|---|---|
| Disjuntores de forte intensidade | 630-6 300 A | | |
| Disjuntores em caixa moldada | 400-1 600 A | 100-250 A | |
| Disjuntores miniatura | | 63-125 A | 6-40 A |
| Disjuntores diferenciais | | | X |
| Interruptores diferenciais | | | X |
| Fusíveis | 400-1 600 A | < 250 A | 6-40 A |
| Armário e elementos de quadro (ou caixas) | X | X | X |

B.1.3 ***Definição dos mercados dos produtos***

(122) As partes desenvolvem actividades que se sobrepõem no domínio dos quadros de distribuição eléctrica de baixa tensão e das componentes integradas nestes quadros.

**Definições dos mercados dos produtos propostas pelas partes**

(123) As partes propõem estabelecer uma distinção entre três mercados de produtos no âmbito dos sistemas que servem para a protecção das pessoas e dos equipamentos nas instalações eléctricas de baixa tensão. As partes propõem definir estes mercados de produtos em função do nível de distribuição eléctrica. As partes destacam assim um mercado dos quadros gerais de distribuição de baixa tensão, um mercado dos quadros divisionários de baixa tensão e um mercado dos quadros de distribuição terminal.

*Mercados de soluções*

(124) Em primeiro lugar, a Schneider considera que a concorrência entre fabricantes não tem lugar a nível das componentes dos quadros (que são vendidas pelos fabricantes aos grossistas e pelos grossistas aos técnicos de quadros e aos instaladores), mas sim a nível das «soluções» de distribuição eléctrica (ou seja, dos próprios quadros) montadas a partir destas componentes. As soluções dos diferentes fabricantes seriam substituíveis entre si, uma vez que realizariam as mesmas funções e estariam sujeitas às mesmas exigências técnicas. Em contrapartida, as componentes oferecidas por diferentes fabricantes não seriam substituíveis entre si, quer por razões de compatibilidade técnica (no que se refere aos quadros gerais e aos quadros divisionários), quer porque os instaladores são normalmente fiéis a uma marca e adquirem, consequentemente, todas as componentes junto de um mesmo fabricante (no que se refere aos quadros terminais). Para dar resposta a esta procura, os fabricantes criaram uma oferta de soluções, o que implica que estejam em condições de oferecer todas as componentes desta solução. Esta solução seria assim o produto deste mercado.

*Três mercados distintos*

(125) A Schneider considera além disso que cada tipo de quadro (geral, divisionário e terminal) constitui um mercado distinto. Em primeiro lugar, os quadros gerais distinguir-se-iam devido a desempenhos técnicos diferentes das dos quadros divisionários e terminais (nomeadamente a nível da intensidade eléctrica), e seriam constituídos, pelo menos em parte, por componentes específicas a esta categoria de quadros (disjuntores de forte intensidade, igualmente denominados «disjuntores abertos»). Em contrapartida, os quadros gerais não conteriam disjuntores miniatura, que existiriam em grande quantidade nos quadros divisionários e terminais.

(126) Em segundo lugar, os quadros divisionários de baixa tensão distinguir-se-iam dos quadros de distribuição terminal de baixa tensão, na medida em que estes últimos são calibrados para intensidades eléctricas inferiores (inferiores a 125 amperes) e contêm componentes específicas (nomeadamente protecções diferenciais) que não são utilizadas nos quadros terminais.

**Análise da Comissão**

(127) Nos pontos que se seguem serão analisados os parâmetros em que a concorrência se exerce nos mercados ligados aos quadros de distribuição eléctrica. Decorre do inquérito da Comissão que, de forma geral, os quadros de distribuição eléctrica integram uma só marca. Contudo, esta conclusão deve ser acompanhada do reconhecimento de que os fabricantes de material eléctrico vendem componentes aos grossistas e que a concorrência entre fabricantes se exerce assim sobre a venda de componentes. Para concluir, os mercados pertinentes que será conveniente tomar como referência na análise em termos de concorrência da transacção notificada são os mercados das componentes destinadas a ser integradas nos quadros eléctricos.

*Os quadros são na maior parte dos casos de uma só marca*

(128) O inquérito da Comissão revela que na maior parte dos casos os quadros de distribuição eléctrica (nomeada-

mente quando são instalados) contêm componentes de uma só marca. Esta situação deve-se a limitações de natureza técnica, principalmente no que se refere aos quadros divisionários, e a hábitos de natureza comercial, principalmente no que se refere aos quadros terminais.

Limitações técnicas

(129) A concorrência entre fabricantes verifica-se simultaneamente numa componente considerada de forma isolada, e também no desempenho dos quadros que serão montados através da combinação dessa componente com outras. Por exemplo, um disjuntor em caixa moldada tem apenas um interesse reduzido se não for compatível com os outros dispositivos de protecção (outros disjuntores em caixa moldada, disjuntores miniatura, fusíveis, etc.) que entram na composição de um quadro.

(130) Ora, os dados fornecidos pelas partes e os resultados do inquérito revelam que, nos quadros gerais e nos quadros divisionários, não seria possível em termos económicos assegurar a compatibilidade entre certas componentes de diferentes marcas. Por exemplo, as partes indicam que a combinação de componentes de marcas diferentes num único quadro geral obrigaria os técnicos de quadros a realizar novos testes a fim de verificar o bom funcionamento do quadro montado desta forma. Os custos destes testes suplementares elevar-se-iam a entre 10 000 e 25 000 euros segundo as garantias que deveriam ser apresentadas, o que os torna proibitivos para um só quadro.

(131) Da mesma forma, nos quadros divisionários, os armários e certos elementos de armários (placas de fixação, etc.) vendidos por um fabricante seriam especificamente dedicados às componentes do fabricante em questão. Com efeito, cada fabricante desenvolveu dispositivos de montagem específicos, destinados a facilitar a montagem do quadro.

(132) Um quadro divisionário contém normalmente um disjuntor em caixa moldada na entrada do quadro, que alimenta e protege uma série de saídas que são, por seu turno, protegidas e alimentadas por uma série de disjuntores miniatura. Para garantir que um defeito num distribuidor provoca apenas o corte dessa saída e não do conjunto das saídas ligadas ao quadro, é necessário garantir que um defeito que intervém nessa saída é cortado pelo seu dispositivo de protecção específico, e não pelo dispositivo de protecção que se encontra na entrada do quadro. É o que se chama «selectividade».

(133) Ora, afigura-se que, pelo menos no que se refere aos quadros divisionários, esta selectividade é garantida por disposições de construção extremamente sensíveis (rapidez de abertura dos contactos, quantidade de energia que o disjuntor deixa passar aquando do corte, etc.), que estão relacionadas com a forma como os produtos são concebidos e fabricados. Desta forma, a Schneider considera que dois disjuntores idênticos face às normas aplicáveis podem contudo ter desempenhos diferentes face à selectividade, de tal forma que é impossível garantir a função de selectividade entre os disjuntores dos diferentes fabricantes.

(134) A compatibilidade e a selectividade das componentes são cruciais para o técnico de quadros ou para o instalador, uma vez que são elas que permitem que o técnico de quadros garanta o desempenho do quadro final e portanto a satisfação das necessidades do seu cliente. Uma vez que a compatibilidade e a selectividade apenas estão asseguradas no âmbito de uma mesma marca, os técnicos de quadros não combinam componentes de marcas diferentes e adquirem todo o material eléctrico necessário para um quadro junto de um mesmo fabricante. Como indica um técnico de quadros ([27]), «não existe mistura de produtos de diferentes marcas. […]* As regras de instalação impõem que se utilize a mesma marca.»

(135) Decorre desta situação que, nos quadros gerais e nos quadros divisionários, a escolha da marca de uma componente-chave como o disjuntor em caixa moldada para os quadros divisionários, implica normalmente a utilização da mesma marca para todas as outras componentes de protecção necessárias no quadro em questão. Por exemplo, quando um técnico de quadros define a marca do disjuntor em caixa moldada do seu quadro, limita de facto a sua escolha no que se refere às outras componentes (armário, disjuntores miniatura, etc.) do quadro, uma vez que apenas pode utilizar as marcas que garantam uma compatibilidade com o disjuntor em caixa moldada que escolheu.

(136) Todavia, afigura-se que nem todos os elementos do quadro devem forçosamente ser adquiridos junto da mesma marca e que existe uma certa combinação no que se refere a algumas componentes. É o que parece acontecer principalmente com as componentes que não asseguram directamente funções de protecção, como os elementos de armários. Com efeito, as quotas das vendas das partes podem variar consideravelmente, num mesmo território, entre as diferentes componentes que são montadas para formar um quadro divisionário. Desta forma, a quota de mercado da Schneider em França no que se refere aos disjuntores para quadros divisionários seria compreendida entre [50-90]* %, mas não ultrapassaria os [30-40]* % no que se refere aos armários. As partes

([27]) Spie Trindel, resposta ao questionário da primeira fase.

consideram que estas diferenças se explicam devido à variedade das soluções possíveis para o mesmo tipo de quadro eléctrico. Se assim fosse, os inúmeros precedentes demonstrariam que, em média, os quadros divisionários vendidos pela Schneider contêm quase duas vezes mais disjuntores que os quadros divisionários vendidos pelos seus concorrentes. Esta situação parece pouco provável, tendo nomeadamente em conta a variedade dos clientes da Schneider em França. Uma explicação mais verosímil seria que, embora a combinação esteja limitada a nível dos disjuntores (por razões de compatibilidade e de selectividade), é mais frequente no que se refere aos elementos do armário, que não estão sujeitos às mesmas regras de selectividade e compatibilidade que os disjuntores. O mesmo acontece no que se refere às protecções diferenciais que são igualmente fornecidas por sociedades especializadas. É por exemplo o caso da Baco, uma filial da Legrand, que comercializa protecções diferenciais sob a sua própria marca. Por último, a nível dos quadros terminais, as quotas de mercado, tal como apresentadas pelas partes no que se refere às categorias de componentes, variam fortemente de uma componente para a outra.

Hábitos comerciais

(137) A combinação entre produtos de marcas diferentes no mesmo quadro terminal parece tecnicamente possível e é por vezes realizada. Todavia, tal como recordam as partes, os quadros terminais são essencialmente integrados e escolhidos pelos instaladores que «normalmente são fiéis a uma marca e adquirem o pacote completo junto de um único fabricante, devido à facilidade de montagem do quadro, à estética dos produtos, à funcionalização dos aparelhos e à confiança na qualidade técnica de um fabricante» ([28]). Desta forma, embora não existam obstáculos técnicos para a combinação de componentes nos quadros terminais, os instaladores comprariam na maior parte dos casos todas as suas componentes junto de uma mesma marca.

(138) Estas considerações mostram igualmente que a presença de uma gama completa de produtos de uma mesma marca constitui uma vantagem concorrencial significativa neste sector. Como indica um fabricante ([29]), «tendo em conta a evolução do mercado, que tende a fornecer instalações completas e sistemas integrados, o espaço disponível para os pequenos produtores, ou para os produtores de componentes isoladas é cada vez menor».

(139) A exigência de gamas completas explica-se em primeiro lugar pelo facto de os instaladores e de os técnicos de quadros se dirigirem em primeiro lugar às marcas que lhes dão garantias de segurança e de compatibilidade, independentemente da configuração utilizada e, por conseguinte, independentemente da escolha e da montagem das diferentes componentes de um quadro. Tendo em conta a diversidade das componentes que podem fazer parte de um quadro geral ou divisionário (a Schneider possui mais de 3 000 referências para os quadros divisionários), as marcas devem fornecer o conjunto da gama dos materiais de protecção integráveis nesses quadros.

(140) A importância de possuir gamas vastas e a ausência de uma combinação significativa entre produtos de marcas diferentes, são ainda reforçadas por outras características do sector. Em primeiro lugar, tal como indica a General Electric (GE), «os técnicos de quadros e os instaladores tentam normalmente adquirir todos os seus produtos junto de um fornecedor ou marca únicos. Esta opção reduz os custos de transacção, permite-lhes um melhor acesso à formação e aos serviços de manutenção e assegura a compatibilidade técnica das diferentes componentes». Seguidamente, certos técnicos de quadros e instaladores realçaram a presença de descontos ou de acções de formação, ligadas a compras agrupadas ou a objectivos anuais de volumes de compras para os produtos de uma mesma marca. Tal como revelam os resultados do inquérito, afigura-se, por último, que a presença de uma carteira alargada de produtos constitui uma vantagem significativa para o acesso aos grossistas.

(141) Os grandes concorrentes das partes (como a ABB, a Siemens ou a Hager) dispõem de gamas completas de componentes. Os fabricantes de dimensão média que não produzem todas as componentes devem normalmente completar esta lacuna adquirindo o tipo de componente que lhes falta junto de outros fabricantes e integrando-o seguidamente na sua própria gama. É por exemplo o caso da Moeller (que se abastece em disjuntores de forte intensidade junto da Schneider), da Gewiss (que desenvolveu os seus quadros divisionários em torno de disjuntores em caixa moldada fornecidos pela ABB) e da Schneider (que adquire interruptores fusíveis junto da ABB e fusíveis junto da Holec e da Harvey Bubble).

*A concorrência entre fabricantes e face à procura exerce-se também a nível das componentes*

(142) A posição das partes quanto a uma definição dos mercados dos produtos relevantes segundo a combinação final das componentes em «soluções» não parece contudo resistir à análise. Com efeito, tal como é demonstrado

([28]) P. 54 — Formulário CO.
([29]) Gewiss, resposta ao questionário da primeira fase.

nos pontos que se seguem, esta posição é contestada pela realidade económica e, tal como o provam os documentos das partes, são exercidas pressões concorrenciais também a nível das componentes.

A realidade económica revela que o mercado funciona através da venda de componentes

(143) Na sua decisão de 30 de Março de 2001 nos termos do n.º 1, alínea c), do artigo 6.º do Regulamento das Concentrações («decisão nos termos do n.º 1, alínea c), do artigo 6.º»), a Comissão referiu que não excluía a possibilidade de que cada uma das diferentes categorias de componentes dos quadros de distribuição eléctrica formasse um mercado de produtos relevante. Nesta hipótese, os mercados dos produtos deveriam ser definidos a partir das categorias de componentes e não em termos de «soluções». A Comissão, na sua decisão nos termos do n.º 1, alínea c), do artigo 6.º, tinha realçado em especial que numerosos terceiros tinham indicado que as componentes eléctricas são normalmente vendidas enquanto tais pelos fabricantes que as entregam aos seus grossistas ou aos técnicos de quadros sem as integrar numa solução completa (esta integração incumbe normalmente aos técnicos de quadros e aos instaladores).

(144) Na decisão acima referida, a Comissão tinha igualmente salientado que determinados concorrentes não pareciam estar em condições de fabricar eles próprios o conjunto das componentes destinadas a serem integradas nas «soluções» (quadros de distribuição eléctrica) que oferecem, que os catálogos das partes não parecem utilizar a segmentação entre quadros gerais, quadros divisionários e quadros terminais que as partes propõem e que, pelo contrário, estes catálogos repartem as componentes por gama ou por família em função dos seus desempenhos.

(145) O inquérito pormenorizado da Comissão confirmou que os grossistas, os instaladores e os técnicos de quadros adquirem componentes e os fabricantes vendem-nas. A venda de quadros já integrados não se realiza verdadeiramente. O papel dos técnicos de quadros e dos instaladores consiste precisamente em realizar um quadro eléctrico que corresponda às características técnicas da instalação a que se destina. A concepção de um quadro, a sua constituição, ou seja nomeadamente a sua composição em disjuntores (de forte intensidade em caixas moldadas ou miniatura), fusíveis e diferenciais e a escolha destas componentes dependem, em primeira análise, das características técnicas desta instalação.

(146) Não existe assim um «quadro-tipo», uma vez que cada quadro deve reflectir as características praticamente únicas da instalação em que se deve integrar. Como refere a Legrand ([30]), «a diversidade das configurações observadas é extremamente elevada e torna muito difícil a definição de um quadro tipo». Desta forma, o quadro é apenas concebido e montado a nível do técnico de quadros, do instalador e/ou do gabinete de estudos que está em contacto com o utilizador final.

(147) No seu Memorando de Resposta as partes não contestam a quase ausência de quadros tipo mas defendem que existiriam soluções tipo. Assim, recordam, por um lado, que a composição de um quadro implica sempre a montagem do mesmo tipo de componentes (disjuntores, protecções diferenciais, elementos de armário ou de caixa, etc.); e, por outro lado, que a clientela sente a necessidade de obter soluções-tipo, como o ilustra o desenvolvimento de *softwares* destinados a prestar assistência a nível da procura a que os fabricantes ou mesmo os instaladores devem dar resposta.

(148) A Comissão não contesta estas observações. Considera, contudo, que não podem em caso algum ser interpretadas como uma prova da existência de quadros-tipo. O facto de todos os quadros de um determinado tipo conterem normalmente o mesmo tipo de elementos revela que todos estes quadros preenchem a mesma função, mas é evidente que não revela que sejam todos idênticos. A especificidade de cada quadro (e por conseguinte a quase ausência de quadro tipo) foi aliás confirmada pela presença de *softwares* de auxílio ao dimensionamento dos quadros, que se destinam a definir a composição que permite dar uma resposta optimizada às necessidades de cada cliente. A Comissão confirma, consequentemente, que exceptuando alguns quadros terminais tipo, que apenas dizem respeito a algumas configurações específicas e que apenas representam uma parte muito reduzida das vendas, não existe um quadro tipo, e aquilo que as partes designam por solução-tipo parece corresponder mais a uma coerência de marca.

(149) Desta forma, na generalidade, o fabricante de material eléctrico não concebe nem vende os quadros, mas limita-se a vender (directamente ou indirectamente através da distribuição) a empresas terceiras (técnicos de quadros, instaladores) as componentes de que necessitam para montar a instalação eléctrica dos seus próprios clientes. Os catálogos das partes e dos seus concorrentes são aliás organizados por famílias de componentes e não por tipos de quadro. Desta forma, os catálogos apresentam componentes cujas características técnicas são pormenorizadas, sem que seja necessariamente feita referência aos quadros em que tais componentes se poderão integrar.

([30]) Legrand, resposta à pergunta 65.

(150) Além disso, as partes indicaram que a venda de equipamentos divisionários ou terminais de distribuição eléctrica de baixa tensão é efectuada, em mais de 80 %, através da distribuição. Ora, tal como referiu a Schneider ([31]), «[cada grossista] adquire às partes os lotes de componentes ou subconjuntos necessários tendo em vista manter existências que lhes permitam dar resposta às diferentes configurações dos sistemas que os seus próprios clientes devem realizar». Esta resposta confirma que as encomendas dos grossistas no domínio dos quadros divisionários e dos quadros terminais de distribuição eléctrica dizem respeito a componentes e não a soluções integradas.

(151) Em resposta a questões da Comissão ([32]), a Schneider apresentou, relativamente a cada Estado do EEE, uma cópia das principais encomendas de quadros divisionários e de quadros terminais de distribuição eléctrica de baixa tensão, bem como facturas correspondentes a estas encomendas. Afigura-se muito claramente que as encomendas feitas pelos clientes da Schneider dizem, na sua quase totalidade, respeito a componentes identificadas através da sua referência precisa, e não a soluções. As raras excepções referem-se praticamente todas a vendas directas a outros clientes que não os grossistas ou os técnicos de quadros. Ora, tal como foi referido supra, estas vendas são marginais (menos de 5 % no que se refere aos quadros divisionários e menos de 10 % no que se refere aos quadros terminais).

(152) Decorre claramente dos elementos supra que as vendas das partes nos domínios dos quadros divisionários e terminais são, na sua quase totalidade, efectuadas sob a forma de componentes e não de «soluções integradas». O mesmo acontece no que se refere aos seus concorrentes.

São exercidas pressões concorrenciais a nível das componentes

(153) Um exame das causas da homogeneidade (limitações técnicas e hábitos comerciais) da marca das componentes dos quadros revela que um fabricante que, embora dispondo do conjunto da gama das componentes (condição necessária para estar presente no mercado), detenha uma posição particularmente forte num determinado tipo destas componentes, poderia exercer um poder de mercado sobre esse tipo de componentes.

(154) A nível dos quadros terminais, afigura-se que a única razão para a presença de componentes de uma mesma marca consiste na fidelidade dos instaladores relativamente a essa marca. Uma análise das condições da concorrência revela no entanto que as quotas de mercado podem variar de forma significativa consoante as componentes. Por exemplo, os resultados do inquérito revelam que, para determinados fabricantes, as quotas de mercado podem duplicar em função das componentes. Estas diferenças parecem mostrar que as condições de concorrência não são homogéneas entre as diferentes componentes.

(155) A nível dos quadros divisionários, as partes referem as limitações técnicas (compatibilidade e selectividade) para justificar uma análise unicamente sob o prisma das «soluções». Recordam igualmente no seu Memorando de Resposta que a escolha de um quadro de uma só marca permite que os técnicos de quadros beneficiem de ganhos de tempo apreciáveis (de 25 % a 50 %) a nível da montagem do quadro.

(156) Contudo, tal como foi referido acima, existe a possibilidade de combinação de marcas, pelo menos no que se refere aos elementos de armários. Por outro lado, a ausência de combinação de marcas a nível dos disjuntores não impede a presença de condições de concorrência distintas entre os disjuntores em caixa moldada, que são componentes «fundamentais» cuja escolha irá condicionar a das outras componentes de protecção, e esses outros elementos de protecção. Com efeito, os fabricantes terão normalmente tendência a fazer incidir a maior parte dos seus esforços de investigação, desenvolvimento e promoção sobre tais componentes fundamentais e não sobre as restantes. Este facto é aliás confirmado pelos dados fornecidos pelas partes no seu Memorando de Resposta, que revelam que na Itália (no que se refere ao período 1998-2000), a diferença entre o preço mais baixo (correspondente às promoções) e o preço mais elevado (ausência de promoção) atingiu [20-30]* % no que se refere aos disjuntores em caixa moldada, mas não ultrapassou [10-20]* % no que se refere aos disjuntores miniatura. Esta situação sugere que as promoções são tradicionalmente mais importantes para os disjuntores «fundamentais» do que para os outros disjuntores.

(157) A análise ao nível das componentes parece ser tanto mais pertinente quanto é normalmente a este nível que se baseia o valor de uma marca. Aliás, é também a este nível que as partes analisam a sua própria posição nos mercados dos equipamentos de distribuição eléctrica de baixa tensão. Desta forma, os «Planos a médio prazo (PMT-Plans moyen terme) 2001-2005» elaborados pela Legrand para a maioria dos países do EEE apresentam as quotas de mercado detidas pela Legrand nestes países por categorias de componentes («disjuntores de potência», «disjuntores [para quadros] divisionários», «interruptores diferenciais», «armários»). Em contrapartida, não aparece nestes documentos qualquer análise por «soluções» (ou seja, por tipo de quadro de distribuição eléctrica de baixa tensão).

([31]) Respostas das partes às perguntas 68 e 113 do questionário de 6 de Abril de 2001.

([32]) Perguntas 70 e 112 — Questionário de 6 de Abril de 2001.

(158) Encontram-se igualmente nos documentos internos das partes análises que realçam a importância das componentes enquanto tais. Desta forma, a Bticino, que faz parte do grupo Legrand, indica ([33]): «[…]*». Da mesma forma, a Legrand ([34]) desenvolve análises específicas e distintas para os disjuntores divisionários, por um lado, e para os diferenciais, por outro. Quanto à Schneider, insiste no seu plano trienal para […]* sobre os efeitos positivos da chegada de uma nova gama de […]* e sobre a utilização posterior destas componentes para permitir as vendas doutros produtos. […]*, a Schneider conta com a sua gama de […]* para reforçar as suas posições junto dos clientes industriais e, em contrapartida, culpa a sua gama de […]* pela sua fraca competitividade no que se refere aos clientes de residências.

(159) A forma como estes documentos sublinham o papel estratégico de uma componente (neste caso um […]*), ilustra bem a importância das componentes nas estratégias concorrenciais dos diferentes fabricantes. O papel das componentes surge igualmente na publicidade dos fabricantes destinada aos instaladores e técnicos de quadros. Esta publicidade elogia com efeito o desempenho das componentes propostas e não soluções completas que podem ser montadas a partir destas componentes.

(160) Por último, será necessário realçar que […]* ([35]).

(161) No seu Memorando de Resposta, as partes contestam a existência de um poder de mercado a nível das componentes. Consideram nomeadamente que o teste do monopólio hipotético não pode ser aplicado a um determinado tipo de componente, uma vez que todos os fabricantes oferecem o conjunto da gama. O caso de um monopólio hipotético relativo a um único tipo de componente seria, consequentemente, uma hipótese totalmente alheia à realidade do mercado.

(162) A Comissão não pode concordar com esta posição. Embora seja um facto que o caso de um monopólio hipotético relativo a um único tipo de componentes não corresponde à realidade do mercado, tal não impede a presença de condições de concorrência (e por conseguinte de um eventual poder de mercado) diferentes para cada tipo de componente. Não é porque todos os fabricantes devem oferecer, e os instaladores adquirir, o conjunto das componentes necessárias à realização de um quadro, que a competitividade dos diferentes fabricantes, as características da procura e, por conseguinte, a fixação dos preços, são forçosamente equivalentes para todas as componentes. Por outras palavras, o facto de o teste do monopólio hipotético não poder tecnicamente aplicar-se a nível das componentes (porque todos os fabricantes vendem o conjunto dos produtos) revela que não pode provavelmente existir uma situação de monopólio a nível de uma única componente, independentemente de todos as outras. Não impede contudo, por si, a presença de um poder de mercado a nível das componentes.

(163) O simples facto (não contestado pelas partes) de existirem componentes «fundamentais» revela que determinadas componentes são mais importantes do que outras e que as condições de concorrência para essas componentes poderão ser diferentes das existentes para as restantes. Além disso, tal como foi acima referido, existe a possibilidade de combinar marcas no que se refere a determinadas componentes, nomeadamente os elementos do armário ou da caixa.

(164) Este facto é aliás amplamente confirmado pelos dados fornecidos pela Schneider, que revelam diferenças substanciais nas margens de lucro relativas aos diferentes tipos de componentes.

([33]) Bticino, Plano a Médio Prazo […]*.
([34]) Legrand, Planos a Médio Prazo.
([35]) Schneider, A convergência tarifária europeia.

*Quadro relativo às margens*

| Produto | Quadros Gerais | | Quadros Divisionários | | Quadros Terminais | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Margem bruta | Margem líquida | Margem bruta | Margem líquida | Margem bruta | Margem líquida |
| Disjuntores de forte intensidade | [40-60]* % | [20-40]* % | | | | |
| Disjuntores em caixa moldada | [40-60]* % | [10-30]* % | [50-70]* % | [20-40]* % | | |
| Disjuntores miniatura e diferenciais | | | [50-70]* % | [20-40]* % | [50-70]* % | [20-40]* % |
| Armário e elementos de quadro (ou caixa) | [20-40]* % | [0-20]* % | [50-70]* % | [20-40]* % | [20-40]* % | [0-20]* % |

*Fonte:* Schneider, resposta ao questionário de 6 Abril de 2001

*Conclusão*

(165) Tal como indica a Comunicação da Comissão sobre a definição do mercado relevante ([36]), a definição de um mercado […] deve permitir «identificar os concorrentes efectivos das empresas em causa susceptíveis de restringir o seu comportamento ou de impedi-las de actuar independentemente de uma pressão concorrencial efectiva». O objectivo da definição de mercado relevante consiste, por conseguinte, em identificar os domínios em que um eventual operador dominante poderia exercer um poder de mercado, e proporcionar um quadro conceptual que permita a análise das condições de oferta e procura nestes domínios.

(166) A análise que precede revela que o poder de mercado dos fabricantes pode ser exercido a dois níveis: a nível das marcas (e, por conseguinte, da combinação do conjunto das componentes destinadas a ser integradas num quadro) por um lado, e a nível de cada família de componentes individualmente, por outro.

(167) Com efeito, por um lado, a utilização frequente de uma só marca pelos clientes obriga os fabricantes a disporem de uma gama completa de produtos e a garantirem os desempenhos (técnicos e económicos) dos quadros que resultam da montagem destes produtos. Além disso, quando é escolhida uma componente (por exemplo um disjuntor), o resto das componentes do mesmo quadro será normalmente adquirido junto da mesma marca. É principalmente o que acontece no que se refere aos outros disjuntores incluídos nos quadros divisionários, devido às considerações de compatibilidade e de selectividade descritas supra. Existe, assim, um primeiro nível de concorrência que corresponde ao conjunto das componentes (ou, pelo menos, ao conjunto das componentes de protecção).

(168) Todavia, decorre igualmente do que precede i) que a escolha de uma só marca não é absoluta, tanto no que se refere aos quadros terminais como no que se refere aos quadros divisionários; ii) que a combinação de marcas parece ser mais intensa no que se refere aos elementos de armários ou de caixas do que no que se refere aos elementos de protecção; iii) que a escolha da marca depende, na prática, da escolha de determinadas componentes «fundamentais»; e iv) que as posições concorrenciais dos diferentes fabricantes podem variar muito significativamente consoante o tipo de componente. As condições de concorrência não serão, por conseguinte, homogéneas para cada tipo de componente. Aliás, esta situação é amplamente confirmada pelos dados fornecidos pelas partes no seu Memorando de Resposta. Com efeito, estes dados revelam a existência de promoções específicas para cada tipo de componente (por exemplo, uma referência de disjuntores miniatura ou um tipo de caixa), o que sugere fortemente a existência de pressões concorrenciais diferentes consoante a componente. Além disso, nos quadros divisionários, estas promoções parecem ser significativamente mais importantes para as componentes «fundamentais» (os disjuntores em caixas moldadas) e as componentes que podem ser objecto de uma combinação de marcas (elementos de armário) do que para os disjuntores miniatura.

(169) No seu Memorando de Resposta as partes contestam esta análise e consideram, pelo contrário, que a apreciação em termos de concorrência apenas deve incidir a nível do quadro, ou seja, do conjunto das componentes que integram a composição de um determinado tipo de quadro. As partes baseiam-se nomeadamente i) em considerações técnicas (compatibilidade, selectividade, etc.) e económicas (tempo de montagem) que limitam a combinação de produtos de marcas diferentes, ii) na escolha de uma só marca pelos instaladores e pelos técnicos de

([36]) Comunicação da Comissão relativa à definição do mercado relevante para efeitos do direito comunitário da concorrência, (97/C 372/03).

quadros e iii) no facto de todos os fabricantes oferecerem, e deverem oferecer, o conjunto das componentes necessárias à realização de um quadro. As partes baseiam-se igualmente nos resultados de um estudo que encomendaram ao gabinete NERA e que revela, na sua opinião, a existência de uma forte correlação entre os volumes de venda para cada tipo de componente. As partes consideram que esta correlação dos volumes demonstra a existência de um mercado único das componentes.

(170) Tal como foi referido supra, a Comissão não contesta a existência de um primeiro nível de concorrência para o conjunto das componentes que entram na composição de um determinado quadro eléctrico, nem que esta concorrência imponha a presença de uma gama completa de produtos na oferta dos fabricantes e a garantia de desempenhos técnicos e económicos a nível dos quadros resultantes da montagem dessas componentes. Contudo, a Comissão considera que a concorrência não se verifica exclusivamente a este nível, mas também a nível de cada tipo de componente.

(171) A Comissão considera igualmente que os dados fornecidos pelo gabinete NERA confirmam, e não invalidam, a pertinência de uma análise a nível das componentes. Em primeiro lugar, afigura-se que os fabricantes realizam um grande número de operações promocionais a nível de um determinado tipo individual de componentes e não tanto a nível do conjunto das componentes necessárias à realização de um quadro. Em Junho e Julho de 2000 a Schneider teria assim oferecido descontos de [0 a 20]* % no que se refere a certos […]* e descontos de [20 a 40]* % sobre certos […]*. Da mesma forma, a Legrand terá também efectuado operações promocionais específicas a determinados tipos de […]* no que se refere aos quadros terminais e, noutras ocasiões, promoções relativas a certos […]*. A importância destas promoções e o facto de se centrarem num único tipo de componente ilustram a presença de uma concorrência específica a nível de cada tipo de componente.

(172) Em segundo lugar, os dados fornecidos pelas partes sugerem igualmente que estas operações promocionais têm um impacto muito significativo sobre as vendas dos materiais objecto da promoção, mas que apenas produzem efeitos moderados sobre os volumes das outras componentes que deverão ser combinadas com os materiais em causa para formar «soluções». Desta forma, quando a Bticino ofereceu (em Itália) um desconto de [0 a 20]* % para certos […]* em Janeiro de 2000, as vendas de […]* aumentaram em [0 a 20]* % relativamente a Dezembro de 1999, mas as vendas de […]* apenas aumentaram em [0 a 20]* % relativamente ao mês anterior. Esta diferença é ainda mais flagrante se se tomar em consideração o facto de as vendas serem sazonais, uma vez que, nesse caso, as vendas de […]* teriam mesmo baixado em [0 a 10]* % relativamente ao mês anterior (as vendas de […]* progrediram em [20 a 30]* %). Esta situação sugere que as promoções sobre as componentes não produzem um efeito homogéneo sobre todas as componentes necessárias à realização de um quadro, o que vem confirmar mais uma vez a existência de um segundo nível de concorrência a nível das componentes.

(173) Em terceiro lugar, os dados fornecidos pelo gabinete NERA revelam que não existe qualquer correlação significativa entre as variações dos preços das diferentes componentes. Uma vez que as variações de preços reflectem a evolução das condições da oferta e da procura dos produtos em causa, esta ausência de correlação ilustra mais uma vez a especificidade de cada tipo de componente e confirma que os preços de cada tipo de componente são fixados, em grande medida, com base em considerações específicas a esse tipo de componente (e não na sequência de alterações concorrenciais a nível dos quadros que integram).

(174) Por último, a Comissão considera que a correlação dos volumes de venda das componentes, observada pelo gabinete NERA, não põe em causa a existência de uma concorrência específica a nível das componentes. Este cálculo de correlação não toma de modo algum em consideração o carácter sazonal da actividade. Ora, este carácter sazonal é por vezes muito pronunciado, nomeadamente no mês de Agosto, em que os volumes de vendas podem descer mais de 75 % relativamente ao mês de Julho. Uma vez que não isolaram este fenómeno, os dados fornecidos pelo gabinete NERA sobrestimam assim significativamente a correlação efectiva dos volumes. Para avaliar a correlação efectiva, a Comissão procedeu aos seus próprios cálculos com base nos dados fornecidos pelas partes. Estes cálculos revelam que, se o carácter sazonal das vendas for isolado, a correlação diminui significativamente atingindo níveis de valor (da ordem dos 0,7) que não permitem extrair conclusões precisas.

(175) De qualquer forma, parece evidente que existirá uma certa relação entre as vendas dos diferentes tipos de componentes, uma vez que as vendas finais dizem respeito aos quadros montados e que estes quadros são obtidos através da montagem das componentes em causa. Todavia, a Comissão considera que a existência desta relação não permite concluir que todas as componentes pertencem a um mercado de produtos único. Aplicado a um outro domínio, o raciocínio desenvolvido pelo gabinete NERA equivaleria a considerar que, uma vez que existe (provavelmente) uma relação entre os volumes das vendas de pneus e de motores para automóveis (uma vez que as vendas destes dois equipamentos estão ligadas às vendas dos automóveis), os pneus e os motores fazem parte do mesmo mercado de produto. Esta con-

clusão parece completamente absurda, tendo em conta a ausência total de substituibilidade entre os dois produtos (tanto a nível da procura como a nível da oferta) e as diferenças fundamentais quanto à estrutura da concorrência nos dois sectores (presença de construtores integrados, nível de concentração, etc.). É aliás por este motivo que os estudos econométricos relativos à definição dos mercados de produtos se baseiam normalmente em correlações de preços e não em correlações de volumes ([37]). A Comissão considera assim que esta relação não põe em causa a existência de condições de concorrência específicas a cada tipo de material, tendo nomeadamente em consideração os factos e condições acima desenvolvidos. O facto de, apesar da presença inevitável de uma relação entre componentes, as vendas de certas componentes aumentarem enquanto outras diminuem, vem também confirmar esta análise.

(176) De qualquer forma, mesmo aceitando a importância das marcas e das gamas de componentes para o funcionamento da concorrência, a força de uma marca assenta principalmente na competitividade das diferentes componentes. Uma vez que um eventual fornecedor monopolístico de uma componente pode obter um poder de mercado devido à sua posição a este nível, a análise concorrencial deverá ser realizada a nível de cada tipo de componente.

(177) A Comissão conclui assim que a análise dos efeitos da concentração notificada sobre a concorrência deve ser realizada a dois níveis: por um lado, a nível do conjunto das componentes necessárias à realização de um determinado tipo de quadro (o que corresponde ao nível utilizado pelas partes); e por outro lado, a nível das diferentes componentes destinadas a serem integradas, respectivamente, nos quadros divisionários e nos quadros terminais.

**Segmentação dos produtos**

*Distinção por tipo de função*

(178) A Comissão verifica que as diferentes categorias de componentes utilizadas num quadro eléctrico não são substituíveis entre si. Assim, é evidente, que um armário (ou seja um invólucro, normalmente metálico, formado por uma estrutura onde são montados painéis exteriores e uma porta) ou uma caixa, não pode de forma alguma ser substituível por um dispositivo de protecção (como um disjuntor ou um fusível).

([37]) Ver por exemplo, o artigo «The extent of the market», de Stigler e Sherwin, Journal of Law and Economics vol. 28, 555-585, Outubro de 1985.

(179) Deve assim ser estabelecida uma distinção clara, a nível dos dispositivos de protecção, entre os disjuntores e os fusíveis (cuja função consiste em proteger a instalação eléctrica contra o excesso de intensidade ou um curto-circuito), por um lado, e as protecções diferenciais (que servem para a protecção das pessoas), por outro lado. Pelas mesmas razões, os disjuntores diferenciais, que acumulam as funções de um diferencial e as de um disjuntor, não são substituíveis por outros tipos de protecção.

(180) Esta segmentação existe também do lado da oferta uma vez que, segundo as partes, cada um destes tipos de componentes é produzido numa cadeia de fabrico (e na maior parte das vezes numa fábrica) distinta e específica. Esta situação impede o fabrico de qualquer outra família de aparelhos e a reconversão em condições económicas aceitáveis.

*Distinção entre disjuntores e fusíveis*

(181) Os fusíveis preenchem uma função comparável à dos disjuntores (protecção contra os curto-circuitos e a sobrecarga eléctrica). Todavia, trata-se de componentes tecnicamente diferentes. Enquanto os disjuntores contêm um dispositivo electromagnético, os fusíveis funcionam por ruptura de um condutor eléctrico que aquece em caso de sobrecarga ou de curto-circuito. Consequentemente, os fusíveis devem ser substituídos após um curto-circuito ou uma sobrecarga, contrariamente aos disjuntores que devem simplesmente ser rearmados desde que a intensidade da corrente não atinja o nível de corte. Além disso, um fusível deve ser associado a um interruptor-seccionador, que permita trabalhar sem tensão quando se procede à sua substituição. Por último, embora um fusível seja menos caro (a nível da instalação) do que um disjuntor, necessita de uma maior manutenção, nomeadamente no que se refere às substituições, ocasionando assim custos totais mais elevados. Tendo em conta estas diferenças, e a maior simplicidade de emprego dos disjuntores, estes últimos são utilizados mais frequentemente do que os fusíveis e a longo prazo têm tendência a substituí-los.

(182) Tendo em conta as diferenças técnicas que existem entre fusíveis e disjuntores, as consequências que delas resultam para a manutenção dos quadros eléctricos e as diferenças de tecnologias de produção entre estas duas categorias de componentes, seria possível colocar a questão da necessidade de estabelecer uma distinção entre estes dois tipos de produtos. Todavia, esta questão pode permanecer em aberto, na medida em que não afectará a análise da operação em termos de concorrência.

*Distinção entre famílias de disjuntores*

(183) A nível dos disjuntores, será também conveniente estabelecer uma distinção entre disjuntores de forte intensidade, disjuntores em caixa moldada e disjuntores miniatura. Em primeiro lugar, afigura-se que cada uma destas categorias de disjuntor assegura uma função distinta. Os disjuntores de forte intensidade são disjuntores montados à entrada da instalação nos quadros gerais de baixa tensão, enquanto os disjuntores em caixa moldada são principalmente utilizados à entrada dos quadros gerais ou dos quadros divisionários, e os disjuntores miniatura são empregues à entrada dos quadros divisionários ou no âmbito de quadros terminais.

(184) Como ilustra o quadro 4 supra, estas especificidades de emprego explicam-se por diferenças a nível do desempenho entre as diversas categorias de disjuntores. Os dados fornecidos pelas partes indicam igualmente a presença de diferenças significativas de preços entre categorias. O preço de cessão interna a nível do grupo Schneider situa-se assim entre [1 000 e 5 000]* euros no que se refere aos disjuntores de forte intensidade ([38]), entre [1 000 e 5 000]* euros no que se refere aos disjuntores em caixa moldada ([39]) e entre [0 e 50]* euros, no que se refere aos disjuntores miniatura ([40]).

(185) Será por último conveniente assinalar que todos estes produtos integram linhas de produção diferentes, de tal forma que o produtor de um determinado tipo de disjuntor não poderá reorientar a sua produção para outros produtos e comercializá-los a curto prazo.

*Distinção entre armários e caixas*

(186) Os dados fornecidos pelas partes indicam que é necessário estabelecer uma distinção entre elementos de armários para quadros gerais, elementos de armários para quadros divisionários, e elementos de caixas para quadros terminais. Os armários e as caixas são equipamentos em chapa ou em plástico que servem para proteger as componentes eléctricas integradas nos quadros de distribuição de baixa tensão. Os armários ou caixas correspondem ao «invólucro» do quadro eléctrico, e são completados por «elementos de quadro» (suportes de fixação DIN, jogos de barras em cobre, etc.) que servem para a montagem e suporte das componentes eléctricas.

(187) De acordo com os dados fornecidos pelas partes, existem assim diferenças importantes entre os níveis de distribuição. Por um lado, as caixas terminais, em plástico, equipadas de suportes DIN e muito normalizadas) distinguem-se claramente dos armários (em metal, que podem incluir elementos específicos, etc.). Por outro lado, os armários utilizados para os quadros gerais de distribuição distinguem-se dos armários para os quadros gerais na medida em que, contrariamente aos armários para os quadros gerais, que podem muitas vezes incluir elementos específicos, realizados pelos técnicos de quadros, os armários utilizados para os quadros divisionários de distribuição seriam mais normalizados, limitando-se normalmente o papel dos técnicos de quadros, para este tipo de armários, à montagem de «kits» (gama Prisma no caso da Schneider, gamas Altis ou MAS no caso da Legrand) fornecidos pelos fabricantes. Além disso, os armários para os quadros gerais devem dar resposta a exigências técnicas elevadas (relacionadas com as limitações electromecânicas e com as intensidades de curto-circuito), a que não estão sujeitos os armários para quadros divisionários.

(188) Estas diferenças encontram-se igualmente a nível da oferta, uma vez que a normalização dos armários divisionários e das caixas terminais conduziu na generalidade a que os fabricantes lhes dedicassem meios específicos, com forte capacidade de produção, enquanto os armários para quadros gerais são frequentemente construídos através de meios polivalentes de fraco volume (para se adaptarem às exigências específicas de cada projecto).

*Disjuntores de ligação*

(189) Para além das componentes acima descritas, será conveniente assinalar a existência de uma outra categoria de produtos: os disjuntores de ligação. Trata-se dos aparelhos exigidos pela Electricité de France (EDF), em França, e também pelo distribuidor de electricidade em Portugal.

(190) Os disjuntos de ligação distinguem-se das outras componentes devido i) a uma função diferencial que, para além da protecção do utilizador, se destina a proteger o distribuidor contra o roubo de energia; ii) uma função tarifária (medida do consumo); e iii) uma função de multicalibragem que permite ao distribuidor de electricidade ajustar o disjuntor às necessidades do cliente.

([38]) Anexo — resposta à pergunta 25 — questionário de 6 de Abril de 2001.

([39]) Anexos — respostas às perguntas 25 e 64 — questionário de 6 de Abril de 2001.

([40]) Anexo — resposta à pergunta 64 — questionário de 6 de Abril de 2001 e nota de argumentação das partes de 13.3.2001 — «Definição do mercado dos produtos nos segmentos 1, 2 e 4».

(191) Estes aparelhos são vendidos, no que se refere a dois terços, ao distribuidor de electricidade e, no que se refere a um terço, a instaladores. Uma vez que se trata de aparelhos que dão resposta a uma exigência específica do distribuidor de electricidade, não existem actualmente produtos substituíveis. Além disso, os disjuntores de ligação não se integram nos quadros de distribuição eléctrica. Desta forma, estes aparelhos constituem um mercado do produto relevante distinto.

**Conclusão**

(192) À luz do que precede, os mercados do produto relevantes devem ser definidos quer a nível de cada uma das componentes quer a nível das categorias de quadro. Esta questão pode ser deixada em aberto, uma vez que os efeitos sobre a concorrência são semelhantes, independentemente da definição utilizada. Podem ser segmentados da seguinte forma:

*Quadro 5*

| Nível dos conjuntos | Nível das componentes |
|---|---|
| Quadros gerais | Armários para quadros gerais |
| | Disjuntores de forte intensidade |
| | Disjuntores em caixa moldada e/ou fusíveis para quadros gerais |
| Quadros divisionários | Disjuntores em caixa moldada e/ou fusíveis para quadros divisionários |
| | Armários para quadros divisionários |
| | Disjuntores miniatura e/ou fusíveis para quadros divisionários |
| Quadros terminais | Disjuntores miniatura e/ou fusíveis para quadros terminais |
| | Protecções diferenciais |
| | Caixas |
| Disjuntores de ligação | |

B.1.4 ***Definição dos mercados geográficos no que se refere aos quadros de distribuição***

**Definições dos mercados geográficos propostas pelas partes**

(193) As partes consideram que os mercados dos quadros de distribuição de baixa tensão são de dimensão europeia ([41]). Em especial, as partes explicam que os custos de transporte são fracos (menos de […]* % do custo do equipamento), que a produção é normalmente organizada com base num número limitado de unidades de produção na Europa e que o quadro regulamentar seria harmonizado na Europa.

**Análise da Comissão**

(194) O inquérito aprofundado realizado pela Comissão confirma a existência de mercados nacionais no que se refere aos materiais utilizados nos quadros divisionários ou nos quadros terminais. Esta conclusão baseia-se nos quatro elementos que se seguem. Em primeiro lugar, existem diferenças significativas entre produtos vendidos nos diferentes Estados-Membros, por razões relacionadas nomeadamente com o quadro regulamentar ou normativo em vigor nesses Estados-Membros e com a presença de hábitos nacionais. Em segundo lugar, os preços continuam a ser fixados a nível nacional e certas referências registam diferenças de preços consideráveis (até ao dobro) consoante o Estado-Membro. Em terceiro lugar, afigura-se que os elementos determinantes do funcionamento da concorrência, tanto do lado da oferta (posicionamento das marcas, acesso aos grossistas) como do lado da procura (estrutura e expectativas dos clientes) dependem de factores essencialmente nacionais (como a concentração, a dimensão e o âmbito geográfico dos grossistas, a percepção das marcas e das gamas por parte dos instaladores e dos técnicos de quadros, etc.) e variam substancialmente consoante os países. Por último, existem barreiras significativas à entrada e à expansão entre os países.

(195) A dimensão nacional dos mercados decorre aliás claramente da própria organização das partes. Por exemplo, os documentos estratégicos são elaborados por país. O mesmo acontece com as apresentações destinadas aos

([41]) De realçar que as partes fundamentam nomeadamente a sua argumentação na decisão da Comissão de 3 de Junho de 1999 no processo IV/M.1434 — Schneider/Lexel que teria consagrado esta definição europeia dos mercados geográficos. Será suficiente realçar que esta decisão não chegou a qualquer conclusão sobre a dimensão exacta dos mercados geográficos.

investidores. Como a Legrand resume ([42]), «a Legrand enfrenta níveis de concorrência diferentes, que dependem do mercado e do tipo de produtos vendidos. Os principais concorrentes da Legrand incluem desta forma a Hager e a Entrelec em França, a Gewiss e a Vimar em Itália, a MK Electric no Reino Unido […]*. Algumas empresas multinacionais como a General Electric, a ABB, a Siemens, a Schneider e a Matsushita concorrem com a Legrand em mais do que um mercado nacional».

*Os produtos vendidos pelos fabricantes variam consoante o país*

(196) Podem existir diferenças significativas entre Estados-Membros no que se refere aos produtos vendidos. Os dados fornecidos pela Schneider, pela Legrand e por diversos outros fabricantes revelam assim que a lista das cinco referências de disjuntores miniatura mais vendidas varia de forma significativa consoante o Estado-Membro, e que é raro encontrar uma referência que faça parte desta lista em mais de três Estados-Membros. Assim, quando a Schneider fornece a lista das cinco referências de disjuntores miniatura para quadros terminais mais vendidas no que se refere a 15 países do EEE, esta lista inclui 40 referências. Destas 40 referências […]* são vendidas em França, […]* em Itália, […]* em Espanha, […]* em Portugal, etc. Além disso, apenas duas referências são vendidas em […]* Estados (e nenhuma em mais do que […]* Estados) e […]* destas referências surgem em menos de cinco países. Podem extrair-se conclusões semelhantes no que se refere às vendas de disjuntores miniatura para quadros divisionários e no que se refere às vendas de interruptores diferenciais. Observa-se o mesmo fenómeno na Legrand. As listas da Schneider são muitas vezes totalmente diferentes, como acontece por exemplo entre a Grécia e a Itália (para os disjuntores miniatura para quadros divisionários), ou entre a Espanha e a Bélgica (para as protecções diferenciais). Em contrapartida, os disjuntores em caixa moldada são normalmente vendidos na maioria dos países (a preços que variam de forma coerente, como será seguidamente exposto).

(197) Esta situação explica-se principalmente devido à presença de diversos níveis de regras ou de hábitos nacionais que levam os instaladores e os técnicos de quadros a utilizar materiais diferentes consoante o país.

(198) Em primeiro lugar, será conveniente notar a existência de barreiras normativas entre Estados-Membros. Desta forma, existem «regras de instalação» que variam consoante os Estados-Membros. Estas regras dizem nomeadamente respeito a aspectos de segurança (ligação à terra, corte do neutro, protecções diferenciais de certos locais perigosos, etc.). Estas normas são obrigatórias, e a sua não observância por parte dos instaladores eléctricos é susceptível de sanções penais. A aplicação destas normas conduz a diferenças a nível das componentes utilizadas nos quadros de distribuição de electricidade de baixa tensão. Por exemplo, os disjuntores vendidos na Alemanha são monopolares (apenas corte da fase) enquanto devem ser bipolares em França e em Itália (corte da fase + neutro). Da mesma forma, um documento proveniente da CEI ([43]) sugere que determinados países proíbem a utilização de protecções diferenciais que não cortem o neutro e que outros Estados-Membros limitam ou proíbem a utilização de diferenciais CA.

(199) Em segundo lugar, será também necessário notar que nem todos os países utilizam uniformemente todos os regimes de neutro. Tendo em conta as diferenças de funcionamento entre regimes de neutro, a escolha de um regime será muitas vezes determinada pela aplicação (continuidade de serviço, presença de uma equipa de manutenção, risco de incêndio) e pela qualidade das tomadas de terra (e, por conseguinte, da consistência dos solos) em causa. No que se refere às aplicações residenciais, os países germânicos têm tendência para favorecer o regime TN, enquanto os Países Baixos, a Dinamarca e a Espanha favorecem o regime TT e a Noruega utiliza o regime IT. O regime de neutro pode também ser imposto pelo distribuidor de electricidade. É nomeadamente o que acontece em França, em que a Electricité de France exige que as instalações domésticas sejam em regime TT.

(200) Estas decisões irão influenciar a escolha das componentes nos diversos países. Tal como foi acima referido, a escolha do regime de neutro determina o tipo do dispositivo de protecção das pessoas. O regime TT impõe assim a utilização de diferenciais, enquanto o regime TN favorece a utilização de disjuntores e o regime IT implica, na maior parte dos casos, a colocação de controladores permanentes de isolamento. Mas a escolha do regime de neutro terá também implicações sobre as características dos disjuntores utilizados, nomeadamente sobre o número de pólos e a curva de disparo: o regime TT favorece a utilização de aparelhos bipolares e tetrapolares e com curvas C, enquanto nos regimes TN são preponderantes os dispositivos unipolares e tripolares e com curvas B, e no regime IT se encontram apenas aparelhos bipolares e tetrapolares.

([42]) Legrand, Formulário 20-F SEC.

([43]) CEI 64/1167/CD, fornecido pelas partes em complemento à resposta à pergunta 320 do questionário de 6 de Abril de 2001.

(201) Será também conveniente assinalar que a harmonização das normas técnicas não é total no que se refere aos quadros de distribuição. Para além da marca «CE», tornada obrigatória devido às directivas comunitárias pertinentes (nomeadamente a directiva «baixa tensão»), é muitas vezes necessário, para vender um produto num determinado Estado-Membro, obter a marca de qualidade nacional deste dispositivo emitida pelo organismo nacional de certificação do país em causa.

(202) Os resultados do inquérito realizado pela Comissão revelam que, embora esta marca de qualidade não seja juridicamente obrigatória, é na maior parte das vezes exigida pelos instaladores e pelos técnicos de quadros. Este fenómeno é aliás confirmado pelo facto de, apesar do custo ([10 000-15 000]* euros para 60 referências) e da duração (3 meses) significativos de cada operação de certificação nacional, quase todos os disjuntores e diferenciais da Schneider têm diversas marcas de qualidade. Este facto é também ilustrado pelos documentos internos das partes: documentos internos da Legrand ([44]) explicam assim que na Bélgica «apesar da existência de normalização europeia, a marca de qualidade CEBEC continua a ser inevitável face aos instaladores. Estes documentos revelam igualmente as principais barreiras à entrada na Alemanha que são a homologação do VDE (organismo de certificação) e as normas e a marca de qualidade nacionais».

(203) Para além destes critérios «objectivos», existem por último hábitos (de instalação, de escolha e de corte dos circuitos) a nível de cada Estado-Membro, que desempenham muitas vezes um papel importante na escolha dos dispositivos. Por exemplo, a Schneider indica que, em certos países como a Alemanha, os disjuntores são muitas vezes ligados pela parte inferior, enquanto noutros países (França, Itália e Espanha) os disjuntores são alimentados pela parte superior. É esta diferença que está na origem da existência de produtos (denominados Triconnect) especificamente concebidos para os instaladores alemães. Da mesma forma, documentos internos da Legrand ([45]) indicam que na Bélgica, «a maior parte do mercado é constituído por disjuntores [miniatura] com um poder de corte de 3 kA», enquanto na maior parte dos outros países são escolhidos sobretudo disjuntores com um poder de corte de 4,5 kA ou 6 kA. Por último, a figura-se que na França, o neutro é sistematicamente ligado no lado esquerdo e não no lado direito, como na maior parte dos outros Estados-Membros. A Schneider propõe, aliás, produtos especificamente adaptados a esta procura, marcando o pólo neutro à esquerda do aparelho.

([44]) Legrand e Bticino, Planos a Médio Prazo.
([45]) Bticino, Plano a Médio Prazo.

(204) A existência de múltiplos parâmetros que podem originar especificidades nacionais explica porque razão as referências mais vendidas variam de um Estado-Membro para outro. Pode também levar à existência de produtos especificamente adaptados a certos Estados-Membros. Desta forma, documentos internos da Legrand ([46]) indicam que na Áustria, «[…]*». Da mesma forma, documentos internos ([47]) da Schneider revelam que na Alemanha: «[…]*».

(205) Para concluir, tal como indica um concorrente ([48]), «existem usos e costumes locais e normas nacionais. São significativos e têm um impacto decisivo sobre as características dos próprios produtos», e é pouco provável que a harmonização progressiva das normas altere rapidamente as condições de mercado. Como refere aliás a Legrand ([49]): «a harmonização dos materiais de baixa tensão pode criar aberturas para novos produtos, embora a direcção da Legrand considere que estas aberturas de mercado se verificarão a um ritmo lento.»

(206) No seu Memorando de Resposta, as partes contestam as diferenças entre Estados-Membros. Realçam nomeadamente que, embora existam diferenças mínimas entre as referências comerciais dos produtos vendidos entre Estados-Membros (nomeadamente devido a diferentes marcas), a lista dos cinco produtos mais vendidos varia pouco em função dos Estados-Membros com base em composições industriais idênticas, e é comum encontrar uma referência que faz parte desta lista na maioria dos Estados-Membros. Desta forma, as 40 referências de disjuntores miniatura da Schneider corresponderiam apenas a [0 a 20]* de composições industriais, das quais [0 a 20]* são vendidas em mais de 9 Estados-Membros; da mesma forma, as 25 referências de interruptores diferenciais da Legrand apenas formariam, na realidade, [0 a 20]* composições industriais distintas, das quais [0 a 20]* são vendidas pelo menos em 6 Estados-Membros.

(207) De forma mais geral, as partes consideram que as regras de instalação e as marcas de qualidade nacionais não impõem, em si próprias, qualquer alteração específica dos produtos recordando também que se encontram normalmente todos os regimes de neutro em todos os países (embora em proporções muito variáveis).

([46]) Legrand e Bticino, Planos a Médio Prazo.
([47]) Schneider, Plano trienal (2001-2002-2003), País/Zona: Alemanha.
([48]) Gewiss, resposta ao questionário de primeira fase.
([49]) Legrand, Formulário 20-F SEC.

(208) A Comissão admite que, de um ponto de vista estritamente industrial, podem existir diferenças relativamente pouco importantes entre diversas referências. Por exemplo, certos disjuntores miniatura apenas se distinguirão de outras referências através da identificação do pólo de neutro (do lado esquerdo, conforme os hábitos do mercado francês), ou mesmo através de marcas de qualidade distintas. Aceita igualmente que as regras de instalação ou as marcas de qualidade nem sempre têm consequências significativas para a produção dos materiais em causa. Desta forma, os instrumentos de produção da Schneider e da Legrand são integrados a nível europeu.

(209) Todavia, a Comissão considera que estes elementos não afectam significativamente a análise. Com efeito, os argumentos apresentados pelas partes apenas incidem sobre a produção dos materiais. Ora, a produção dos materiais constitui apenas uma parte da oferta. Desta forma, tal como já foi acima referido, a posição concorrencial dos fabricantes não depende apenas da sua produção, mas também da força e da percepção das suas marcas, da sua disponibilidade junto dos principais grossistas nacionais e dos seus investimentos promocionais e relacionais junto dos instaladores e técnicos de quadros domésticos. Limitando-se a uma abordagem de simples produtor, as parte negligenciam assim elementos fundamentais da oferta.

(210) Por outro lado, e de forma ainda mais importantes, as partes ignoram as limitações relacionadas com a procura. Desta forma, não põem em causa o elemento essencial da presente secção, ou seja, que a presença de regimes de neutro, de hábitos e de regras nacionais de instalação e de marcas nacionais de qualidade, levam à existência de uma procura específica em cada país. As partes admitem aliás sem dificuldade no seu Memorando de Resposta, que as especificidades nacionais levam à escolha de referências diferentes. Que esta especificidade se traduza seguidamente pela utilização de produtos dedicados (como as gamas Triconnect na Alemanha), pela existência de uma marca nacional de qualidade ou ainda mais simplesmente pela escolha de referências próprias (disjuntores miniatura e divisionários monopolares e tripolares na Suécia e Dinamarca ou bipolares e quadripolares em França e em Itália), não tem, em si, uma importância fundamental. O que é importante, é que os clientes de cada país têm um comportamento de compra específico que tornam muito limitadas as possibilidades de escolha da procura face às diferenças dos preços praticados pelos habitantes.

*Os elementos determinantes da concorrência são definidos numa base nacional*

(211) Tal como foi referido acima, a composição concorrencial dos diferentes fabricantes será em grande parte determinada i) pela sua capacidade de fidelizar os instaladores e os técnicos de quadros à sua marca e, por conseguinte, de satisfazer as suas expectativas e ii) pelo seu acesso aos grossistas, pelo menos nos Estados-Membros em que estes estão suficientemente implantados.

A força e a percepção das marcas variam consoante os países

(212) Os resultados do inquérito revelam que, para dar resposta aos critérios de escolha dos instaladores e técnicos de quadros, os fabricantes devem oferecer produtos seguros e de boa qualidade, de fácil montagem e que se encontrem sempre disponíveis junto dos grossistas. Ora, estes factores dependem na maior parte dos casos das percepções nacionais.

(213) A percepção dos produtos varia consoante os Estados-Membros. Com efeito, tal como foi referido supra, existem diferenças significativas de normas e de hábitos entre Estados-Membros. Estas diferenças levam a escolhas de materiais diferentes. Além disso, estas escolhas correspondem igualmente a ponderações distintas nos critérios de avaliação. Por exemplo, afigura-se que os produtos da Legrand são normalmente considerados como produtos de boa qualidade, mas caros. Documentos internos ([50]) revelam que […]*. Os instaladores podem igualmente consagrar menor ou maior importância à inovação. Desta forma, embora a Legrand ([51]) considere que este factor esteja na base da sua posição concorrencial em […]*, parece ter pouca importância em […]*, que se traduz por […]*. Da mesma forma, documentos internos ([52]) demonstram que […]*.

(214) A disponibilidade dos produtos, que desempenha um papel significativo na decisão dos clientes, depende igualmente de especificidades nacionais (ou seja, o acesso aos grossistas nacionais e a cadeia logística nacional dos fabricantes). Segundo documentos internos ([53]), […]*, enquanto a disponibilidade dos seus produtos parece, em contrapartida, constituir um dos seus pontos fortes em […]*. Da mesma forma, a Schneider ([54]) considera que em […]*, «a logística constitui um factor-chave do êxito […]*».

(215) Tal como foi referido supra, os instaladores são normalmente fiéis à marca que utilizam normalmente (desde

([50]) Legrand e Bticino, Planos a Médio Prazo.
([51]) Legrand e Bticino, Planos a Médio Prazo.
([52]) Schneider, Plano de acção trienal (2001-2002-2003).
([53]) Legrand e Bticino, Planos a Médio Prazo.
([54]) Schneider, Plano trienal (2001-2002-2003).

que esteja imediatamente disponível e que dê resposta à necessidade em causa). Para fidelizar a sua clientela, os fabricantes realizam aliás investimentos promocionais e relacionais importantes, que estão directamente centrados nas necessidades dos instaladores e dos técnicos de quadros. As partes referem, assim, que asseguram uma presença comercial nas instalações do cliente para o auxiliar a escolher os produtos e que mantêm redes de agências e equipas de vendas em cada país. As partes propõem igualmente uma gama completa de produtos e de serviços que reforçam a sua proximidade e as suas relações com os instaladores. Trata-se assim, no que se refere aos produtos, de *softwares* de quantificação e de dimensionamento das instalações eléctricas ou de guias técnicos; no que se refere aos serviços, trata-se de acções de formação (no caso da Legrand), de assistência telefónica em linha, de resposta às questões técnicas, etc. Tal como foi referido supra, estes investimentos podem representar até [0 a 30]* % do volume de negócios das marcas.

(216) A percepção de uma marca não depende assim exclusivamente do posicionamento dos seus produtos, mas também da importância e da pertinência dos investimentos relacionais e promocionais realizados a nível de cada país. Ora, as forças comerciais estão organizadas numa base nacional e os esforços promocionais são normalmente definidos a nível de cada país e o seu volume (e mesmo a proporção de vendas que representam) pode variar significativamente consoante os Estados-Membros. O volume das acções comerciais realizadas pela Schneider no que se refere aos quadros divisionários varia assim numa relação de [0-20]* consoante os Estados-Membros e a proporção do volume de negócios representada por estas acções flutua numa relação de [0-40]*.

(217) As posições concorrenciais dos fabricantes permanecem assim também significativamente marcadas pelo peso do passado. A estrutura e a concentração da oferta e as posições respectivas dos diferentes fabricantes, poderão consequentemente variar consoante o Estado-Membro. Este fenómeno é claramente ilustrado pela presença de marcas nacionais (como a Vinckier ([55]) na Bélgica ou a Baco ([56]) na França) e pelas fortes variações nacionais das quotas de mercado dos fabricantes. Nos quadros divisionários, a Schneider está bem implantada em França mas permanece fraca na Alemanha e na Áustria; a ABB, que beneficia de posições fortes na Suécia e na Noruega, está quase ausente na Bélgica e no Reino Unido; a Siemens, que detém quotas de mercado significativas na Alemanha, representa uma parte marginal das vendas em França. Os documentos internos das partes confirmam igualmente, em larga medida, esta análise.

A estrutura e as expectativas da procura variam consoante os países

(218) As diferenças de percepções e posições das marcas consoante os países explicam-se igualmente devido à presença de variações nacionais significativas a nível da procura. Os documentos internos ([57]) das partes mostram assim a existência de fortes diferenças entre países no que se refere à formação e ao comportamento dos instaladores e dos técnicos de quadros. Os instaladores belgas parecem ser assim relativamente renitentes a empregar componentes de maior valor acrescentado, enquanto os instaladores alemães são «extremamente técnicos» e os instaladores italianos parecem procurar serviços de formação e de apoio para se adaptar ao crescente nível técnico da sua profissão.

(219) Por outro lado, tal como foi acima referido, a procura final provém de três tipos de aplicações (as instalações industriais, os edifícios do sector terciário e os edifícios residenciais) e o posicionamento dos diferentes fabricantes pode variar consoante a categoria do cliente. Ora, estes três sectores a jusante registam uma evolução distinta em cada país. Os documentos internos ([58]) das partes indicam, desta forma, que a Áustria deveria registar um forte crescimento da procura industrial, mas uma estagnação das novas construções, enquanto o Reino Unido e Portugal registam uma situação oposta e, na Grécia, a procura deveria ser incentivada pelo crescimento do sector terciário.

(220) Verifica-se igualmente que o comportamento e as expectativas dos grossistas podem variar significativamente entre Estados-Membros. Desta forma, o inquérito conclui claramente que o nível de concentração dos grossistas flutua de forma muito apreciável consoante os países e que as aquisições dos grossistas estão organizadas numa base nacional. Esta situação está ilustrada no Quadro 6 infra, que reproduz os níveis de concentração por Estado, tal como estimados pelas partes no que se refere às vendas de quadros gerais, divisionários e terminais.

([55]) Pertencente à GE.
([56]) Pertencente à Legrand.
([57]) Legrand, Planos a Médio Prazo.
([58]) Legrand, Planos a Médio Prazo.

*Quadro 6*

**Estimativa realizada pela Schneider das quotas de mercado dos cinco grupos de grossistas internacionais nos mercados dos quadros de distribuição eléctrica**

| | Rexel | Sonepar | Hagemeyer | Solar | Edmundson |
|---|---|---|---|---|---|
| Alemanha | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | — |
| Áustria | [30-40]* | — | — | — | — |
| Bélgica | [10-20]* | [10-20]* | — | — | — |
| Dinamarca | — | [0-10]* | — | [0-10]* | — |
| Espanha | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | — | — |
| Finlândia | — | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | — |
| França | [40-50]* | [30-40]* | — | — | — |
| Irlanda | [0-10]* | — | [0-10]* | — | [0-10]* |
| Itália | [0-10]* | [0-10]* | — | — | — |
| Noruega | — | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | — |
| Países Baixos | [0-10]* | [30-40]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* |
| Portugal | [30-40]* | [0-10]* | — | — | — |
| Suécia | [10-20]* | [10-20]* | [10-20]* | [10-20]* | — |
| Reino Unido | [0-10]* | — | [20-30]* | — | [10-20]* |

*Fonte:* mensagem electrónica das partes, de 16 de Julho de 2001.

(221) Os documentos internos das partes revelam igualmente que a organização dos grossistas pode ter fortes consequências para o tipo de concorrência existente entre fabricantes. Desta forma, afigura-se que nos países em que os grossistas estão mais atomizados, tal como acontece em Portugal ou em Espanha, a concorrência entre os grossistas leva a uma guerra de preços que tem repercussões a nível dos fabricantes. Como indica um documento interno ([59]) da Legrand, «[…]*».

(222) Além disso, o inquérito da Comissão revelou que os grossistas estão organizados a nível nacional ou mesmo infranacional. Mesmo os grandes grupos internacionais, como a Rexel, a Sonepar e a Hagemeyer, têm uma organização muito descentralizada que concede uma grande autonomia às suas filiais nacionais e locais. Na maior parte das vezes, a *holding* central do grupo consiste numa estrutura ligeira que centraliza unicamente as funções de comercialização, contabilidade e consolidação das contas a nível do grupo e de controlo de gestão. Esta estrutura descentralizada é acompanhada de uma organização logística a nível nacional que não é concebida para funcionar a nível transfronteiras. Assim, os estabelecimentos de um determinado país são abastecidos por circuitos nacionais de logística. A organização sobretudo nacional dos grossistas reflecte-se igualmente na natureza das suas relações com os fabricantes. Com efeito, mesmo os grupos de dimensão internacional organizam numa base nacional, ou mesmo local, os seus contratos de aquisição com os fabricantes.

(223) Com efeito, o inquérito da Comissão estabeleceu que as negociações comerciais entre fabricantes e grossistas, nomeadamente no que se refere à escolha dos fornecedores, à determinação das gamas de produtos que serão adquiridas e vendidas e também à fixação do nível dos preços e dos descontos ocorrem, na sua quase totalidade, a nível nacional ou regional. Como refere um grande grossista ([60]) «tanto quanto sabemos, não existe qualquer lista de preços a nível do EEE a partir da qual seriam negociados os descontos e os abatimentos. Em contrapartida, todas as condições são discutidas a nível de cada país». Um fabricante ([61]) confirma igualmente que «no que se refere a todos os produtos em causa, as tarifas são adoptadas e os descontos são concedidos numa base nacional». Este é também o modo de funcionamento das partes.

(224) Segundo a Schneider, a determinação dos preços de venda dos seus produtos junto dos grossistas realiza-se a

([59]) Legrand, Planos a Médio Prazo.

([60]) Hagemeyer, resposta ao questionário da segunda fase.

([61]) GE, complemento à resposta ao questionário da segunda fase.

dois níveis. Em primeiro lugar, os fabricantes emitem uma tarifa nacional. Seguidamente, os fabricantes negoceiam com cada grossista uma política de descontos individuais calculada com base na tarifa nacional. Estes descontos podem por vezes ultrapassar [30-60]* % do preço de catálogo e são concedidos por linha de produtos.

(225) Contudo, é necessário assinalar a existência de descontos sobre o conjunto do volume de compras que alguns fabricantes internacionais negoceiam com as empresas-mãe de certos grupos de grossistas internacionais. Todavia, tanto os grossistas como os fabricantes referiram à Comissão que um fabricante que deseja penetrar num mercado nacional ou aí desenvolver uma presença marginal não se pode contentar em negociar acordos com a empresa-mãe de um grupo internacional de grossistas para que os seus produtos possam ser efectivamente mais bem distribuídos nesse Estado. Deverá igualmente, e sobretudo, convencer a filial nacional e as filiais locais deste grupo a armazenarem os seus produtos.

(226) Apenas com esta excepção, as direcções dos grupos de grossistas deixam às suas filiais nacionais ou locais uma grande margem de liberdade na escolha dos seus fornecedores e das gamas de produtos que armazenam, na realização de acções comerciais específicas em colaboração com um determinado fabricante e mesmo no que se refere à negociação de descontos suplementares com os fabricantes. Por outro lado, os fabricantes concluem acordos específicos com as filiais locais ou mesmo com os estabelecimentos dos grossistas que fixam compromissos recíprocos relativos à venda e aquisição de produtos. Contrariamente ao que alegam as partes, a crescente concentração dos grossistas (que varia aliás significativamente consoante os Estados-Membros) não põe em causa o funcionamento nacional dos mercados.

*Os preços são determinados a nível nacional e variam fortemente entre países*

(227) O inquérito da Comissão revela que existem consideráveis diferenças de preços consoante os Estados-Membros. A observação das tarifas europeias da Schneider revela, por exemplo, que o mesmo disjuntor em caixa moldada é vendido a [40-80]* euros em […]* e a [130-170]* euros em […]*, e que uma referência de protecção diferencial é oferecida a [10-50]* euros em […]* e a [40-80]* euros em […]*. O mesmo exercício revela igualmente que, no que se refere à Legrand, a mesma caixa modular é vendida a [0-40]* euros em […]* e a [10-50]* euros em […]* e o mesmo disjuntor miniatura é oferecido a [0-40]* euros em […]* e a [0-40]* euros em […]*. Estas diferenças são igualmente confirmadas por documentos internos das partes ([62]), que revelam assim que, no que se refere aos disjuntores miniatura em França, «os preços médios permanecem muito elevados relativamente aos outros países».

(228) Os quadros 7 e 8 infra apresentam os preços médios para, respectivamente, os disjuntores em caixa moldada para quadros divisionários e os interruptores diferenciais para quadros terminais. Estes quadros revelam variações substanciais de preços. Uma comparação dos preços no que se refere às restantes componentes dos quadros divisionários ou terminais e dos preços apresentados pelos outros fabricantes leva a resultados semelhantes.

*Quadro 7*

**Preços, tal como facturados pela Schneider, relativos (base 100 em França) aos disjuntores em caixa moldada para quadros divisionários**

| Disjuntores de caixa moldada | Alemanha | Áustria | Bélgica | Dinamarca | Espanha | Finlândia | França | Grécia | Irlanda | Itália | Países Baixos | Noruega | Portugal | Suécia | R U |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| […]* | *** | ** | ** | ** | ** | ** | 100 | ** | | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| […]* | ***** | *** | *** | *** | ** | ** | 100 | ** | ** | **** | ** | *** | *** | *** | **** |
| […]* | **** | ** | *** | ** | *** | ** | 100 | ** | ** | *** | *** | *** | *** | ** | ** |
| […]* | **** | ** | *** | ** | ** | ** | 100 | ** | ***** | | ** | ** | * | ** | ** |
| […]* | ***** | *** | *** | *** | *** | | 100 | ** | | ** | *** | ** | *** | ** | *** |
| […]* | **** | ** | *** | ** | ** | ** | 100 | ** | ** | *** | *** | ** | ** | ** | *** |
| […]* | *** | ** | *** | ** | ** | ** | 100 | ** | ** | | ** | ** | ** | ** | ** |
| […]* | *** | ** | *** | ** | ** | ** | 100 | ** | ** | **** | *** | ** | **** | ** | ** |
| […]* | **** | *** | *** | ** | *** | | 100 | ** | | ** | *** | | *** | | |

*Fonte:* mensagem electrónica das partes de 24 de Junho de 2001.
[Versão não confidencial: * = 0-50; ** = 50-100; *** = 100-150, etc.]*.

([62]) Legrand, Planos a Médio Prazo.

*Quadro 8*

**Preços, tal como facturados pela Schneider, relativos (base 100 em França) aos interruptores diferenciais para quadros terminais**

| R C D | Alemanha | Áustria | Bélgica | Dinamarca | Espanha | Finlândia | França | Grécia | Irlanda | Itália | Países Baixos | Noruega | Portugal | Suécia | R U |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| […]* | ** | | | | | | 100 | | | * | | | ** | | |
| […]* | - | * | | ** | | * | 100 | *** | * | | ** | *** | *** | ** | *** |
| […]* | - | ** | | ** | ** | * | 100 | ** | *** | ** | *** | | ** | ** | |
| […]* | - | ** | | | *** | ** | 100 | ** | ** | ** | *** | | ** | ** | |
| […]* | - | | | | *** | *** | 100 | ** | | ** | *** | *** | ** | ** | |
| […]* | - | * | | * | *** | ** | 100 | ** | ** | ** | *** | | ** | ** | |
| […]* | - | ** | | ** | | ** | 100 | ** | | ** | *** | *** | ** | *** | |
| […]* | - | | | | | | 100 | | | | | | | | |
| […]* | - | *** | *** | | *** | | 100 | | | | | | *** | | **** |
| […]* | *** | ** | *** | | *** | | 100 | | | | | | *** | | |

*Fonte:* mensagem electrónica das partes de 24 de Junho de 2001.
[Versão não confidencial: * = 0-50; ** = 50-100; *** = 100-150, etc.]*

(229) A existência e a persistência destes desvios de preços entre cada uma das componentes destinadas a serem integradas, respectivamente, nos quadros divisionários e nos quadros terminais ilustra a dificuldade que deve existir, para a procura, em efectuar arbitragens entre os Estados-Membros. A aparente dificuldade das arbitragens entre os preços dos Estados-Membros pode explicar-se nomeadamente pela fraca sensibilidade da procura final no que se refere aos preços reflectida na fidelidade à marca. Vem igualmente contradizer a abordagem proposta pelas partes, ou seja, soluções, porque também parece que não existe uma escolha entre soluções entre Estados-Membros. Esta dificuldade a nível da escolha é também confirmada pelos grossistas que explicam que a sua organização logística nacional não é propícia à realização de arbitragens de preços. Além disso, a necessidade de poder sempre fornecer os instaladores e os técnicos de quadros num prazo muito curto limita o seu recurso a arbitragens que, por natureza, são aleatórias em termos de fontes de produtos.

(230) As partes insistem contudo quanto à existência de uma tendência para preços homogéneos a nível europeu. Desta forma, num documento interno ([63]), a Schneider indica que «a chegada do euro em 2002 […]* obriga [a Schneider] a harmonizar as tarifas europeias e a evitar diferenças entre países», e que «[os grandes clientes] já não aceitam ser tratados de forma diferente consoante os países» […]*.

(231) […]*

(232) Este documento, que é citado pela Schneider como prova da existência de mercados geográficos comunitários, corrobora assim a importância das diferenças de preços observadas actualmente. Indica igualmente que, apesar da chegada do euro, poderão continuar a existir diferenças importantes entre os Estados-Membros, pelo menos até [2004-2005]*. Confirma por último que os preços são fixados a nível nacional uma vez que, neste documento, são «os países» que «posicionam os seus preços relativamente à [tarifa de referência]*» e «adaptam o seu posicionamento tarifário e as suas estruturas de descontos».

(233) As partes consideram que a análise dos preços por componentes não é pertinente para o cliente uma vez que o mercado seria determinado em função do desempenho tecnico-económico da solução. As partes referem igualmente que as análises de preços de tipo «solução completa» revelam a existência de uma convergência, pelo menos quando se excluem os mercados nacionais menos importantes que correspondem aos limites externos da União Europeia e/ou que entraram recentemente na União Europeia.

(234) Os argumentos das partes são invalidados pelos seus próprios dados relativos aos preços das soluções médias, tal como ilustram os quadros 9 e 10 infra. Estes quadros revelam, com efeito, variações substanciais de preços entre os Estados que não parecem atenuar-se com os anos. De notar que as variações de preços que estes quadros ilustram são menores que as apresentadas no que se refere às componentes, o que se deve, sem dúvida, ao tratamento contabilístico que as partes aplicaram aos dados de partida: os preços das componentes.

([63]) Schneider, A convergência tarifária europeia.

*Quadro 9*

**Vendas (preços relativos) em francos correntes de uma «solução média» para os quadros divisionários**

| | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alemanha | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Áustria | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Bélgica | ** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Dinamarca | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Espanha | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Finlândia | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| França | ** | ** | *** | *** | ** | ** | ** |
| Irlanda | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Itália | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Noruega | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Países Baixos | *** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Portugal | ** | ** | ** | *** | *** | *** | ** |
| Suécia | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| RU | ** | ** | ** | ** | ** | ** | *** |

*Fonte:* resposta das partes ao questionário da Comissão de 28 de Fevereiro de 2001.
[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

*Quadro 10*

**Vendas (preços relativos) em francos correntes de uma «solução média» para os quadros terminais**

| | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alemanha | *** | *** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Áustria | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Bélgica | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Dinamarca | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Espanha | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Finlândia | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| França | *** | *** | *** | *** | *** | ** | ** |
| Irlanda | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Itália | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Noruega | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Países Baixos | *** | ** | ** | ** | ** | *** | *** |
| Portugal | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| Suécia | ** | ** | ** | ** | ** | ** | ** |
| RU | ** | ** | ** | ** | ** | ** | *** |

*Fonte:* resposta das partes ao questionário da Comissão de 28 de Fevereiro de 2001.
[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

(235) Desta forma, a Comissão não pode subscrever a análise exposta pelas partes segundo a qual um exame dos preços de soluções demonstraria a existência de um mercado europeu. Em primeiro lugar, a Comissão salienta que as partes não negam a existência de diferenças de preços importantes e admitem que, a existir convergência, esta não se verifica em todos os Estados-Membros. Em segundo lugar, a Comissão considera que uma eventual convergência dos preços (que não corresponde aos factos) não permite concluir que exista um mercado único: a eventual reabsorção das diferenças de preços entre Estados-Membros depende muito mais da rapidez da convergência do que exclusivamente da sua existência. Ora, os documentos internos da Schneider acima citados indicam que, no que se refere às componentes, a convergência de preços será lenta. Por último, e sobretudo, a Comissão não partilha a opinião das partes segundo a qual a análise a nível das componentes não é pertinente. Os preços das soluções dependem, em grande medida, do preço das componentes que nela são integradas. Por conseguinte, se existirem diferenças de preços entre componentes, existirão igualmente diferenças de preços a nível de certos quadros.

(236) No seu Memorando de Resposta, as partes não contestam a existência de diferenças de preços por componente. Em contrapartida, consideram que os dados disponíveis revelam a existência de uma convergência rápida, acelerada pela introdução do euro e pelo desenvolvimentos dos portais *internet* e atestada pelo progressivo aparecimento de uma tarifa europeia de referência na Schneider. Consideram igualmente que, de qualquer forma, a diferença de preços constitui apenas um dos factores a tomar em consideração para definir o mercado geográfico relevante.

(237) A Comissão não pode subscrever os argumentos das partes relativos à existência de uma convergência rápida dos preços. Por um lado, os quadros precedentes, que revelam a existência de diferenças de preços por vezes consideráveis, não sugerem de forma alguma o rápido aparecimento de uma convergência a nível comunitário. Mesmo se se tomar em consideração a «solução média» apresentada pelas partes, os dados que figuram no quadro 10 revelam, por exemplo, que esta solução era em média [40 a 60]* % mais onerosa na Alemanha do que na Áustria em 1994, e que se mantém [40 a 60]* % mais onerosa na Alemanha do que na Áustria em 2000. Uma análise a nível das componentes individuais levaria aos mesmos resultados. Por outro lado, afigura-se que, apesar do aparecimento de uma tarifa europeia de referência da Schneider, poderão continuar a existir a médio prazo diferenças de preços de catálogo superiores a [0 a 20]* % relativamente ao mesmo produto vendido em dois países vizinhos. Estas diferenças poderão ainda ser acentuadas pela presença de políticas de descontos e de abatimentos específicas a cada país que não são objecto de esforços de harmonização.

(238) A Comissão aceita o argumento das partes segundo o qual a diferença de preços apenas constitui um dos elementos a tomar em consideração na definição do mercado geográfico relevante. Contudo, no caso presente, este critério parece ser só suficiente para a análise. Com efeito, como é que se pode compreender que produtos idênticos, fabricados na mesma fábrica e encaminhados pela mesma rede logística e relativamente aos quais o custo de transporte é mínimo, possam ser vendidos com diferenças de preços entre Estados-Membros que frequentemente atingem o triplo? A presença destas diferenças no que se refere a produtos semelhantes confirma, quase por si só, que não existe uma possibilidade real de arbitragem entre dois Estados-Membros. A manutenção destas diferenças demonstra a ausência de homogeneidade das condições de concorrência no mercado comum.

(239) De qualquer forma, a Comissão considera que a análise da oferta e da procura, tal como efectuada nas outras partes da presente secção, confirma, se tal for necessário, o carácter nacional resultante da análise dos preços.

*Presença de fortes barreiras nacionais à entrada*

(240) As considerações precedentes indicam que existem fortes barreiras à entrada de um país para o outro. Para se instalar num determinado país, não é suficiente dispor de «soluções» num outro país. Com efeito, é necessário ultrapassar o «conservadorismo» dos instaladores para criar uma procura, obter acesso aos grossistas e (no que se refere aos materiais para os quadros terminais) obter a homologação das marcas de qualidade nacionais. Uma vez que o acesso aos grossistas depende da procura dos instaladores e que esta procura depende por seu turno da disponibilidade dos produtos e portanto do acesso aos grossistas, o exercício pode exigir investimentos a fundo perdido muito importantes, sobretudo quando existem marcas já bem instaladas.

**Disjuntores de ligação**

(241) Os disjuntores de ligação dão resposta a especificações nacionais em Portugal e em França. Por este motivo, o mercado geográfico relevante é de dimensão nacional.

**Conclusão**

(242) À luz do que precede, a Comissão conclui que existem mercados nacionais no que se refere às componentes

dos quadros divisionários e dos quadros terminais e aos disjuntores de ligação. Tal como resume um fabricante, todos os segmentos deveriam ser analisados numa base nacional. Em primeiro lugar, as normas e os hábitos nacionais são significativamente diferentes consoante os países. Em segundo lugar, tendo em conta a estrutura vertical (cliente final/instalador/grossista/fabricante), os mercados nacionais são muito estáveis. Desta forma, mesmo que o fabricante fosse capaz de convencer um grossista a referenciar os seus produtos, acrescentando-os às suas marcas actuais (aumentando assim o número dos seus fornecedores) tal não lhe permite contudo convencer os instaladores locais a escolher os seus produtos.

(243) No seu Memorando de Resposta, as partes contestam esta definição e consideram nomeadamente que a Comissão não tomou suficientemente em consideração a harmonização do quadro normativo, os fracos custos de transporte e a organização comunitária da produção.

(244) A Comissão admite sem problemas estes três fenómenos. Contudo, defende que não põem de modo algum em causa a definição dos mercados geográficos relevantes. Tal como foi referido supra, o quadro normativo constitui apenas um dos elementos da procura e não parece desempenhar um papel significativo, tendo em conta a importância preponderante ainda consagrada aos hábitos e às marcas de qualidade nacionais. De qualquer forma, a harmonização do quadro normativo não conduziu a uma convergência dos preços dos materiais, o que deveria ter-se produzido se se tratasse de uma forte barreira às trocas comerciais. Da mesma forma, a organização europeia da produção e o nível reduzido dos custos de transporte não põem em causa o carácter nacional dos mercados, uma vez que este depende mais da especificidade nacional da procura e, no que se refere à oferta, da percepção das marcas e do modo de fixação dos preços.

(245) A definição dos mercados geográficos correspondente aos materiais para quadros gerais pode, em contrapartida, ser deixada em aberto uma vez que, tendo em conta a ausência da Legrand neste sector, a operação não seria susceptível de entravar a concorrência de forma significativa no EEE ou numa parte substancial deste.

### B.2 CANALIZAÇÕES ELÉCTRICAS PREFABRICADAS E SUPORTES PARA CABOS

#### B.2.1 *Definição dos mercados de produtos*

(246) As partes definem um mercado de produtos que inclui, por um lado, os «suportes para cabos» e, por outro, as «canalizações eléctricas com condutores integrados» também denominadas «canalizações eléctricas prefabricadas» (seguidamente designadas «canalizações prefabricadas»).

(247) Um suporte de cabos é um conjunto prefabricado que constitui um suporte contínuo de chapas perfuradas ou de perfis perfurados. Destina-se a suportar os condutores, em alumínio ou em cobre, isolados, que transportam a corrente eléctrica num edifício. As partes explicam que os suportes para cabos são normalmente instalados no subsolo, em condutas metálicas e nos tectos falsos dos edifícios. Os materiais normalmente utilizados para o fabrico dos suportes de chapa e dos perfis perfurados são o aço, o alumínio, o PVC, o poliéster e a rede metálica. Estes produtos têm diversas dimensões que vão de 50 a 600 mm de largura, de 50 a 100 mm de altura e de 1 a 3 m de comprimento.

(248) A intensidade da corrente que pode ser transportada pelos cabos instalados nos suportes depende directamente das características técnicas e do número destes cabos. As partes explicam ([64]) que não controlam a potência eléctrica transportada nos seus suportes. Assumem um compromisso no que se refere a um comportamento mecânico e não no que se refere aos amperes que circulam nos cabos, que podem ser de todos os tipos, secções e pesos. Os suportes para cabos podem ser utilizados na horizontal e na vertical em todo o edifício, entre os quadros gerais, divisionários e terminais. Quanto maior for a potência distribuída e, por conseguinte, o peso dos cabos (secção do condutor) mais robustas deverão ser as soluções utilizadas. Desta forma, os perfis perfurados para cabos metálicos são mais utilizados entre o quadro geral e os quadros divisionários, enquanto os suportes para cabos perfurados são mais utilizados entre os quadros divisionários e os quadros terminais. De forma mais marginal, os suportes para cabos em rede soldada ou em metal perfurado poderão ser utilizados a jusante do quadro terminal para alimentar uma máquina.

(249) Uma canalização prefabricada é composta por um conjunto de condutores, em cobre ou em alumínio, montados numa conduta constituída por materiais isolantes e instalada num invólucro metálico, normalmente de aço galvanizado. As canalizações prefabricadas são constituídas pelo conjunto de diversos componentes. Uma caixa de alimentação que assegura a alimentação eléctrica é instalada entre o quadro eléctrico e a canalização prefabricada propriamente dita. Esta é composta pelo conjunto de diversos elementos com um comprimento habitual entre 3 e 5 metros. Estes elementos incluem diversos níveis sobrepostos, sobre os quais são instalados os condutores. Neles são instalados elementos de derivação em intervalos regulares. Estes elementos destinam-se a

([64]) Mensagem de 3 Julho de 2001 em resposta a um pedido da Comissão de 2 de Julho de 2001.

receber as caixas de derivação, com o objectivo de derivar a corrente eléctrica para um ou diversos receptores, denominados «cargas». Cotovelos flexíveis, normalmente em plástico, asseguram a passagem dos conectores e a continuidade da canalização nos ângulos das paredes. Elementos de ligação permitem ligar dois elementos de canalização entre si. Por último, um elemento de topo é instalado na extremidade final da canalização. As dimensões de uma canalização prefabricada variam em função da intensidade da corrente transportada. Segundo as partes, uma canalização eléctrica pode assegurar o transporte de corrente com uma intensidade compreendida entre 20 e 5 000 amperes ([65]).

(250) As canalizações prefabricadas podem desempenhar quatro funções diferentes. Numa configuração pesada denominada «Ligação» asseguram a ligação entre o transformador de Média Tensão/Baixa Tensão e o quadro geral. Trata-se de uma configuração curta, inferior a 10 metros, em que a intensidade da corrente transportada é forte, compreendida entre 1 600 e 4 000 amperes. Numa configuração mais ligeira, denominada «Transporte», as canalizações prefabricadas asseguram o transporte da corrente do quadro geral para os quadros divisionários. Esta aplicação é mais longa do que a precedente, cerca de 30 metros, e a intensidade da corrente transportada é da ordem dos 400/1 600 amperes. As partes explicam todavia que as duas configurações de canalizações prefabricadas mais utilizadas correspondem a duas outras funções específicas: a alimentação eléctrica dos sistemas de iluminação e a distribuição eléctrica de fraca potência ([66]). Numa configuração de iluminação, a canalização prefabricada terá um comprimento de 30 metros e transportará corrente com uma intensidade habitualmente compreendida entre 16 e 40 amperes. Será, além disso, munida de conectores específicos para a alimentação dos candeeiros. Numa configuração de distribuição de fraca potência, a canalização terá igualmente um comprimento de 30 metros, mas transportará corrente com uma intensidade mais forte, entre 40 e 100 amperes. Servirá para distribuir corrente para aparelhagem ultra-terminal, como tomadas ou interruptores. Para o efeito, será munida de conectores e de caixas de fusíveis e/ou de disjuntores, a fim de assegurar a protecção destes aparelhos.

(251) Os suportes para cabos e as canalizações prefabricadas servem assim para transportar fisicamente a corrente eléctrica entre o quadro geral e os quadros divisionários. As partes referem que as canalizações prefabricadas são também utilizadas a jusante do quadro divisionário, nomeadamente para distribuir energia para os quadros de distribuição terminal ([67]). As canalizações prefabricadas integram, na fase do seu fabrico, os condutores que asseguram o transporte da corrente eléctrica. No caso dos suportes para cabos, estes condutores deverão ser adquiridos separadamente ([68]). As partes confirmam que não propõem aos seus clientes ofertas combinadas de suportes para cabos e de cabos ([69]).

(252) Segundo as partes, os suportes para cabos e as canalizações de condutores formam um único e mesmo mercado de produtos. As partes explicam que estas duas categorias de produtos desempenham uma função idêntica, ou seja, servir de suporte ao transporte de correntes eléctricas elevadas, frequentemente de diversas centenas de amperes, entre o quadro geral de distribuição de baixa tensão e os quadros divisionários. Concluem que as canalizações prefabricadas e os suportes para cabos são substituíveis no lado da procura.

(253) No entanto, no que se refere a estas duas categorias de produtos, a substituibilidade do lado da procura é limitada, enquanto a substituibilidade do lado da oferta é inexistente.

**Substituibilidade do lado da procura**

(254) As partes explicam ([70]) que a opção de recorrer a uma determinada categoria de produto depende da configuração de cada edifício e das características da rede de distribuição eléctrica que nele está instalada. Desta forma, as canalizações prefabricadas oferecem um nível de flexibilidade superior aos suportes para cabos no que se refere à disposição dos equipamentos (computadores, máquinas, etc.) que necessitam de electricidade. Este último ponto é particularmente evidenciado num documento interno da Schneider ([71]). Este documento explica que as canalizações prefabricadas são «mais concorrenciais que o cabo» quando se trata de distribuir corrente eléctrica para numerosas máquinas dispostas num mesmo local. Com efeito, apresentariam duas vantagens principais. Em primeiro lugar, as canalizações prefabricadas são «de fácil modificação: uma máquina pode ser deslocada facilmente ou pode ser acrescentada uma nova máquina bastando para isso ligá-la a um ponto de entrada disponível». Em segundo lugar, as canalizações prefabricadas são «muito adaptáveis: podem ser acrescentadas ou retiradas canalizações para dar resposta às alterações de configuração». Surge uma afirmação do

([65]) Anexo 39 do formulário CO.
([66]) Resposta das partes de 21 de Junho de 2001 a um pedido de 13 de Junho de 2001.
([67]) Formulário CO, p. 52.
([68]) Resposta de 23.2.2001, ponto 6.
([69]) Resposta das partes à pergunta 9 do questionário de 22 de Março de 2001.
([70]) Formulário CO, p. 52.
([71]) «Busbar trunking — SBU presentation». Documento fornecido em resposta (Anexo 8) ao questionário de 22 de Março de 2001, p. 10.

mesmo tipo num outro documento interno da Schneider ([72]). Nele é indicado que as canalizações eléctricas têm um preço […]* vezes mais elevado que os suportes para cabos, mas que o custo de instalação de uma derivação é nesse caso […]* vezes menos elevada. Segundo este mesmo documento, a instalação de canalizações prefabricadas constitui uma solução mais económica do que os suportes para cabo, quando é necessário instalar mais do que […]* derivações.

(255) Por outro lado, um documento interno da Schneider ([73]) explica que as canalizações prefabricadas são igualmente «mais concorrenciais do que o cabo» no que se refere às aplicações «ligação» que implicam o transporte de corrente com uma intensidade de 1 600 amperes e às aplicações «transporte» que implicam o transporte de corrente de uma intensidade superior a 1 000 amperes.

(256) Por outro lado, as canalizações prefabricadas e os suportes para cabos apresentam características técnicas e de funcionamento diferentes. Desta forma. As partes explicam ([74]) assim que as canalizações prefabricadas resistem muito melhor às elevadas intensidades de corrente geradas por um curto-circuito. Um documento interno da Schneider ([75]) indica igualmente que em caso de curto-circuito, as canalizações prefabricadas apresentam a vantagem de provocar uma interrupção mínima da alimentação eléctrica. Este documento explica com efeito: «são colocadas protecções em cada ponto de ligação, de forma a que apenas seja retirada uma carga, o que minimiza o tempo de não operacionalidade durante a manutenção e a reparação». Além disso, este mesmo documento indica ([76]) que as canalizações eléctricas são 40 % mais leves e a sua instalação é duas vezes mais rápida do que os suportes para cabo.

(257) Em contrapartida, a gama de materiais susceptíveis de serem utilizados para o fabrico dos suportes para cabo permite o seu uso em ambientes específicos. Por exemplo, os suportes para cabos de alumínio resistem particularmente bem em atmosferas húmidas e os suportes para cabos de plástico reforçado em fibra de vidro são adequados para atmosferas corrosivas. Consequentemente, os primeiros são frequentemente utilizados na indústria agro-alimentar e os segundos na indústria química ([77]).

([72]) Documento fornecido em anexo 39 ao formulário CO, p. 4.
([73]) «Busbar trunking — SBU presentation». Documento fornecido em resposta (Anexo 8) ao questionário de 22 de Março de 2001, p. 9.
([74]) Formulário CO, p. 52.
([75]) «Busbar trunking — SBU presentation», supracitado, p. 10.
([76]) Idem, p. 9.
([77]) Ver resposta das partes à pergunta 4 do questionário de 22 de Março de 2001.

(258) As canalizações prefabricadas e os suportes para cabos dão por conseguinte resposta a necessidades específicas e diferentes. As primeiras representam uma solução mais económica do que as segundas, desde que a intensidade da corrente a transportar entre o quadro geral e os quadros divisionários seja superior a 1 000 amperes ou desde que a intensidade a transportar entre o transformador MT/BT e o quadro geral seja superior a 1 600 amperes. Numa configuração de «distribuição», as canalizações prefabricadas representam uma solução mais económica quando o número de derivações a instalar for superior a cinco. As canalizações prefabricadas apresentam igualmente características técnicas que as tornam particularmente bem adaptadas e insubstituíveis nos edifícios onde a continuidade da alimentação eléctrica é indispensável e que necessitam da instalação de um grande número de derivações, como os grandes edifícios comerciais, os hospitais e os aeroportos. Com efeito, num documento interno da Schneider, este tipo de edifícios é apresentado como o mercado natural das canalizações prefabricadas ([78]). Inversamente, os suportes para cabo serão preferíveis às canalizações prefabricadas em certos sectores económicos ou tipos de atmosfera específicos.

(259) A substituibilidade do lado da procura entre canalizações prefabricadas e suportes para cabos é por conseguinte parcial. Limita-se, no essencial, às aplicações de distribuição de fraca potência, de transporte e de ligação. Mesmo no que se refere a cada uma destas aplicações, as características de cada uma das duas categorias de produtos limitarão a substituibilidade do lado da procura.

(260) Esta conclusão é confirmada por um documento interno da Schneider onde se indica que os «cabos» representam uma tecnologia apenas «indirectamente concorrente» das canalizações prefabricadas ([79]). As partes salientam que a tecnologia dos suportes para cabos é indirectamente concorrente «uma vez que desempenha a mesma função de base sem todavia dispor da mesma flexibilidade de utilização» ([80]). Um terceiro inquirido, a Pogliano, explica que os suportes para cabos e as canalizações prefabricadas apenas estão verdadeiramente em situação de concorrência nos mercados geográficos em que a difusão destas últimas está ainda limitada e em que, por conseguinte, os consumidores conhecem ainda mal as suas vantagens relativas ([81]).

([78]) «Busbar trunking — SBU presentation», supracitado, p. 9.
([79]) «Apresentação da iniciativa Marketing CEP», documento fornecido pela Schneider em resposta ao questionário de 22 de Março de 2001, no Anexo 6, p. 4.
([80]) Resposta das partes de 21 de Junho de 2001, a um pedido da Comissão de 13 de Junho de 2001.
([81]) Resposta de 17.2.2001, p. 6.

**Substituibilidade do lado da oferta**

(261) Um elevado número de terceiros explicou que as canalizações prefabricadas constituem um produto mais elaborado do ponto de vista técnico do que os suportes para cabos. Com efeito, tal como foi já referido, os condutores eléctricos são incluídos nas canalizações prefabricadas desde a fase da sua produção, enquanto os suportes para cabos são apenas concebidos para receber estes condutores numa fase posterior.

(262) As diferenças técnicas entre as canalizações prefabricadas e os suportes para cabos reflectem as normas a que estão sujeitos. As normas CEI 60439-2 e Cenelec EN 60439-2 relativas às canalizações prefabricadas estabelecem exigências eléctricas que visam particularmente o dimensionamento dos condutores que integram, o seu isolamento e as características das ligações. As normas Cenelec EN 10142 e EN 10088 relativas aos suportes para cabos estabelecem, quanto a elas, exigências mecânicas no que se refere aos pesos gerados pelos cabos que os suportes para cabos e as suas fixações deverão poder suportar. Desta forma, enquanto as normas relativas às canalizações prefabricadas fixam exigências eléctricas destinadas a evitar curto-circuitos e incêndios ([82]), as normas relativas aos suportes para cabos fixam exigências relativas à resistência física destes produtos. Contrariamente aos suportes para cabos, as canalizações prefabricadas constituem assim uma aparelhagem eléctrica, na medida em que se destinam a ser atravessadas por corrente eléctrica.

(263) Estas diferenças técnicas implicam processos de fabrico diferentes. O fabrico dos suportes para cabos assemelha-se à metalurgia ou à serralharia enquanto a produção de canalizações prefabricadas pertence à construção eléctrica. Desta forma, as partes reconhecem no formulário CO (página 52) que os suportes para cabos são normalmente realizados por serralheiros e as canalizações eléctricas por electricistas. Daqui resulta que, tanto quanto é do conhecimento da Comissão, apenas duas empresas fabricam estas duas categorias de produtos: a Schneider e a Hager. Em cada um destes dois casos, a situação é recente e resulta da aquisição de uma outra empresa (Lexel pela Schneider e Tehalit pela Hager). Anteriormente a estas aquisições, a Schneider e a Hager produziam unicamente canalizações prefabricadas.

(264) Apesar disso, cada um destes dois grupos dispõe de filiais especializadas no fabrico de uma destas categorias de produtos. Desta forma, no grupo Schneider, as filiais Télémécanique e Normabarre asseguram a produção de canalizações prefabricadas, enquanto as filiais Wibe, Stago e Mita asseguram a produção de suportes para cabos. Os principais fabricantes de canalizações prefabricadas na Europa (Moeller, MEM-Delta, Pogliano, Zucchini, etc.…) não produzem suportes para cabos. Por último, as partes sublinham que os produtores de suportes para cabos são fabricantes de pequena dimensão, especializados no fabrico deste tipo de produto ([83]).

(265) A substituibilidade entre suportes para cabos e canalizações eléctricas prefabricadas é por conseguinte inexistente do lado da oferta.

**Conclusão**

(266) Pelas razões atrás expostas, a Comissão considera que os suportes para cabos e as canalizações prefabricadas constituem dois mercados de produtos distintos. No seu Memorando de Resposta ([84]), as partes não contestaram esta conclusão.

B.2.2 ***Definição de mercado geográfico***

(267) As partes consideram que o mercado de venda dos suportes para cabos e das canalizações prefabricadas é de dimensão europeia. Baseiam a sua posição no facto de os produtos vendidos nos diferentes Estados-Membros serem idênticos. Além disso, mais de […]* % da produção da Schneider e da Legrand seria vendida em Estados-Membros diferentes daqueles onde é fabricada.

(268) Em contrapartida, o inquérito da Comissão concluiu que a concorrência a nível da venda de produtos de distribuição eléctrica de baixa tensão se verifica essencialmente numa base nacional. Os primeiros elementos desta análise, acima desenvolvida ([85]) no que se refere aos quadros de distribuição, aplicam-se de forma análoga aos suportes para cabos e às canalizações prefabricadas. De forma mais específica, as considerações que se seguem apoiam esta análise no que se refere a estes mercados de produtos.

**O preço de venda dos suportes para cabos e das canalizações prefabricadas varia fortemente segundo os Estados-Membros**

(269) Existem diferenças de preços significativas entre os Estados-Membros do EEE no que se refere à mesma referência de produtos, tanto a nível das canalizações prefabricadas como a nível dos suportes para cabos.

([82]) Ver resposta das partes à pergunta 7 do questionário de 22 de Março de 2001.

([83]) Formulário CO, p. 53.
([84]) Ponto 472.
([85]) Pontos 126-224.

*Canalizações prefabricadas*

(270) Contudo, as partes forneceram um quadro comparativo de preços do que consideram ser as duas configurações-tipo mais utilizadas. Trata-se i) da canalização de iluminação KLE de 16 amperes e 2 pólos fabricada pela Télémécanique e ii) da canalização prefabricada de fraca potência KNA, de 63 amperes, fabricada pela Télémécanique ([86]).

(271) O Quadro 11 infra indica o preço de venda da canalização de iluminação […]* fabricada pela Télémécanique, filial da Schneider, em diversos Estados-Membros do EEE ([87]):

*Quadro 11*

| | França | Itália | Espanha | Bélgica | Portugal | Grécia | RU | Irlanda |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Preço em francos franceses | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* |
| Preço: França base 100 | 100 | ** | ** | *** | *** | *** | **** | *** |

| | Alemanha | Áustria | Países Baixos | Suécia | Dinamarca | Noruega | Finlândia |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Preço em francos franceses | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* |
| Preço: França base 100 | ** | *** | *** | ** | ** | ** | ** |

*Fonte:* partes.
[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

(272) O Quadro 12 infra indica o preço da canalização prefabricada de fraca potência […]* fabricada pela Télémécanique, filial da Schneider, em diversos Estados-Membros do EEE ([88]):

*Quadro 12*

| | França | Itália | Espanha | Bélgica | Portugal | Grécia | RU | Irlanda |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Preço em francos franceses | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* |
| Preço: França base 100 | 100 | * | ** | ** | ** | ** | *** | *** |

| | Alemanha | Áustria | Países Baixos | Suécia | Dinamarca | Noruega | Finlândia |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Preço em francos franceses | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* | […]* |
| Preço: França base 100 | ** | *** | *** | *** | *** | ** | ***** |

[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

([86]) Resposta das partes de 21 de Junho de 2001 a um pedido da Comissão de 13 de Junho de 2001.
([87]) Resposta de 21 de Junho de 2001 a um pedido da Comissão de 13 de Junho de 2001.
([88]) Resposta de 21 de Junho de 2001 a um pedido da Comissão de 13 de Junho de 2001.

(273) Conclui-se destes dois quadros que o preço de uma mesma referência de canalização prefabricada varia fortemente consoante o Estado-Membro do EEE. Neste contexto, verifica-se que o preço de uma mesma referência pode registar variações superiores a [50-100]* % entre dois Estados-Membros vizinhos. Desta forma, a canalização […]* é vendida a […]* francos franceses na Noruega e a […]* francos franceses na Suécia. A canalização […]* é vendida a […]* francos franceses em Espanha e […]* francos franceses em França.

*Suportes para cabos*

(274) O Quadro 13 infra indica a evolução do preço de venda relativo dos perfis perfurados para cabos em aço («steel cable ladders») fabricados pela Lexel, filial da Schneider, entre 1996 e 2000 em diversos Estados-Membros do EEE em que a Lexel comercializa estes produtos:

*Quadro 13*

| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|---|---|---|---|---|---|
| Suécia ([89]) | 100 | *** | *** | *** | *** |
| Dinamarca | *** | *** | *** | *** | *** |
| Finlândia | ** | ** | ** | ** | ** |
| Alemanha | ** | ** | ** | ** | ** |
| Grã-Bretanha | *** | *** | *** | *** | *** |
| Países Baixos | *** | *** | *** | *** | *** |
| Bélgica | *** | *** | *** | *** | *** |

[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

(275) O Quadro 13 revela que o preço desta categoria de suportes para cabos varia fortemente entre Estados-Membros, mesmo vizinhos, e que estes desvios de preços não registaram uma tendência para diminuir durante os últimos cinco anos. Desta forma, a diferença de preços entre a Suécia e a Dinamarca que era de [0-50]* % em 1996 eleva-se a [0-50]* % em 2000. Da mesma forma, a diferença de preços entre a Alemanha e os Países Baixos que se situava em [0-50]* % em 1996 situa-se em [50-100]* % em 2000.

([89]) Preço na Suécia em 1996 = Base 100.

(276) No seu Memorando de Resposta, as partes contestaram a pertinência da escolha dos perfis perfurados para cabos em aço produzidos pela Lexel para estabelecer a existência de diferenças de preços entre Estados-Membros no que se refere ao conjunto dos suportes para cabos. Segundo as partes, os suportes para cabos em aço seriam mais representativos do conjunto do mercado do produto em causa, na medida em que esta categoria de produtos representaria, a nível europeu, um volume de vendas cerca de duas vezes mais elevado do que o dos perfis perfurados para cabos em aço. De qualquer forma, as partes defendem que a diferença de preços no que se refere aos perfis perfurados para cabos em aço entre certos Estados-Membros vizinhos (como os Países Baixos e a Alemanha) seria praticamente nula.

(277) Em primeiro lugar, será conveniente salientar que a afirmação das partes segundo a qual os suportes para cabos em aço representam um volume de vendas duas vezes superior aos perfis perfurados para cabos em aço se baseia numa simples extrapolação, a nível europeu, da situação existente no Reino Unido. Com efeito, as partes não forneceram qualquer informação que permitisse estabelecer que a repartição das vendas entre as diferentes categorias de suportes para cabos no Reino Unido poderia ser generalizada para o resto do EEE.

(278) Além disso, decorre dos documentos fornecidos pelas partes ([90]) que existem igualmente diferenças de preços significativas entre Estados-Membros, mesmo vizinhos, no que se refere aos suportes para cabos em aço. O quadro infra indica a evolução do preço relativo dos suportes para cabos em aço produzidos pela Lexel, filial da Schneider, entre 1998 e 1999, nos três Estados-Membros em que esta empresa os comercializa.

*Quadro dos preços dos suportes para cabos em aço*

| | 1998 | 1999 | 2000 |
|---|---|---|---|
| Países Baixos ([91]) | 100 | [100-150]* | [100-150]* |
| Alemanha | [100-150]* | [100-150]* | [100-150]* |
| Bélgica | [50-100]* | [50-100]* | [50-100]* |

*Fonte:* partes.

([90]) Resposta das partes de 19 de Julho de 2001 à pergunta 1 do questionário de 22 de Março de 2001.

([91]) Preço na Suécia em 1998= base 100.

(279) Decorre assim do quadro relativo ao preço dos suportes para cabos em aço supra que, embora a diferença de preços entre os Países Baixos e a Alemanha seja reduzida e tenha mesmo registado uma tendência para diminuir entre 1998 e 2000, em contrapartida, a diferença de preços entre estes dois Estados-Membros, por um lado, e a Bélgica, por outro, é superior a [0-50]* % em 2000 e revela mesmo uma tendência para aumentar no mesmo período.

(280) No seu Memorando de Resposta à comunicação de objecções, as partes consideraram que a comparação dos preços dos suportes para cabos entre Estados-Membros, estabelecida pela Comissão, estaria falseada devido ao facto de não terem sido tomados em conta três factores exógenos.

(281) Em primeiro lugar, a Comissão não teria tomado em consideração o facto de, por razões históricas, a Suécia e a Finlândia preferirem claramente os perfis perfurados para cabos em detrimento dos suportes para cabos. Esta situação teria por consequência que a concorrência na primeira categoria de produtos citada seria mais forte, o que explicaria em parte os seus níveis de preços inferiores relativamente ao resto da Europa.

(282) A este respeito, será necessário salientar em primeiro lugar que as diferenças de preços de venda dos suportes para cabos produzidos pela Schneider não são apenas significativas entre a Suécia e a Finlândia, por um lado, e os outros Estados-Membros, por outro. Desta forma, decorre por exemplo do Quadro 13 que a diferença de preços entre a Alemanha e a Bélgica se eleva a [50-100]* % em 2000. Mesmo considerando que a Alemanha é igualmente um caso específico, a diferença de preços entre a Dinamarca e a Bélgica eleva-se a [0-50]* %. Além disso, o facto de o volume relativo das vendas das diferentes categorias de suportes para cabos ser substancialmente diferente nos diversos Estados-Membros, devido à clara preferência dos consumidores nacionais por certas categorias de suportes para cabos, tal como o alegam as partes ([92]), constitui um elemento suplementar importante a favor de uma definição nacional do mercado de produto relevante.

(283) Em segundo lugar, as partes explicam no seu Memorando de Resposta ([93]) que as divergências de preços entre Estados-Membros, no que se refere aos perfis perfurados para cabos comercializados pela Lexel resultariam da flutuação das moedas dos Estados-Membros. A título exemplificativo, as partes citam a coroa sueca que perdeu perto de 30 % do seu valor face à libra esterlina o que teria reduzido, segundo as partes, a diferença de preços verificada entre a Suécia e o Reino Unido para esta categoria de produto. Neste contexto, o Quadro 13 revela que a diferença de preços de venda dos suportes para cabos comercializados pela Lexel nestes dois Estados-Membros, que se elevava a [0-50]* % em 1996, se fixou em [0-50]* % em 2000, o que contradiz o argumento de uma aproximação dos preços entre a Suécia e o Reino Unido. Além disso, será conveniente salientar que as diferenças de preços de venda dos perfis perfurados para cabos comercializados pela Lexel diz respeito a numerosos Estados-Membros do EEE cujas moedas permaneceram estáveis entre si durante os últimos anos. Desta forma, o Quadro 13 mostra que a diferença de preços entre a Alemanha e os Países Baixos, por exemplo, se eleva a [50-100]* % em 2000.

(284) Por último, em terceiro lugar, as partes alegam ([94]) que os preços de venda que comunicaram à Comissão tomam em consideração descontos e abatimentos de volume aplicados a cada cliente. Ora, o montante destes descontos e abatimentos seria diferente consoante os Estados-Membros o que explicaria, segundo as partes, as diferenças de preço médio de venda verificadas. A este respeito, será suficiente verificar que as partes não forneceram qualquer documento que permita estabelecer que o nível médio dos volumes de venda por actividade seria diferente entre os Estados-Membros. De qualquer forma, mesmo que tal acontecesse, esta situação constituiria um índice suplementar importante a favor de uma definição nacional do mercado dos suportes para cabos.

**As posições dos fabricantes de suportes para cabos e de canalizações prefabricadas variam fortemente segundo os Estados-Membros**

(285) As quotas de mercado dos principais intervenientes nos mercados das canalizações prefabricadas e dos suportes para cabos diferem significativamente consoante os Estados-Membros.

*Canalizações prefabricadas*

(286) O Quadro 14 infra, fornecido pelas partes ([95]), apresenta as quotas de mercado dos principais intervenientes no mercado das canalizações prefabricadas nos principais Estados-Membros do EEE.

([92]) Ponto 484 do Memorando de Resposta à comunicação de objecções.

([93]) Ponto 485 e seguintes.

([94]) Ponto 489 do Memorando de Resposta à comunicação de objecções.

([95]) Mensagem electrónica de 12 de Março de 2001.

*Quadro 14*

| | Schneider | Moeller | Zucchini | Pogliano | Outros 1 | Outros 2 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Alemanha | [30-40]* % | [50-60]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | Siemens [0-10]* % | Lanz [0-10]* % |
| Áustria | [60-50]* % | [30-40]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | Lanz [0-10]* % | |
| Bélgica | [50-60]* % | [10-20]* % | [10-20]* % | | EAE [0-10]* % | |
| Dinamarca | [60-50]* % | [20-30]* % | | | | |
| Espanha | [40-50]* % | [30-40]* % | [10-20]* % | [10-20]* % | | |
| França | [70-80]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | Erico [0-10]* % | |
| Finlândia | [20-30]* % | [10-20]* % | | | MEM [30-40]* % | |
| Grã-Bretanha | [10-20]* % | [30-40]* % | [10-20]* % | | MEM [10-20]* % | |
| Grécia | [60-50]* % | [10-20]* % | [0-10]* % | | EAE [0-10]* % | |
| Irlanda | [80-90]* % | [0-10]* % | [10-20]* % | | MEM [0-10]* % | |
| Noruega | [20-30]* % | [30-40]* % | [0-10]* % | | | |
| Países Baixos | [40-50]* % | [40-50]* % | [0-10]* % | | EAE [0-10]* % | |
| Portugal | [70-80]* % | [20-30]* % | [0-10]* % | | | |
| Total EEE | [20-30]* % | [30-40]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | | |

(287) Decorre do Quadro 14 que as posições dos principais fabricantes de canalizações eléctricas variam significativamente segundo os Estados-Membros. Desta forma, considerando apenas as variações entre Estados-Membros vizinhos, verifica-se que a Schneider detém uma quota de mercado de [70-80]* % em França, mas que a sua quota de mercado se eleva a [50-60]* % na Bélgica, [40-50]* % em França e apenas [30-40]* % na Alemanha. Da mesma forma, a quota de mercado da Schneider é de [80-90]* % na Irlanda, mas de apenas [10-20]* % na Grã-Bretanha e de [70-80]* % em Portugal, mas apenas de [40-50]* % em Espanha. No que se refere ao principal interveniente no mercado europeu, a Moeller, a sua quota de mercado é de [50-60]* % na Alemanha, mas de [30-40]* % na Áustria, [10-20]* % na Bélgica e de apenas de [0-10]* % em França.

*Suportes para cabos*

(288) O Quadro 15 infra, fornecido pelas partes, indica as quotas de mercado dos principais concorrentes no mercado dos suportes para cabos nos diferentes Estados-Membros do EEE.

*Quadro 15*

| | Schneider | Legrand | Hager | Outros 1 | Outros 2 |
|---|---|---|---|---|---|
| Alemanha | [0-10]* % | [0-10]* % | [10-20]* % | OBO | Van Geel |
| Áustria | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | | |
| Bélgica | [10-20]* % | | [0-10]* % | Vergocan | Van Geel |
| Dinamarca | [20-30]* % | [0-10]* % | [10-20]* % | RM Industrial Group | Van Geel |
| Espanha | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | | |
| Finlândia | [0-10]* % | | [0-10]* % | Meka | Nordic Aluminium |

| | Schneider | Legrand | Hager | Outros 1 | Outros 2 |
|---|---|---|---|---|---|
| França | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | Tolmega [30-40]* % | Métal Déployé [20-30]* % |
| Grã-Bretanha | [0-10]* % | [30-40]* % | [0-10]* % | RM Cable Tray [0-10]* % | Unitrust [0-10]* % |
| Grécia | [0-10]* % | [0-10]* % | | | |
| Irlanda | [0-10]* % | [0-10]* % | | RM Cable Tray | Unitrust |
| Itália | [0-10]* % | [20-30]* % | [0-10]* % | Sati [20-30]* % | ABB [10-20]* % |
| Noruega | [40-50]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | Ögland | Van Geel |
| Países Baixos | [30-40]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | Van Geel | Gouda |
| Portugal | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | | |
| Suécia | [70-80]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | Meka | Van Geel |
| Total | [0-10]* % | [10-20]* % | [0-10]* % | | |

(289) Decorre do quadro supra que a Schneider apenas está presente em seis Estados-Membros. Em cinco de entre eles, detém uma quota de mercado compreendida entre [20-80]* %. Em contrapartida, está ausente em todos os outros mercados nacionais. A Legrand detém a quota de mercado mais forte e nível do EEE, embora esteja apenas presente em três Estados-Membros (França, Itália e Reino Unido) e detendo em apenas dois uma quota de mercado significativa (Itália [20-30]* % e Grã-Bretanha [30-40]* %). Com excepção da Hager, presente em 11 Estados-Membros, todos os outros concorrentes estão apenas presentes num ou dois Estados-Membros, geralmente vizinhos (Unitrust e RM Cable Tray na Irlanda e no Reino Unido ou Meka na Suécia e Finlândia). A Van Geel parece constituir a única excepção a esta regra, uma vez que está presente na Bélgica, nos Países Baixos, na Alemanha e também na Escandinávia.

(290) A maior parte dos intervenientes no mercado dos suportes para cabos está, consequentemente, presente num único Estado-Membro. Quanto aos concorrentes que estão presente em diversos Estados, as suas posições caracterizam-se i) por uma quota de mercado particularmente importante num Estado-Membro ii) por quotas de mercado claramente mais fracas e flutuantes nos outros Estados-Membros.

(291) No seu Memorando de Resposta à comunicação de objecções ([96]), as partes salientaram que existiam diversos intervenientes no mercado de produtos relevante que dispunham de uma presença em diversos Estados-Membros. As partes citam assim a Schneider, presente em sete Estados-Membros, a Van Geel, presente em seis Estados-Membros e a Hager, presente em onze Estados-Membros. Além disso, as partes alegam que a Hager dispõe de quotas de mercado relativamente homogéneas nos diversos Estados-Membros em que está presente.

([96]) Pontos 506 e 509

(292) Neste contexto, é suficiente salientar que o facto de apenas três intervenientes no mercado dos suportes para cabos disporem de uma presença em diversos Estados-Membros não será suficiente para concluir que existem concorrentes de dimensão verdadeiramente europeia, que concorrem entre si em todo o EEE. Esta conclusão é reforçada pelo facto de nenhum dos três principais concorrentes a nível do EEE, a Schneider, a Legrand e a Hager, deter quotas de mercado homogéneas a nível nacional.

**A distribuição dos suportes para cabos e das canalizações prefabricadas é organizada numa base nacional**

(293) As partes explicam que, em média, entre 75 % e 95 % do volume de negócios dos fabricantes de suportes para cabos e de canalizações prefabricadas são gerados pelas vendas aos grossistas ([97]). Por exemplo, a Schneider indica que as suas vendas de suportes para cabos aos grossistas correspondem à totalidade das suas vendas na Suécia, no Reino Unido e nos Países Baixos. A Schneider não forneceu outras informações no que se refere aos restantes Estados-Membros ([98]).

(294) Tal como foi acima explicado, as relações entre fabricantes e grossistas de material de distribuição eléctrica organizam-se numa base nacional ou mesmo regional, inclu-

([97]) Formulário CO, p. 90.

([98]) Anexo à resposta da Schneider à questão 98 do questionário de 29 de Junho de 2001.

sivamente no que diz respeito aos fabricantes e grossistas de dimensão europeia. Esta conclusão aplica-se igualmente aos suportes para cabos e às canalizações prefabricadas. A concorrência a nível da distribuição destes produtos organiza-se, por conseguinte, numa base essencialmente nacional.

(295) No seu Memorando de Resposta à Comunicação de acusações ([99]), as partes alegaram que uma parte importante do volume de negócios dos fabricantes de suportes para cabos seria gerada por vendas directas aos clientes finais. Tal aconteceria principalmente no que se refere aos estaleiros e obras importantes, relativamente aos quais os próprios grossistas exigiriam que os fabricantes fornecessem directamente aos clientes os suportes para cabos que figuram nos seus catálogos. Assim, as relações entre grossistas e fabricantes não desempenhariam um papel determinante na apreciação da definição geográfica do mercado do produto em causa.

(296) Neste contexto, será em primeiro lugar conveniente salientar que as partes não forneceram qualquer indicação que permita estabelecer a importância das vendas directas dos fabricantes aos consumidores finais no mercado dos suportes para cabos. Os únicos dados fornecidos pelas partes, relativos às suas próprias vendas, revelam, pelo contrário, que as vendas aos grossistas representam o essencial do seu volume de negócios. Não existe qualquer informação disponível que permita concluir que a situação é diferente no que se refere aos outros intervenientes no mercado.

(297) Por outro lado, o argumento das partes segundo o qual os grossistas solicitariam aos fabricantes que fornecessem directamente aos clientes finais os suportes para cabos que figuram nos catálogos de produtos que distribuem, não significa que os fabricantes vendam directamente os produtos em questão a estes últimos. Pelo contrário, a intervenção dos grossistas no que se refere a produtos que decidiram fazer figurar nos seus catálogos comerciais leva antes a pensar que estes adquirem os produtos em questão aos fabricantes e depois os revendem ao consumidor final, sem que tais produtos transitem fisicamente pelas suas existências.

**As barreiras à entrada**

(298) As partes alegaram no seu Memorando de Resposta ([100]) que o mercado dos suportes para cabos se caracterizaria por fracas barreiras à entrada. Com efeito, segundo as partes, os produtos em causa seriam homogéneos, uma vez que seria necessária pouca ou nenhuma adaptação para dar resposta à procura local. Além disso, as partes explicam que os custos de transporte são relativamente reduzidos e não constituem um obstáculo à livre circulação no interior do EEE. Por último, ainda segundo as partes, existiriam fluxos comerciais importantes entre Estados-Membros. Desta forma, [20-40]* % dos suportes para cabos da Schneider e da Legrand seriam comercializados num Estado-Membro que não aquele em que foram produzidos.

(299) A existência de significativas diferenças de preços entre Estados-Membros e a heterogeneidade das quotas de mercado dos intervenientes referidas supra constituem dois elementos determinantes que, de um ponto de vista factual, desmentem, ou pelo menos limitam fortemente, a afirmação das partes segundo a qual as barreiras à entrada no mercado dos suportes para cabos seriam fracas. O inquérito da Comissão revelou que o acesso à distribuição constituía a principal barreira à entrada no mercado dos suportes para cabos, na medida em que a maior parte das vendas se efectua através dos grossistas. A tendência dos grossistas para reduzir o número de marcas que distribuem relativamente a cada uma das categorias de material eléctrico tende a aumentar as barreiras à entrada.

**Conclusão**

(300) Os mercados geográficos relevantes para a venda de suportes para cabos e para a venda de canalizações prefabricadas são de dimensão nacional.

B.3 EQUIPAMENTOS ELÉCTRICOS SITUADOS A JUSANTE DO QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO TERMINAL

B.3.1 ***Definições dos mercados de produtos***

**Introdução**

(301) Os equipamentos eléctricos situados a jusante do quadro de distribuição terminal (também denominados «produtos e acessórios de instalação repartida» pelas partes) têm como característica comum o facto de se situarem na fase última ou terminal da rede de distribuição eléctrica, a jusante dos quadros de distribuição terminal.

(302) As partes propõem definir como mercados de produto distintos os mercados seguintes: i) o mercado das tomadas e interruptores; ii) o mercado dos sistemas de controlo; iii) o mercado dos sistemas de segurança das pessoas; iv) o mercado dos sistemas de segurança dos bens; v) o mercado dos equipamentos de ligação para redes de comunicação; vi) o mercado dos materiais de fixação e

([99]) Ponto 523.
([100]) Pontos 512 e seguintes.

derivação; e vii) o mercado dos materiais para instalação mo exterior. Com efeito, cada uma destas categorias de produtos desempenharia funções diferentes. O inquérito da Comissão confirmou que estas diferentes categorias de mercados não podiam ser agrupadas no âmbito de um mesmo mercados de produtos. Os mercados dos sistemas de controlo, dos sistemas de segurança dos bens, dos equipamentos de ligação para redes de comunicação e dos materiais para instalação no exterior não são afectados pela transacção proposta.

(303) Um elemento comum das definições dos mercados de produtos propostas pelas partes consiste no facto de cada um destes mercados conter produtos que não são substituíveis entre si.

(304) Todavia, os mercados em causa apresentam algumas características comuns que os distinguem dos mercados dos quadros de distribuição, como suportes para cabos e canalizações prefabricadas. Em primeiro lugar, trata-se de mercados que dizem respeito principalmente aos sectores residencial e terciário, excluindo o sector industrial (salvo para certas categorias de produtos como a aparelhagem estanque). Além disso, os produtos de instalação repartida constituem a parte visível da instalação. Estas duas características têm por consequência que, contrariamente aos quadros de distribuição eléctrica e aos suportes para cabos e canalizações prefabricadas, o aspecto estético desempenha um papel importante na escolha dos produtos e o utilizador final tem muito mais interesse em estar implicado nesta escolha. Além disso, os equipamentos situados a jusante do quadro terminal são quase na sua totalidade distribuídos através dos grossistas. Em contrapartida, os técnicos de quadros e as vendas directas dos fabricantes aos clientes finais não desempenham qualquer papel na distribuição destes produtos. Desta forma, o papel dos instaladores na escolha dos produtos é reforçado relativamente aos quadros de distribuição eléctrica ou aos suportes para cabos e canalizações prefabricadas.

**Tomadas e interruptores**

*Introdução*

(305) A categoria das tomadas e interruptores de baixa tensão, tal como apresentada pelas partes, agrupa os seguintes produtos:

— As tomadas de corrente simples, que asseguram a ligação de cargas eléctricas.

— As tomadas denominadas de «corrente fraca»: tomadas telefónicas tradicionais, tomadas de televisão e tomadas «VDI» (voz, dados, imagem) que asseguram respectivamente a ligação de telefone, televisão e sistemas de informação e de comunicação.

— Os interruptores, que servem como mecanismo de comando de fontes eléctricas (iluminação, motores), incluindo os interruptores com comando à distância e os temporizadores.

— Os reóstatos (*dimmers*), que asseguram a regulação do nível de iluminação.

(306) Além disso, no âmbito do segmento das tomadas e interruptores, o inquérito aprofundado da Comissão revelou a existência de uma categoria de produtos denominada «aparelhagem estanque», destinada a poder resistir a ambiente agressivos (humidade, poeira, choques).

(307) Segundo as partes, o conjunto destes produtos, apenas com exclusão das tomadas VDI, constitui um único mercado de produtos, uma vez que são indissociáveis entre si por razões de concepção e estética. Tal seria confirmado pelo facto de a sua oferta se apresentar em gamas homogéneas do ponto de vista estético. Desta forma, a escolha do consumidor por um destes produtos (por exemplo, uma tomada) determinaria a sua escolha de outro produto (por exemplo, um interruptor) porque não seria estético ter, numa mesma divisão, uma tomada e um interruptor com aparências diferentes.

(308) Pelas razões seguidamente expostas, o inquérito realizado pela Comissão confirmou a existência de um mercado das tomadas e interruptores normais (incluindo os temporizadores, os interruptores com comando à distância e os reóstatos) bem como mercados de produto específicos para as tomadas informáticas e as aparelhagens estanques. A questão de saber se as tomadas telefónicas tradicionais e as tomadas de televisão deverão ser consideradas como mercados de produtos distintos, ou se fazem parte do mercado das tomadas e interruptores normais pode permanecer em aberto, uma vez que a análise do ponto de vista da concorrência é a mesma em ambas as hipóteses.

(309) Os produtos desta categoria são muito variados do ponto de vista da sua função, do seu conteúdo tecnológico e do seu valor unitário. De salientar, em primeiro lugar, que a categoria das tomadas e interruptores, tal como apresentada pelas partes, inclui por um lado produtos de fraco conteúdo tecnológico, nomeadamente interruptores e tomadas normais e, por outro lado, produtos que integram componentes electrónicas, nomeadamente as tomadas VDI e os reóstatos que controlam a

intensidade de iluminação. Estes produtos têm como característica comum o facto de serem instalados nas partes habitáveis dos edifícios e de serem «visíveis». Por este motivo, o seu desenho e estética constituem um elemento importante na escolha dos consumidores.

*Tomadas e interruptores normais*

(310) No que se refere às tomadas de corrente e interruptores normais, incluindo os interruptores com comando à distância, os temporizadores e os reóstatos, podem ser aceites os argumentos das partes relativos à existência de um único mercado de produtos.

(311) Com efeito, o inquérito da Comissão junto dos fabricantes concorrentes, dos grossistas e dos instaladores confirmou que, tal como as partes explicaram, o elemento decisivo para a escolha dos utilizadores e, por conseguinte, dos grossistas, é o factor estético que reúne o conjunto destes produtos de funções diferentes.

(312) Todos os produtos em causa apresentam a característica comum de serem visíveis pelo utilizador. Da mesma forma, o seu aspecto e a sua capacidade de integrar a decoração, para além do seu papel estritamente funcional, constitui um factor essencial de escolha por parte do utilizador ou do projectista (arquitecto, decorador ou outro). Por este motivo, os fabricantes dão um acabamento ou um aspecto homogéneo a estes produtos, baseados normalmente na utilização de placas e de espelhos em larga medida comuns. Esta procura dos utilizadores finais reflecte-se igualmente nos grossistas que se vêm obrigados a oferecer aos seus clientes séries completas de tomadas e interruptores com um desenho comum. É pouco provável que, um caso hipotético monopolista de gamas homogéneas de produtos aumentasse o preço de um produto específico, se verificasse uma transferência da procura desse produto para um produtor de um só produto. Não existe, aliás, nenhum produtor que fabrique um só produto ou que não proponha gamas homogéneas. Da mesma forma, para estarem presentes no mercado, os fabricantes devem estar em condições de oferecer uma ou diversas séries completas com o mesmo desenho comum.

(313) Consequentemente, a Comissão conclui que para efeitos do presente processo, as tomadas de corrente e os interruptores simples, os interruptores com comando à distância, os temporizadores e os reóstatos pertencem a um único mercado de produtos relevante.

*Tomadas telefónicas tradicionais*

(314) As tomadas telefónicas tradicionais dão resposta a uma necessidade específica, ou seja, assegurar a ligação de telefones e de outros aparelhos de telecomunicações (telecopiadores, modems). Actualmente, as tomadas destinam-se apenas ao mercado das residências, uma vez que nos edifícios do sector terciário, a ligação dos aparelhos de telecomunicações é normalmente assegurada por tomadas VDI, que podem ser utilizadas simultaneamente para ligar os computadores e os aparelhos de telecomunicações, no âmbito de uma rede local de comunicações. As tomadas telefónicas tradicionais obedecem às especificações estabelecidas pelos operadores de telecomunicações. Este facto distingue-as das tomadas de corrente normais e das tomadas de televisão. Contrariamente às tomadas VDI, não integram componentes electrónicas.

(315) Contudo, as partes explicam que as tomadas telefónicas tradicionais recorrem às mesmas tecnologias que as tomadas de corrente (moldagem termoplástica, corte, acabamento, etc.). Fariam parte das gamas de tomadas e interruptores comercializadas pelos fabricantes de aparelhagem do «segmento 5.A.1» e seriam frequentemente instaladas em simultâneo pelo mesmo instalador electricista que se ocupa da instalação do equipamento de corrente forte. Esta afirmação das partes apenas pode ser aceite no que se refere aos fabricantes de tomadas e interruptores como a Schneider e a Legrand, que oferecem nos seus catálogos gamas destes produtos que incluem também tomadas telefónicas. Em contrapartida, paralelamente a estes fabricantes de gamas de tomadas e interruptores existem também fabricantes de tomadas telefónicas tradicionais especializadas como o grupo 3 M (Pouyet, Quante), Krone ou Forgos, que não dispõem de gamas completas de tomadas e interruptores.

(316) A questão de saber se as tomadas telefónicas tradicionais fazem parte do mercado das tomadas e interruptores normais ou devem ser consideradas como um mercado de produto distinto não tem contudo de ser resolvida. A análise do ponto de vista da concorrência seria a mesma em ambas as hipóteses.

*Tomadas de televisão*

(317) Tal como as tomadas telefónicas tradicionais, as tomadas de televisão são produtos que dão resposta a uma necessidade específica, ou seja, assegurar a ligação dos aparelhos de televisão. Destinam-se apenas ao mercado residencial. As tomadas de televisão devem estar em conformidade com as especificações estabelecidas pelas empresas de difusão de televisão, o que as distingue das tomadas de corrente, das tomadas de telefone e das tomadas VDI.

(318) As partes afirmam que as tomadas de televisão recorrem às mesmas tecnologias que as tomadas de corrente (moldagem termoplástica, corte, acabamento, etc.). Na medida em que são comercializadas pelos fabricantes generalistas de tomadas e interruptores, seriam integradas nas suas gamas de tomadas e interruptores. São muitas vezes instaladas simultaneamente pelo mesmo instalador electricista que se ocupa da instalação do equipamento de corrente forte. Esta afirmação das partes é contrariada pelo facto de os fabricantes de tomadas de televisão serem, na maior parte dos casos, empresas especializadas que não desenvolvem actividades no segmento das aparelhagens de corrente forte, como por exemplo a Philips, a Bosch ou a Hirschmann.

(319) Contudo, a questão de saber se as tomadas de televisão fazem parte do mercado das tomadas e interruptores normais ou devem ser consideradas como um mercado de produto distinto não tem de ser resolvida. A análise do ponto de vista da concorrência seria a mesma em ambas as hipóteses.

*Tomadas VDI*

(320) As partes consideram as tomadas VDI como integrando o mercado dos produtos de ligação para redes de comunicação. Contudo, vendem também tomadas VDI nas suas gamas de tomadas e interruptores, e os dados de mercado relativos às tomadas e interruptores fornecidos pelas partes à Comissão incluem as tomadas VDI vendidas no âmbito destas gamas.

(321) As tomadas VDI são utilizadas para ligar sistemas de informação e de comunicação. Para além da sua principal vocação, ou seja a transmissão de dados (daí a denominação de «tomadas informáticas» ou «tomadas de dados»), cobrem todos os tipos de necessidades de telefonia na rede terciária comparativamente com as utilizações simples, domésticas, e certas aplicações de video relacionadas com as fontes de tipo informático, graças às tecnologias digitais. Não fazem parte do sistema de distribuição eléctrica, mas sim da rede de comunicação entre postos de trabalho vizinhos no interior do edifício (LAN: *local area network*), principalmente em aplicações comerciais. Desta forma, dão resposta a uma necessidade específica e são diferentes das outras categorias de tomadas (como as tomadas de corrente, as tomadas telefónicas tradicionais, as tomadas de televisão, etc.) e não são substituíveis do lado da procura relativamente a estas últimas.

(322) Além disso, as tomadas VDI recorrem a uma tecnologia diferente das tomadas de corrente, das tomadas de televisão e das tomadas telefónicas tradicionais. As suas principais componentes são os diferentes tipos (configurações) de conectores que servem para dar resposta às necessidades dos projectistas, em função das normas desenvolvidas pelos fabricantes de equipamento informática (RJ 11, RJ 12, RJ 45, Twinax, Thinnet, BNC, ACO, SUBD 9, SUBD 15, SUBD 25 e outras). As tomadas VDI são produtos instalados por especialistas ou electricistas com uma formação específica nas exigências destas redes, que exigem manutenção e alterações frequentes.

(323) Um importante número de intervenientes no mercado das tomadas VDI são fabricantes especializados como a Infra+, a Lucent, a Alcatel, a Tyco e outras, que não desenvolvem actividades no mercado das tomadas e interruptores normais e que, por conseguinte, não propõem uma gama com uma estética homogénea. O fabrico das tomadas VDI é específico e não pode ser efectuado em meios convertidos. O inquérito realizado pela Comissão junto de terceiros confirmou que um fabricante de tomadas de corrente normais, ou um fabricante de uma outra categoria de tomadas de corrente fraca (tomadas telefónicas tradicionais ou televisão) necessita, para iniciar o fabrico de tomadas informáticas de incorrer em custos e num período de tempo suplementares consideráveis. Deste modo, as tomadas informáticas não são substituíveis, nem do ponto de vista da procura, nem do ponto de vista da oferta, relativamente às tomadas normais, às tomadas telefónicas tradicionais ou às tomadas de televisão.

(324) Consequentemente, a Comissão conclui que as tomadas informáticas não fazem parte do mercado das tomadas e interruptores normais.

**Aparelhagem estanque**

(325) A categoria da aparelhagem estanque inclui tomadas e interruptores que, devido ao modo de construção ou de ligação, têm capacidade para resistir a ambientes agressivos (principalmente a humidade mas também poeira e choques), por exemplo, nas casas de banho, garagens e caves, no exterior de um edifício, em edifícios industriais, em estaleiros, etc.

(326) As partes consideram que a aparelhagem estanque faz parte do mercado das tomadas e interruptores. Existiria, entre a aparelhagem estanque e as tomadas e interruptores normais uma identidade funcional perfeita, ou seja, fornecer o acesso à fonte eléctrica. Além disso, os dois tipos de aparelhagens teriam, excepto no que se refere ao nível de isolamento, características estritamente idên-

ticas e a tecnologia e o processo de fabrico seriam também idênticos. Por último, a instalação seria feita em simultâneo com a instalação da aparelhagem normal pelos mesmos electricistas e nos mesmos edifícios.

(327) Contudo, será necessário realçar em primeiro lugar que a aparelhagem estanque dá resposta a uma necessidade específica e não é, consequentemente, substituível do ponto de vista da procura com as tomadas e interruptores normais.

(328) Além disso, não existe substituibilidade do lado da oferta entre as tomadas e interruptores normais e a aparelhagem estanque. Desta forma, as partes indicaram que o desenvolvimento do invólucro estanque representa, por si só, cerca de [0-50]* % do custo e [0-50]* % do tempo de desenvolvimento de uma série completa de tomadas e interruptores ex nihilo. A Legrand teria gasto [10-60]* milhões de euros e consagrado quase [1-4]* anos (incluindo estudos prévios) para a série PLEXO, a partir de mecanismos existentes, contra [20-70]* milhões de euros e [3-5]* anos, pelo menos, para uma série completa ([101]). Segundo a Infra+, empresa especializada no fabrico de componentes para redes informáticas, para realizar uma única tomada resistente à água, seria necessário praticamente duplicar o investimento em instrumentos e prever um período de desenvolvimento de um ano ([102]). O inquérito realizado pela Comissão junto de terceiros confirmou também que o fabricante de tomadas e interruptores normais não pode começar a fabricar aparelhagem estanque sem custos e prazos suplementares consideráveis.

(329) Na sua resposta à Comunicação de acusações, as partes contestaram esta análise da Comissão. Alegaram que a aparelhagem estanque seria complementar relativamente às outras tomadas e interruptores e que cada gama de tomadas e interruptores oferecia uma solução estanque com o mesmo desenho, as mesmas dimensões e as mesmas características.

(330) Ora, regra geral, produtos não substituíveis mas complementares não pertencem ao mesmo mercado de produtos ([103]). As tomadas e interruptores normais e estanques destinam-se a necessidades diferentes e uma determinada instalação pode incluir quer unicamente tomadas e interruptores normais (por exemplo, num apartamento), quer utilizar simultaneamente aparelhagens normais e estanques (por exemplo, numa casa em que são instaladas na cave ou no exterior tomadas estanques), quer utilizar exclusivamente aparelhagens estanques (por exemplo, num edifício industrial).

(331) As partes afirmam igualmente que todos os fabricantes importantes de tomadas e interruptores comercializam também aparelhagens estanques. Embora este argumento seja válido para os concorrentes citados pelas partes, convém no entanto realçar que tal não acontece com a Sarel, uma filial da Schneider que fabrica, juntamente com outros produtos (interruptores diferenciais, material de fixação e de derivação), uma gama de aparelhagem estanque e se define mesmo no seu catálogo como «o especialista do estanque» ([104]). A procura pode assim ser satisfeita através de uma oferta dedicada.

(332) Acresce que em Espanha, as posições de mercado dos principais concorrentes são fortemente diferentes no mercado das tomadas e interruptores normais e no mercado da aparelhagem estanque. A Legrand é apenas o número 2 com [10-20]* % da quota de mercado (após a Simon com [40-50]* %) nas tomadas e interruptores normais, mas detém a posição de líder de mercado na aparelhagem estanque, com uma quota de pelo menos [40-50]* %.

(333) As partes põem também em causa a conclusão da Comissão de que as aparelhagens estanques e as aparelhagens normais não são substituíveis do lado da oferta, alegando que o fabrico e a comercialização de um simples invólucro colocado na tomada ou interruptor não exige uma tecnologia importante e que o prazo de um ano necessário, segundo a Infra+, para que um fabricante de tomadas e interruptores normais produza aparelhagens estanques seria claramente mais curto do que para uma série normal (2 a 4 anos).

(334) Contudo, a afirmação de que o desenvolvimento e a comercialização de toda uma gama nova de tomadas e interruptores ex nihilo necessitaria de um prazo ainda mais longo do que o desenvolvimento de uma série estanque a partir de uma série normal não invalida a conclusão de que não existe substituibilidade do lado da oferta. Com efeito, o fabricante de um produto vizinho

([101]) Resposta de 10 de Julho de 2001, pergunta 15.

([102]) Resposta de 18 de Junho de 2001.

([103]) Na decisão da Comissão de 28 de Setembro de 1992, IV/M.256 — Linde/Fiat, citada pelas partes para apoiar a sua tese, a Comissão baseou-se em considerações de complementaridade do lado da procura e de substituibilidade do lado da oferta, mas deixou em aberto a definição exacta do mercado de produto.

([104]) Catálogo da Sarel de 2001, p. 6.

apenas pode exercer um efeito disciplinador sobre o comportamento concorrencial das empresas em causa se puder reorientar a sua produção para o produto em causa e comercializá-lo a curto prazo sem ter de suportar qualquer custo nem risco suplementares substanciais em reacção a variações ligeiras mas permanentes dos preços relativos ([105]).

(335) A não substituibilidade do lado da oferta entre aparelhagens normais e estanques é aliás ilustrada pelo facto de que a Eunea Merlin Gerin, filial espanhola da Schneider, comercializa simultaneamente gamas de aparelhagens normais e estanques, mas apenas produz ela própria as tomadas e interruptores normais, enquanto a aparelhagem estanque é fabricada pela Sarel em França.

(336) Por último, as partes citam diversos terceiros interrogados pela Comissão no âmbito do inquérito, que teriam subscrito a tese segundo a qual a aparelhagem estanque pertenceria ao mercado das tomadas e interruptores. Contudo, os terceiros citados na resposta das partes não contestaram os factos relevados pela Comissão durante o seu inquérito, enquanto outros terceiros, tal como a Siemens ([106]), explicaram claramente que estes dois tipos de produtos não são substituíveis do lado da oferta.

(337) Desta forma, a Comissão conclui que as aparelhagens estanques formam um mercado de produtos relevante distinto.

**Sistemas de controlo**

(338) Os sistemas de controlo são sistemas que controlam uma aplicação específica numa zona específica de um edifício (por exemplo uma divisão, um escritório, um andar ou um edifício). As três principais aplicações em causa são o aquecimento, a iluminação e o ar condicionado.

(339) O inquérito aprofundado da Comissão demonstrou que mesmo na hipótese de considerar cada uma das diferentes categorias de produtos como um mercado de produto distinto, a operação notificada não suscitaria problemas de concorrência. Assim, a definição exacta do ou dos mercados de produto desta categoria pode ser deixada em aberto.

([105]) Comunicação da Comissão relativa à definição do mercado relevante para efeitos do direito comunitário da concorrência, ponto 20.

([106]) Resposta de 22 de Junho de 2001.

**Sistemas de segurança e protecção**

*Introdução*

(340) Os sistemas de segurança e de protecção têm por objectivo proteger as pessoas e os bens, emitindo sinais de alarme adequados em caso de urgência ou fornecendo iluminação de emergência em caso de falha do sector. As principais aplicações destes sistemas são:

— No que se refere à protecção das pessoas: os sistemas de detecção de incêndio e os sistemas de iluminação e segurança (que contêm blocos autónomos de iluminação de segurança e sistemas de iluminação de segurança a partir de fontes centrais).

— No que se refere à protecção dos bens: os sistemas de detecção de intrusão e sistemas de controlo de acesso.

(341) Segundo as partes, deve considerar-se que todos os sistemas de segurança formam um único mercado de produto, uma vez que asseguram todos a segurança. As diferentes componentes dos sistemas de segurança teriam certas funções que contribuem todas para uma das duas funções de base (protecção das pessoas ou protecção dos bens) e seriam por isso complementares. Além disso, a coerência do mercado seria em larga medida garantida pela regulamentação que impõe a utilização conjunta dos diversos tipos de sistemas de segurança. Este mercado do produto não incluiria os produtos destinados a oferecer uma protecção física (como as portas de protecção ou portas corta-fogo) ou sistemas de combate ao incêndio (por exemplo extintores automáticos de incêndio). Durante o inquérito, as partes admitiram contudo que deve ser estabelecida uma distinção entre o mercado dos sistemas de protecção dos bens e o mercado dos sistemas de protecção das pessoas.

(342) Pelas razões seguidamente expostas, o inquérito aprofundado realizado pela Comissão no âmbito do processo de segunda fase revelou que existe um mercado de produto distinto no que se refere aos sistemas de iluminação de segurança.

(343) Quanto às outras categorias de sistemas de segurança e com excepção dos sistemas de iluminação de segurança, a definição exacta do mercado de produtos pode permanecer em aberto, uma vez que, independentemente da definição de mercado, a operação notificada não suscita problemas de concorrência.

*Iluminação de segurança, detecção de incêndio e outros sistemas de segurança*

(344) Os sistemas de iluminação de segurança destinam-se a fornecer uma iluminação de emergência em caso de

falha do sector, permitindo desta forma, se necessário, a evacuação das pessoas. Entre os sistemas de iluminação de segurança, convém estabelecer uma distinção entre duas soluções alternativas baseadas em tecnologias diferentes:

— Os blocos autónomos de iluminação de segurança que dispõem de baterias próprias na caixa onde estão integradas.

— Os blocos de iluminação sem baterias, ligados a uma fonte central que lhes fornece energia para funcionar.

(345) Os sistemas de protecção das pessoas (que incluem sistemas de iluminação de segurança e sistemas de detecção de incêndio) não são substituíveis do lado da procura relativamente aos sistemas de protecção dos bens, uma vez que estes sistemas diferentes dão resposta a necessidades fundamentalmente diferentes. Desta forma, os sistemas de protecção de bens são utilizados em todos os sectores de actividade, desde o meio residencial aos grandes edifícios do sector terciário e são normalmente de carácter voluntário, excepto no caso de edifícios onde o risco é elevado (por exemplo, bancos ou museus). Em contrapartida, segundo a informação fornecida pelas partes, a detecção de incêndios e a iluminação de segurança são utilizadas em estabelecimentos que recebem público e são, normalmente, obrigatórios. Por conseguinte, do ponto de vista da procura, os sistemas de protecção das pessoas e os sistemas de protecção dos bens não podem ser integrados num mesmo mercado de produto. Este ponto de vista é, aliás, partilhado pelas partes.

(346) Ora, as partes afirmam na sua resposta à comunicação de objecções que os sistemas de iluminação de segurança e os sistema de detecção de incêndio fazem parte de um mesmo mercado, ou seja o dos sistemas de protecção das pessoas.

(347) A este respeito, é necessário realçar em primeiro lugar que os sistemas de iluminação de segurança preenchem uma função diferente da dos sistemas de detecção de incêndio, apesar de, tal como referem as partes, estes dois tipos de sistemas serem «sinérgicos» na medida em que a iluminação de segurança intervém como complemento do sinal de evacuação geral emitido pelo sistema de detecção de incêndio em caso de sinistro. Desta forma, não são substituíveis do lado da procura.

(348) Na sua resposta, as partes referem contudo que a função comum de iluminação de segurança e a detecção de incêndio seria «a protecção e a segurança das pessoas» e que estes dois tipos de sistemas seriam além disso complementares. Todavia, a existência de uma finalidade comum última como «a segurança das pessoas», que os sistemas em questão aliás partilham com diversos outros produtos e sistemas, não é suficiente para enquadrar estes dois tipos de sistemas no mesmo mercado de produto. Deverá ser extraída a mesma conclusão do argumento da sua complementaridade, tal como foi referido supra no que se refere à aparelhagem estanque.

(349) Além disso, será conveniente salientar que é reduzido o número de fabricantes que têm posições de mercado consideráveis simultaneamente no domínio dos sistemas de iluminação de segurança e no domínio das outras categorias de sistemas de segurança, como a detecção de incêndio. Embora, tal como indicam as partes na sua resposta, diversos intervenientes desenvolvam actividades nos dois segmentos, as suas posições de mercado são normalmente muito diferentes. Segundo referiu um terceiro, entre os cinco mais importantes fabricantes de sistemas de detecção de incêndio e de intrusão em França, apenas a Legrand figura também entre os cinco principais fabricantes de sistemas de iluminação de segurança. Além disso, o principal concorrente no mercado da detecção de incêndio em França como na Europa, a Siemens/Cerberus, não têm quaisquer actividades no domínio da iluminação de segurança.

(350) No seu Memorando de Resposta, as partes argumentam que a Schneider conseguiu aumentar as suas vendas de sistemas de detecção de incêndio após ter alargado a sua oferta, passando a incluir os sistemas de iluminação de segurança, e que se verificou o mesmo fenómeno em sentido inverso no que se refere à Cooper France. O exemplo acima referido da Siemens/Cerberus revela no entanto que a possibilidade de oferecer simultaneamente sistemas de detecção de incêndio e de iluminação de segurança, embora possa conferir uma vantagem concorrencial, não é de tal modo essencial que os dois tipos de sistemas possam ser classificados num mesmo mercado de produto.

(351) No que se refere à substituição do lado da oferta, deverá notar-se que as diferentes componentes de sistemas de detecção de incêndio (detectores de fumo, quebra de vidros, centrais, alarmes sonoros e mensagens e encerramento de portas corta-fogo), de detecção de intrusão (detectores de presença, detectores de quebra de vidros ou de choque, protectores de abertura, centrais, sirenes e transmissores telefónicos) e de controlo de acesso (sistemas áudio e vídeo de abertura, câmaras, ecrãs de visualização e teclados codificados) não são de forma alguma intersubstituíveis relativamente aos blocos autónomos de iluminação de segurança e aos componentes dos sistemas de iluminação por fontes centrais (blocos de iluminação através de fontes centrais e fontes centrais de alimentação).

(352) A este respeito, no seu Memorando de Resposta, as partes defendem unicamente que todos os sistemas de segurança dão resposta aos princípios de base que são a detecção e o aviso e que as tecnologias utilizadas no fabrico dos sistemas de iluminação de segurança e nos sistemas de alarme de incêndio são próximas umas das outras. Ora, esta afirmação de ordem geral, que não foi

explicitada pelas partes, não é suficiente para determinar que os sistemas em questão seriam substituíveis do lado da oferta.

(353) O inquérito aprofundado realizado pela Comissão junto de terceiros demonstrou que um fabricante de sistemas de detecção de incêndio não pode começar a fabricar material de iluminação de segurança sem custos e prazos suplementares consideráveis. Por exemplo, um concorrente indicou que as tecnologias exploradas no que se refere aos sistemas de alarme de detecção de incêndio por um lado, e aos sistemas de iluminação de segurança, por outro, são muito diferentes. A passagem, para um fabricante, de um produto para o outro necessitaria de investimentos muito significativos e de um período de cerca de 18 meses para poder comercializar os primeiros produtos ([107]).

(354) Esta conclusão da Comissão não foi posta em questão pelas partes no seu Memorando de Resposta. Estas alegam unicamente que um período de 18 meses deve ser considerado como um ciclo de criação normal de um produto. Contudo, este facto não cria uma possibilidade de substituição do lado da oferta imediata e eficaz, cujo efeito seria equivalente ao da substituição do lado da procura ([108]).

(355) Não pode, consequentemente, considerar-se que a iluminação de segurança pertence ao mesmo mercado do produto relevante que a detecção de incêndios. A Comissão conclui assim que os sistemas de iluminação de segurança devem ser considerados como um mercado de produto distinto.

**Elementos de conexão para redes de comunicação**

(356) A categoria dos elementos de conexão para redes de comunicação, tal como apresentada pelas partes, é constituída pelas componentes passivas integradas numa rede informática a nível de um edifício ou de um andar. Trata-se principalmente dos diferentes conectores informáticos de qualquer natureza (incluindo as tomadas VDI), de cabos de conexão, bem como dos armários de comutação e suas componentes.

(357) O inquérito aprofundado realizado pela Comissão demonstrou que, mesmo na hipótese de cada uma das diferentes categorias de produtos dever ser considerada um mercado de produto distinto, a operação notificada não suscitaria problemas de concorrência. Assim, a definição exacta do ou dos mercados de produto relevantes nesta categoria pode ser deixada em aberto.

([107]) Cooper Menvier S.A., resposta ao questionário para os concorrentes no âmbito da segunda fase (segmento 5) de 29 de Junho de 2001.

([108]) Comunicação da Comissão relativa à definição do mercado relevante para efeitos do direito comunitário da concorrência, ponto 20.

B.3.2 ***Definição dos mercados geográficos***

**Tomadas e interruptores normais**

*Introdução*

(358) Segundo as partes, a dimensão geográfica do mercado da venda de tomadas e interruptores é nacional. Contudo, as partes indicaram na notificação que se manifestam neste mercado certas tendências no sentido de uma internacionalização.

(359) A dimensão nacional dos mercados explica-se por barreiras à entrada consideráveis entre os diferentes mercados nacionais. Estas barreiras são principalmente causadas pelo quadro normativo aplicável e pelas tradições (nomeadamente estéticas) dos utilizadores finais e dos projectistas. Todos estes factores vêm reflectir-se na realidade actual do funcionamento do mercado, em termos da presença de diferentes intervenientes (fabricantes, distribuidores, etc.), das suas marcas e das suas referências de produtos vendidos no mercado, bem como a nível dos preços.

*Quadro normativo*

(360) O quadro normativo aplicável às tomadas e interruptores caracteriza-se por um nível de harmonização menos avançado do que o registado para outros produtos de distribuição eléctrica como, por exemplo, as componentes dos quadros eléctricos.

(361) No que se refere às tomadas de correntes existem, paralelamente às normas de construção (como por exemplo a CEI 60884-1 — norma internacional e a HD 60884-1 — norma europeia) que incidem sobre o desempenho e a segurança das tomadas e são incluídas no texto das normas nacionais, normas nacionais específicas para a calibragem das tomadas. A calibragem diz respeito ao afastamento das zonas de conexão eléctrica. As normas de calibragem diferem consoante o Estado-Membro e não se afigura, a curto ou médio prazo, que venham a ser objecto de uma harmonização a nível internacional ou europeu.

(362) Existem três sistemas principais de calibragem para as tomadas normais no EEE. A calibragem «franco-belga» é utilizada em França, na Bélgica e nalgumas zonas limítrofes em Espanha. A calibragem «Schuko» é utilizada na Alemanha, nos países nórdicos, na Áustria, em Espanha, em Portugal, nos Países Baixos e na Grécia e a configu-

ração denominada «British Standard» é utilizada no Reino Unido e na Irlanda. A Dinamarca e a Itália utilizam normas próprias, devendo salientar-se que em Itália, paralelamente à norma italiana, são utilizadas tomadas Schuko como tomadas de segurança ([109]).

(363) O Quadro 16 infra apresenta as normas de calibragem aplicadas nos Estados-Membros do EEE e as normas a que pertencem:

*Quadro 16*

| País | Designação normal | Norma nacional |
|---|---|---|
| Bélgica | Franco-Belga | NBN 61112 |
| Alemanha | Schuko | VDE 0624 |
| Dinamarca | Dinamarquesa | DK 107-2-D1 |
| Espanha | Schuko | UNE 20-315-94 |
| França | Franco-Belga | NF C 61-303/320 |
| Finlândia | Schuko | |
| Grécia | Schuko | ELOS 294 |
| Itália | Italiana | CEI 23-16 |
| Irlanda | Britânica | IS 180 |
| Luxemburgo | Schuko | |
| Países Baixos | Schuko | NEN 1020 |
| Portugal | Schuko | NP 1260 |
| Reino Unido | Britânica | BS 1363 |
| Noruega | Schuko | NEMKO 31/68 |
| Suécia | Schuko | SEMKO 107 |

*Fonte:* partes.

(364) A diferença nas normas de calibragem aplicáveis nos diversos Estados-Membros do EEE faz com que as tomadas de corrente que pertencem a um determinado sistema não possam ser utilizadas num país que utiliza outro sistema de calibragem.

([109]) Trata-se de uma calibragem diferente da norma que especifica um ponto de ligação e tem por função evitar ligar certos aparelhos que poderiam injectar parasitas no circuito em causa.

(365) Em contrapartida, não foi verificada a hipótese de que a existência de diferentes normas de calibragem no mesmo Estado-Membro levaria a uma segmentação geográfica dos mercados mais pormenorizada do que o nível nacional. Com efeito, em dois Estados-Membros do EEE, Espanha e Itália, existem duas normas de calibragem paralelas. Contudo, em cada um destes dois países, uma norma é em larga medida dominante (no que se refere à Itália, a norma CEI 23-16 com 92 %; no que se refere à Espanha, a norma Schuko com 95 %), estando a segunda norma confinada a aplicações muito específicas (Itália: a tomada Schuko é utilizada como uma tomada de segurança em todo o país) em que a sua utilização está limitada a regiões fronteiriças (a norma franco-belga em Espanha).

(366) Tal como acontece para os restantes produtos de distribuição de baixa tensão, a comercialização das tomadas e interruptores está, na prática, sujeita a uma certificação de conformidade dos produtos a uma marca nacional de qualidade, emitida pelo organismo nacional de certificação competente a pedido do fabricante. Segundo as partes, a obtenção de uma primeira marca de qualidade num determinado país demora entre [2-7]* meses e custa cerca de [1 000-5 000]* euros por referência. Na medida em que existe um acordo de reconhecimento mútuo entre os organismos de certificação em causa, as marcas de qualidade nos restantes países são obtidas através de um procedimento administrativo, sem que tenham que ser novamente efectuados os testes. Ora, no que se refere às tomadas de corrente, apenas existem acordos de reconhecimento mútuo no interior de uma zona de sistema de calibragem (por exemplo, na zona Schuko) ([110]).

*Apresentação*

(367) O inquérito confirmou igualmente que a apresentação (estética e natureza física da encomenda) e o desenho das tomadas e interruptores variam consoante os Estados-Membros. Uma vez que as tomadas e interruptores constituem as partes principais do equipamento eléctrico que são visíveis, as tradições de gosto nacionais têm uma influência determinante na escolha dos utilizadores. Por exemplo, na Dinamarca, a apresentação específica desenvolvida pela LK (a filial dinamarquesa da Schneider/Lexel) impôs-se quase como a norma, uma vez que se considera que corresponde ao sentido de estética nacional.

*Tomadas telefónicas e de televisão*

(368) No que se refere às tomadas telefónicas tradicionais, foi já referido que se caracterizam pelo facto de obedecerem às especificações históricas dos operadores nacionais de

([110]) Resposta das partes de 21 Junho de 2001, pergunta 149.

telecomunicações. Consequentemente, são diferentes consoante os Estados-Membros devido à sua calibragem. Além disso, são integradas em gamas cujo desenho e estética (forma, cor) são concebidos para dar resposta ao gosto nacional.

(369) As tomadas de televisão, são também integradas em gamas concebidas para satisfazer os gostos nacionais. Embora a parte de calibragem das tomadas de televisão esteja normalizada através das normas EN 50083-1, EN 50083-4 e EN 50083-7 a nível europeu, existem normas nacionais diferentes no que se refere às bases ([111]).

*Presença dos intervenientes e das marcas*

(370) As diferenças em termos de normas de calibragem e de tradições de apresentação e de estética traduzem-se por diferenças significativas na presença dos diversos intervenientes e nos preços dos seus produtos nos vários Estados-Membros.

(371) Em primeiro lugar, a presença de diferentes fabricantes no mercado varia consideravelmente consoante os Estados-Membros do EEE. Desta forma, a Legrand detém posições de mercado consideráveis em França, em Itália, na Grécia e em Portugal e de um nível inferior na Áustria, Bélgica, Espanha, Irlanda e Reino Unido. Em contrapartida, esta empresa está ausente ou quase ausente dos mercados alemão e neerlandês, bem como dos países nórdicos.

(372) A Schneider, através da sua filial Lexel, tem uma posição muito forte nos países nórdicos, mas ocupa posições de menor importância na maior parte dos outros Estados-Membros, nomeadamente Áustria, Bélgica, Alemanha, Espanha, França e Grécia e está completamente ausente dos mercados irlandês e neerlandês.

(373) Entre os principais concorrentes das partes, apenas a ABB ocupa uma posição razoável na maior parte dos Estados-Membros (mas não na Bélgica, na Dinamarca, em França, na Grécia, em Portugal e no Reino Unido). A Siemens está presente em três Estados-Membros (Áustria, Alemanha e Grécia). A Hager apenas ocupa uma posição significativa no Reino Unido. Todos os outros intervenientes nos diversos mercados são fabricantes locais que podem, todavia, deter quotas de mercado consideráveis nos respectivos países (como por exemplo a Niko na Bélgica ou a Simon em Espanha).

([111]) As partes indicaram as seguintes normas (resposta de 10 de Junho de 2001, pergunta 10): TAE na Alemanha, TDO na Áustria, RTT na Bélgica, RITA em Portugal, RJ 12 em Espanha, RJ 11 na Grécia e na Itália e BS no Reino Unido.

(374) A presença de um mesmo fabricante em diversos mercados nacionais não significa contudo que existam condições homogéneas de concorrência. Com efeito, um fabricante é muitas vezes representado por marcas diferentes, que pertencem por exemplo a empresas locais que, num determinado momento, foram adquiridas por um fabricante internacional. Desta forma, a presença da Schneider no mercado das tomadas e interruptores está essencialmente relacionada com a sua filial Lexel, adquirida em 1999, que por seu turno, desenvolve actividades através das filiais locais como a Alombard (França), a Eljo (Suécia), a Strömfors (Finlândia) e outras. A Legrand desenvolve as suas actividades sob a marca Legrand em França, na Bélgica e em Itália. Os produtos da BTicino, filial italiana da Legrand, são vendidos sob esta marca em Itália e, em menor medida, também em França e noutros países. A ABB utiliza, paralelamente à marca ABB, marcas locais na Alemanha (BJE), em Espanha (Niessen) e em Itália (Vimar).

(375) No que se refere aos fabricantes de tomadas de televisão que não desenvolvem actividades no sector da aparelhagem de corrente forte, a informação fornecida pelas partes indica que a sua presença no mercado varia também consideravelmente consoante os países, apesar de se poderem identificar, ao lado dos intervenientes locais, diversas empresas presentes em vários ou na maioria dos mercados nacionais (tal como a Philips, a Kathrein, a Hirschmann e a Triax).

(376) Pode verificar-se uma fragmentação ainda mais acentuada no que se refere ao mercado da distribuição. Tal como foi referido anteriormente, os grossistas, através dos quais é distribuída a maior parte das tomadas e interruptores, estão organizados a nível nacional, ou mesmo muitas vezes a nível regional ou local.

*Referências de produtos e preços*

(377) No que se refere aos produtos efectivamente vendidos, decorre das informações fornecidas pelas partes que, em cada categoria de produto, as referências mais vendidas pela Schneider e pela Legrand nos diversos Estados-Membros variam de forma considerável consoante o país. Um número significativo das referências mais vendidas num determinado Estado-Membro não é vendido em todos ou na maioria dos outros Estados. Desta forma, a Schneider não indicou uma única referência que figurasse entre as cinco referências mais vendidas em mais do que um Estado-Membro e explicou esta conclusão devido a «hábitos locais» ([112]). A Legrand identificou no total 151 referências de tomadas de corrente, inter-

([112]) Ver quadro apresentado em anexo à resposta à pergunta 139 de 21 de Junho de 2001.

ruptores e rióstatos (incluindo aparelhagem estanque) que figuram entre as cinco referências mais vendidas em pelo menos um Estado-Membro, das quais apenas duas se encontram entre as cinco referências mais vendidas em três países diferentes, enquanto oito referências figuram entre as mais vendidas em dois Estados ([113]). Contudo, será necessário notar que entre essas referências nenhuma é vendida em França, mercado em que a Legrand ocupa a suas mais forte posição.

(378) Os preços dos produtos em causa variam consideravelmente consoante o Estado-Membro, tal como revela o Quadro 17 infra que reproduz as médias fornecidas pelas partes dos preços de diversas referências:

*Quadro 17*

| | |
|---|---|
| Espanha | 100 |
| Portugal | *** |
| França | |
| Itália | **** |
| Reino Unido | **** |
| Base: Espanha = 100. | Preço de venda para 2000 |

[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

(379) O quadro anterior não toma em consideração o facto de a maior parte das referências de produtos efectivamente vendidos nos diversos Estados-Membros do EEE não serem idênticos. Contudo, da comparação de preços de referências vendidas em diversos Estados-Membros conclui-se existirem desvios de preços significativos. A título de exemplo, no que diz respeito às referências de tomadas e interruptores Legrand que figuram entre as 5 referências mais vendidas em mais do que um Estado-Membro, as diferenças verificadas entre os preços líquidos médios são as seguintes ([114]):

*Quadro 18*

| Referência | País onde o preço é mais elevado | País onde o preço é mais baixo | Diferença de preços (%) |
|---|---|---|---|
| […]* | […]* | […]* | * |
| […]* | […]* | […]* | * |
| […]* | […]* | […]* | * |

([113]) Ver documento intitulado «Anexo LPR» apresentado em resposta à pergunta 139 do questionário de 6 de Abril 2001.

([114]) *Fonte:* documento «Anexo LPR» (ver nota 102).

| Referência | País onde o preço é mais elevado | País onde o preço é mais baixo | Diferença de preços (%) |
|---|---|---|---|
| […]* | […]* | […]* | * |
| […]* | […]* | […]* | * |
| […]* | […]* | […]* | * |
| […]* | […]* | […]* | * |
| […]* | […]* | […]* | * |
| […]* | […]* | […]* | * |
| […]* | […]* | […]* | * |

[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

*Conclusão*

(380) Os mercados relevantes no que se refere à venda de tomadas e interruptores têm, consequentemente, dimensão nacional.

**Aparelhagem estanque**

(381) Se se seguir a opinião das partes, que integram as aparelhagens estanques no mercado das tomadas e interruptores normais, o mercado geográfico é nacional. Com efeito, a dimensão geográfica do mercado da aparelhagem estanque deve ser considerada nacional por razões essencialmente idênticas às que são pertinentes para o mercado das tomadas e interruptores normais.

(382) Além disso, convém mencionar que os hábitos de instalação nos diferentes Estados-Membros são variáveis. Por exemplo, obrigam a instalar aparelhagens salientes ou encastradas ou a utilizar IP (indicador do nível de impermeabilidade necessária) diferentes em função dos países no que se refere a uma mesma aplicação. Desta forma, para um mesmo local, é normal utilizar em França o IP 55, na zona Schuko o IP 44 e na zona British Standard o IP 56, indicando um valor IP mais elevado um maior nível de impermeabilidade. Estes diferentes hábitos têm por consequência que os produtos fabricados para o mercado de um país em que é aceite um IP mais fraco, não podem ser vendidos num país com um IP mais forte, enquanto os produtos com um IP mais forte poderão ser demasiado onerosos para serem comercializados em grande escala num país que apenas exige um IP mais fraco.

(383) Desta forma, os produtos vendidos nos diferentes Estados-Membros variam fortemente entre as diferentes zonas de calibragem. Das cinco referências mais vendidas da Legrand na Alemanha (país da zona Schuko), quatro correspondem igualmente às cinco referências mais vendidas na Áustria (que também pertence à zona Schuko), mas nenhuma corresponde às que são vendidas em França ou no Reino Unido, países que exigem um IP claramente mais elevado.

(384) Na medida em que as mesmas referência de produtos são vendidas em diversos países, os seus preços variam de forma considerável. O quadro seguinte revela por exemplo os preços de venda das cinco primeiras referências da Legrand em França nos Estados-Membros em que estas referências se encontram entre as cinco mais vendidas:

*Quadro 19*

| Referência (preço em euros) | B | E | F | I | IRL | L | P |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| […]* Preço médio de venda | | | * | * | | * | |
| […]* Preço médio de venda | | * | * | | * | | * |
| […]* Preço médio de venda | | * | * | | | | * |
| […]* Preço médio de venda | * | | * | | | * | |
| […]* Preço médio de venda | | | * | | | | |

*Fonte:* informação fornecida pelas partes.
[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

**Sistemas de iluminação de segurança**

(385) Segundo as partes, o mercado dos sistemas de segurança e de protecção é de dimensão europeia ou mesmo mais ampla. As partes explicam que a necessidade a que estes sistemas dariam resposta se encontra de forma constante na Europa e em todos os países desenvolvidos. As empresas que desenvolvem actividades no sector da segurança encontram-se em diversos países europeus cujas regulamentações seriam próximas e convergentes.

(386) Contudo, é necessário realçar que os produtos de iluminação de segurança são instalados em locais destinados a acolher o público. Estão assim sujeitos às regulamentações nacionais relativas aos edifícios destinados a acolher público que, pelo menos nalguns países, obrigam a desvios relativamente às normas harmonizadas aplicáveis.

(387) A norma europeia aplicável à iluminação de segurança é a norma EN 60598-2-22, transcrição da norma internacional CEI 60598-2-22 aplicável em todos os Estados-Membros do EEE. Contudo, em França existe um desvio nacional, mencionado na norma europeia. Este desvio resulta do decreto de 2 de Outubro de 1978, relativo aos estabelecimentos que recebem público (ERP-Établissement recevant du public) e diz respeito à manutenção de temperatura, ao posicionamento em relação aos restantes materiais eléctricos e à independência dos circuitos de alimentação ([115])

(388) Tal como acontece com os outros produtos de equipamento eléctrico de baixa tensão, existem marcas de qualidade emitidas por organismos de certificação nacionais. Contudo, contrariamente aos outros produtos, a obtenção desta marca é obrigatória nalguns Estados-Membros entre os quais a França. Tal implica, em França, custos de obtenção da marca de cerca de [1 000-8 000]* euros e um prazo de [1–12]* meses, a não ser que o produto tenha já sido certificado pelo organismo competente de um outro Estado-Membro que participe no «Cenelec Certification Agreement» ([116]). Na Bélgica, no que se refere aos edifícios do Estado, a Régie des Bâtiments do Ministério dos Assuntos Internos concede uma homologação com base num regulamento específico. As partes indicaram que o custo de obtenção desta homologação é de [1 000-5 000]* euros e o prazo necessário de [1–12]* meses ([117]).

(389) Além disso, as partes admitem que os gostos e os hábitos de instalação no que se refere aos sistemas de iluminação de segurança variam consoante os Estados-Membros. Estas variações dizem por exemplo respeito às tensões de alimentação e à duração de autonomia dos blocos de iluminação. Esta situação leva a que sejam impostas referências diferentes.

(390) A presença dos fabricantes nos diversos mercados nacionais da iluminação de segurança varia de forma considerável. A Legrand, com as suas filiais URA/Lumatic, detém uma quota de mercado de [60-70]* % em França ([70-80]* % segundo um documento interno da sua equipa de vendas), de [30-40]* % em Espanha, de [10-20]* % em Portugal e de [10-20]* % na Bélgica. Em todos os outros países, a quota de mercado da Legrand

([115]) Resposta das partes de 21 de Junho de 2001 à pergunta 187.
([116]) Ver supra, ponto 61.
([117]) Resposta das partes de 21 de Junho de 2001 à pergunta 187.

é inferior a [10-20]* %. A Schneider apenas detém uma presença de mercado significativa em França ([0-10]* % de quota de mercado).

(391) As designações e as quotas de mercado dos restantes concorrentes variam também consoante os países. Apenas a Cooper/Menvier (presente na Áustria, na Bélgica, em Portugal e no Reino Unido), a Zemper (Espanha e Portugal) e a Beghelli (Áustria, Bélgica e Itália) são concorrentes importantes das partes em diversos Estados-Membros ([118]).

(392) A Legrand vende os seus produtos de iluminação de segurança através da distribuição, o que contribui para a fragmentação nacional dos mercados ([119]).

(393) Na medida em que um fabricante está presente em diversos mercados nacionais, vende nesses mercados produtos diferentes. Desta forma, das cinco referências dos blocos autónomos de iluminação de segurança mais vendidas em França, apenas duas figuram entre as cinco referências mais vendidas pela Legrand num outro Estado-Membro do EEE, ou seja, a referência […]* na Áustria e em Portugal. Contudo, estas duas referências são vendidas a preços mais elevados em […]* do que nesses dois outros países, tal como revela o quadro que se segue:

*Quadro 20*

| Referência (preços em euros) | A | F | P |
|---|---|---|---|
| […]* Preço médio de venda | ** | ** | ** |
| […]* Preço médio de venda | ** | ** | ** |

*Fonte:* partes.
[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

(394) A Comissão conclui por conseguinte que o mercado geográfico relevante da venda de sistemas de iluminação de segurança é de dimensão nacional, pelo menos no que se refere ao mercado francês.

B.4 MATERIAL DE FIXAÇÃO E DE DERIVAÇÃO

### B.4.1 *Definição do mercado de produtos no que se refere ao material de fixação e derivação*

(395) As partes definem um mercado de produtos que inclui o material de fixação e de derivação utilizado a jusante do quadro de distribuição terminal e a montante da aparelhagem de instalação. Este mercado de produtos agruparia as seguintes categorias de produtos:

— as caixas de encastramento, ou seja, as caixas fixadas nas paredes destinadas a receber através do interior das paredes os cabos de alimentação eléctrica e através do exterior os mecanismos (tomadas e interruptores). As partes especificam que estas caixas podem ser ligeiramente diferentes consoante o tipo de parede (betão, divisória, maçonaria);

— as caixas de derivação, ou seja, as caixas utilizadas para incorporar as ligações dos cabos;

— as grelhas de derivação, ou seja, os acessórios utilizados para a realização de derivações de cabos;

— as barras de ligação, ou seja, os acessórios utilizados para ligar os fios e os cabos;

— as guias de cabos, ou seja, as pequenas condutas utilizadas para incorporar os cabos;

— os fixadores, ou seja os acessórios de fixação dos cabos;

— as abraçadeiras, ou seja, os acessórios de fixação de um feixe de cabos num suporte ou entre eles;

— os tubos rígidos, ou seja, os tubos destinados à instalação e à protecção dos cabos;

— os acessórios de fixação de tubos, ou seja, os acessórios de fixação dos tubos exteriores às paredes.

(396) As partes consideram que estes produtos formam um único mercado de produtos porque se destinam todos a organizar a infra-estrutura de ligação de uma instalação eléctrica, desde o quadro de distribuição terminal até à ligação às aparelhagens ultra-terminais (tomadas, interruptores, etc.). Mais precisamente, estes produtos, utilizados em todas as instalações eléctricas, destinam-se a assegurar a instalação, a protecção e a ligação dos cabos utilizados nas instalações eléctricas ([120]). As partes acrescentam que estes produtos são substituíveis do ponto de vista da oferta. Recorrem às mesmas tecnologias de base de moldagem, extorsão, corte e acabamento. Podem ser realizados numa única operação e com meios de produ-

([118]) Resposta das partes de 10 de Julho de 2001 à pergunta 31.
([119]) Ver supra, pontos 202-210.
([120]) Resposta das partes às perguntas 238 e 240 do questionário de 6 de Abril de 2001.

ção de custo limitado ([121]). As partes defendem que as semelhanças a nível das tecnologias necessárias para a produção dos diferentes materiais de fixação e de derivação poderão permitir que uma empresa que produza já certos produtos se lance na produção de outros produtos ([122]).

(397) A definição precisa do mercado de produtos no que se refere à venda de materiais de fixação e de derivação pode ser deixada em aberto no caso presente uma vez que, independentemente da definição de mercado considerada, a transacção proposta suscita problemas de concorrência idênticos.

### B.4.2 *Definição do mercado geográfico do material de fixação e de derivação*

(398) As partes não adoptam claramente uma posição quanto à dimensão geográfica do mercado dos materiais de fixação e de derivação. Consideram no formulário CO, com efeito, que a dimensão geográfica deste mercado «não pode ser considerada como estritamente nacional». Os elementos seguidamente expostos, juntamente com as considerações de ordem geral acima referidas no âmbito dos quadros de distribuição ([123]), confirmam, pelo contrário, que o mercado dos produtos em causa tem dimensão nacional.

**As especificações nacionais vêm juntar-se às normas internacionais relativas às caixas de encastramento e de derivação**

(399) As caixas de fixação e de derivação estão sujeitas à norma CEI 60 670, que fixa as regras gerais relativas às caixas para aparelhagem de instalação eléctrica fixa para utilização doméstica e análoga. As partes explicam todavia que esta norma não prevê qualquer especificação quanto à dimensão das referidas caixas. Estas dimensões são na realidade determinadas pelos organismos nacionais de normalização, o que conduz a especificidades nacionais. Com efeito, estes organismos determinam as dimensões que devem ter as caixas de encastramento e de derivação das diferentes bases, na maior parte dos casos em função das características de construção dominantes no Estado-Membro a que pertencem. Trata-se em particular da natureza dos materiais de construção utilizados, da qualidade e da diversidade das paredes e das divisórias (betão, tijolos, maçonaria, divisórias, etc.). As partes referem todavia que certos grupos de países, como os países nórdicos, adoptaram dimensões análogas. Por último, a França não impõe qualquer dimensão às caixas de encastramento e de derivação ([124]).

**As marcas de qualidade nacionais vêm acrescentar-se às normas internacionais no que se refere a diversas categorias de materiais de derivação e de fixação**

(400) Existem nos diferentes Estados-Membros do EEE marcas de qualidade nacionais que dizem respeito a diversas categorias de materiais de derivação e de instalação. As marcas de qualidade nacionais, emitidas por organismos de certificação nacionais independentes garantem aos consumidores a conformidade do produto que tem a marca com as exigências técnicas definidas pelas normas aplicáveis aos produtos em questão. Estas exigências técnicas podem decorrer quer de uma norma europeia, directa ou indirectamente através de uma norma nacional que transpõe a nível interno a norma internacional, quer de uma norma nacional independente de qualquer norma internacional. A obtenção destas marcas de qualidade nacional é voluntária, mas as partes reconhecem que as vantagens comerciais da obtenção destas marcas, no que se refere ao material de fixação e de derivação, é indiscutível em diversos países, nomeadamente na Alemanha, França e Itália ([125]).

(401) Desta forma, as partes obtiveram marcas de qualidade para os seguintes produtos:

— para diversas referências de caixas de encastramento que comercializam ([126]): OVE (Áustria) e CEBEC (Bélgica);

— no que se refere às barras de ligação: NF (França), KEMA (Países Baixos), VDE (Alemanha), IMQ (Itália), AENOR (Espanha), CEBEC (Bélgica) ([127]).

— no que se refere aos tubos rígidos: NF USE (França), emitida pelo LCIE ([128]).

([121]) Resposta das partes à pergunta 240 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([122]) Resposta das partes à pergunta 242 do questionário de 6 de Abril de 2001
([123]) Pontos 202-210.
([124]) Resposta das partes de 11 de Julho de 2001 a um pedido da Comissão de 6 de Julho de 2001.
([125]) Resposta à pergunta 246 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([126]) Anexo à resposta das partes à pergunta 66 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([127]) Resposta das partes de 20 de Julho de 2001 a um pedido da Comissão de 3 de Julho de 2001.
([128]) Resposta das partes de 20 de Julho de 2001 a um pedido da Comissão de 3 de Julho de 2001.

**As referências dos materiais de fixação e de derivação mais vendidas variam significativamente segundo os Estados-Membros**

(402) De forma geral, a Schneider explica que no que se refere aos materiais de fixação e de derivação, as cinco referências mais vendidas diferem consoante os países devido aos hábitos locais ([129]). Além disso, as diferentes entidades do grupo Schneider presentes no mercado em causa, tal como a Alombard ou a Sarel, comercializam a maior parte das vezes estes produtos apenas num único Estado-Membro. As comparações seguidamente apresentadas dizem por conseguinte essencialmente respeito aos produtos do grupo Legrand.

*Caixas de encastramento*

(403) As partes explicam que as referências destes produtos mais vendidas variam significativamente em função dos Estados-Membros ([130]). Os dados fornecidos pela Legrand revelam assim que a lista das cinco referências de caixas de encastramento mais vendidas varia de forma significativa consoante o Estado-Membro e que é raro encontrar uma referência que faça parte desta lista em mais do que três Estados-Membros. Desta forma, quando a Legrand fornece a lista das cinco referências de caixas de encastramento mais vendidas relativamente a 11 países do EEE em 2000 ([131]), esta lista inclui 37 referências. Destas 37 referências, três surgem em quatro Estados (e nenhuma em mais do que quatro Estados) e três aparecem em três países.

*Grelhas de derivação*

(404) As partes explicam que as grelhas de derivação são produtos mais utilizados em França e apenas nalguns outros Estados-Membros ([132]). Decorre de um documento interno da Legrand ([133]) que durante 2000 esta empresa, que está presente no mercado dos produtos de derivação e de fixação em sete Estados-Membros, apenas comercializou este tipo de produtos em quatro Estados-Membros, ou seja, a França, a Alemanha, a Áustria e a Irlanda ([134]).

*Tubos rígidos de fixação*

(405) As partes explicam que o diâmetro dos tubos rígidos utilizados no exterior varia consoante os Estados-Membros. Tal implica que os diâmetros dos materiais utilizados para fixar estes tubos variam também em função do Estado-Membro. As partes referem ainda que alguns Estados-Membros utilizam tubos metálicos enquanto outros utilizam tubos em PVC ([135]).

*Abraçadeiras de fixação*

(406) Os dados fornecidos pela Legrand revelam que a lista das cinco referências de abraçadeiras de fixação mais vendidas varia de forma significativa consoante os Estados-Membros e que é raro encontrar uma referência que faça parte desta lista em mais do que três Estados-Membros. Desta forma, quando a Legrand fornece a lista das cinco referências de abraçadeiras de fixação mais vendidas para quinze países do EEE ([136]), esta lista inclui 39 referências. Destas 39 referências, apenas duas aparecem em quatro Estados-Membros (e nenhuma em mais do que quatro Estados) e seis delas aparecem em dois países.

(407) Além disso, as partes explicam no que se refere às abraçadeiras de fixação que uma categoria específica de abraçadeiras denominadas «abraçadeiras Colson» é muito mais utilizada em certos Estados-Membros do EEE, nomeadamente em França, do que noutros. A particularidade deste produto consiste na sua elevada qualidade (resistência às agressões climáticas, resistência ao arranque) devido ao facto de utilizar uma matéria plástica mais resistente, mas também muito mais cara, do que a utilizada nas restantes abraçadeiras. A utilização particularmente ampla em França da abraçadeira Colson está relacionada com o facto de ter sido adoptada, para responder às suas necessidades próprias, pela EDF que considerou o custo de intervenção em locais muito dispersos, em caso de ruptura de uma abraçadeira inaceitável e proibitivo ([137]).

**Diferenças consideráveis de preços entre Estados-Membros**

(408) No que se refere a cada uma das categorias principais de materiais de fixação e de derivação, a Comissão soli-

([129]) «General Comment» relativo ao anexo à resposta da Schneider à pergunta 139 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([130]) Resposta das partes à pergunta 244 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([131]) Anexo da Legrand à pergunta 139 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([132]) Resposta das partes à pergunta 244 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([133]) Anexo à resposta da Legrand à pergunta 139 do questionário de 6 de Junho de 2001.
([134]) Anexo da Legrand à resposta 193 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([135]) Resposta das partes à pergunta 244 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([136]) Anexo à resposta da Legrand à pergunta 139 do questionário de 6 de Junho de 2001.
([137]) Resposta das partes de 25 de Junho de 2001 a um pedido da Comissão de 21 de Junho de 2001.

citou que as partes lhe fornecessem o preço médio de venda de cada uma das cinco referências mais vendidas num Estado-Membro, em todos os Estados em que tais referências são comercializadas ([138]). Na medida em que as mesmas referências se encontram entre as cinco referências mais vendidas em mais do que um país, os seus preços de venda são bastante diferentes.

(409) De qualquer forma, estas referências geram uma fracção importante das vendas da Legrand relativamente a cada uma das categorias dos materiais de fixação e de derivação. São, por conseguinte, representativas destas categorias de produtos.

*Caixas de encastramento*

(410) O Quadro 21 infra indica o preço de venda, em euros, da cada uma das referências de caixas de encastramento da Legrand que fizeram parte das cinco referências mais vendidas em pelo menos dois Estados-Membros durante 1999.

*Quadro 21*

| Ref. | DE | DK | BE | FR | GR | NL | PT | ES | RU |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| […]*<br>Preço médio de venda<br>(Preço relativo: FR=100) | | | | (100) | ** | | | | |
| […]*<br>Preço médio de venda<br>(Preço relativo: DE=100) | (100) | | | | | ** | | | *** |
| […]*<br>Preço médio de venda<br>(Preço relativo: DE=100) | (100) | | | | | ** | | | |
| […]*<br>Preço médio de venda<br>(Preço relativo: DE=100) | (100) | *** | | | | | | | *** |
| […]*<br>Preço médio de venda<br>(Preço relativo: DK=100) | | (100) | ** | | | | ** | | |
| […]*<br>Preço médio de venda<br>(Preço relativo: BE=100) | | | (100) | | *** | | ** | * | |
| […]*<br>Preço médio de venda<br>(Preço relativo: BE=100) | | | (100) | | *** | | ** | * | |
| […]*<br>Preço médio de venda<br>(Preço relativo: DE=100) | (100) | | | | * | ** | | * | |

*Fonte:* partes.
[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

(411) À excepção da referência […]*, as diferenças de preços entre Estados-Membros são particularmente importantes no que se refere à grande maioria das referências de caixas de encastramento comercializadas pela Legrand. Utilizando comparações apenas entre os Estados-Membros vizinhos ou próximos:

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [0-50]* %;

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [0-50]* %;

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [0-50]* %;

([138]) Anexo à resposta das partes à pergunta 245 do questionário de 6 de Abril de 2001.

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [50-100]* %;

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [50-100]* %.

*Abraçadeiras*

(412) O Quadro 22 infra indica o preço de venda, em euros, de cada uma das referências de abraçadeiras da Legrand que fazia parte das cinco referências mais vendidas, em pelo menos dois Estados-Membros durante 2000.

*Quadro 22*

| Ref. | AT | BE | DE | DK | ES | FR | GB | GR | IR | NL | PT |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| […]*<br>Preço médio de venda | | | *** | | | (100) | | | | | |
| […]*<br>Preço médio de venda | | | *** | **** | | (100) | **** | *** | | | |
| […]*<br>Preço médio de venda | | *** | ** | *** | ** | (100) | **** | **** | | | |
| […]*<br>Preço médio de venda | | | | *** | ** | (100) | | | | | |

*Fonte:* partes.
[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

(413) As diferenças de preços entre Estados-Membros são particularmente importantes para a grande maioria das referências de abraçadeiras comercializadas pela Legrand. Considerando apenas as diferenças entre os Estados-Membros vizinhos ou próximos:

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [0-50]* %;

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [0-50]* % entre […]* e […]*, uma diferença de [0-50]* % entre […]* e […]* e uma diferença de [0-50]* % entre […]* e […]*;

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [0-50]* %;

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [0-50]* %;

— a referência […]* (não representada no Quadro 20) é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [0-50]* %.

*Grelhas de derivação*

(414) Decorre dos dados fornecidos pela Legrand ([139]) que esta empresa comercializou grelhas de derivação em quatro Estados-Membros em 2000. As referências mencionadas seguidamente fazem parte das cinco referências mais vendidas nos Estados-Membros durante esse ano. Trata-se portanto de referências que geram um importante volume de vendas na categoria das grelhas de derivação e que são por conseguinte representativas de toda a categoria.

(415) Em 2000, o produto da Legrand com a referência […]* e denominado […]* «era vendido ao preço médio unitário de»:

— [90-130]* euros em França;

— [290-330]* euros na Áustria;

— [340-380]* euros na Irlanda.

([139]) Anexo à resposta das partes à pergunta 139 do questionário de 6 de Abril de 2001.

(416) Durante 2000, o produto da Legrand com a referência […]*, denominado «[…]*» era vendido ao preço médio unitário de […]* euros em […]*, sendo vendido ao preço médio unitário de […]* euros em […]* durante o mesmo ano, ou seja, uma diferença de [50-100]* %.

(417) Por último, durante 2000, o produto Legrand com a referência […]* e denominado […]* «era vendido ao preço médio unitário de […]* euros em […]*, sendo vendido ao preço médio unitário de […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [250-300]* %».

*Guias de cabos*

(418) O Quadro 23 infra indica o preço de venda, em euros, de cada uma das referências de guias de cabos da Legrand que fazem parte das cinco referências mais vendidas em pelo menos dois Estados-Membros durante 1999.

*Quadro 23*

| Ref. (preço em euros) | DE | AUT | BE | DK | ES | FR = 100 | GR | FIN |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| […]* Preço médio de venda | ***** | | 9* | | | (100) | | 11* |
| […]* Preço médio de venda | | | 8* | | | (100) | | 11* |
| […]* Preço médio de venda | **** | ***** | ****** | *** | 7* | (100) | ****** | 11* |
| […]* Preço médio de venda | **** | ***** | ****** | | 7* | (100) | ****** | 7* |

*Fonte:* partes.
[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

(419) As diferenças de preços entre Estados-Membros são particularmente importantes para a grande maioria de referências de abraçadeiras comercializadas pela Legrand. Considerando apenas as diferenças entre certos Estados-Membros vizinhos:

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]*, […]* euros em […]* e […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [50-100]* % entre […]* e […]*, [50-100]* % entre […]* e […]* e [300-350]* % entre […]* e […]*;

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [50-100]* %;

— a referência […]* é vendida a […]* euros em […]* e a […]* euros em […]*, ou seja, uma diferença de [50-100]* %.

**Nenhum concorrente, com excepção das partes, está presente em mais do que um Estado-Membro e as posições das partes nos diferentes Estados-Membros são assimétricas**

(420) Afigura-se que poucas empresas que desenvolvem actividades no mercado do material de fixação e de derivação dispõem de uma presença em diversos Estados-Membros. Os documentos comunicados pelas partes ([140]) indicam que apenas a Schneider e a Legrand comercializam estes produtos em mais do que um Estado-Membro do EEE. Desta forma, a Schneider está presente em seis Estados-Membros do EEE (Dinamarca, Finlândia, França, Itália, Suécia e Noruega) e a Legrand em sete Estados-Membros (Espanha, França, Itália, Irlanda, Países Baixos, Portugal e Reino Unido). Os principais concorrentes das partes: Hager, Siemens, ABB, Gewiss, apenas estão presente num único Estado-Membro, embora se trate, pelo menos no que se refere aos três primeiros citados, de grupos importantes implantados em numerosos Estados-Membros do EEE.

([140]) Anexo 16 ao formulário CO.

(421) Além disso, as quotas de mercado fornecidas pelas partes ([141]) revelam que a sua posição nos diversos Estados-Membros em que estão presentes é muito diversa. Desta forma, a Schneider dispõe de uma quota de mercado de [20-30]* % em França, mas apenas de [0-10]* % na Itália. Da mesma forma, dispõe de uma quota de mercado de [60-70]* % na Noruega, mas apenas de [30-40]* % na Suécia. Quanto à Legrand, dispõe de uma quota de mercado de [50-60]* % em França, mas apenas de [10-20]* % na Itália e de [10-20]* % em Espanha. As partes referem igualmente que no mercado dos materiais de fixação e de derivação «existe muitas vezes concorrência, a nível nacional, de pequenas e médias empresas que podem deter quotas de mercado locais importantes» ([142]).

**A distribuição dos materiais de derivação e de fixação é organizada a nível nacional**

(422) As partes explicam que, em média, 90 % do volume de negócios dos fabricantes de materiais de fixação e de derivação são gerados pelas vendas aos grossistas ([143]).

(423) Tal como foi referido supra, as relações entre fabricantes e grossistas de materiais de distribuição eléctrica são organizadas numa base nacional, mesmo no que se refere aos fabricantes e grossistas de dimensão europeia. Esta conclusão aplica-se igualmente aos materiais de fixação e de derivação. A distribuição destes produtos organiza-se também a nível nacional.

**Conclusão**

(424) Em conclusão, o mercado geográfico relevante da venda de materiais de derivação e de fixação é de dimensão nacional. No seu Memorando de Resposta, as partes não contestaram esta conclusão.

B.5 PRODUTOS DE TRANSFORMAÇÃO E DE ALIMENTAÇÃO

B.5.1 ***Mercados de produtos***

(425) Os transformadores e as fontes de alimentação são destinados aos equipamentos de baixa tensão de controlo dos automatismos das máquinas que equipam as instalações industriais e os edifícios. Estes produtos fornecem tensões e correntes adaptadas à parte de controlo e de potência dos equipamentos de automatismo. Com efeito, os automatismos devem, por razões de segurança, estar isolados da rede principal e implicam frequentemente tensões de alimentação diferentes (podem ser de nível menor ou contínuas por exemplo) da tensão da rede.

(426) As partes explicam que os transformadores e alimentações pertencem ao mesmo mercado de produtos, uma vez que dependem das escolhas tecnológicas que dão resposta a uma mesma necessidade, ou seja, fornecer corrente eléctrica a um automatismo. Contudo, esta proposta não é confirmada pela análise.

(427) Em primeiro lugar, os transformadores e as fontes de alimentação têm funções diferentes. Os transformadores destinam-se aos circuitos de controlo de corrente alterna e permitem adaptar o nível de tensão e isolar o sistema da rede principal. As fontes de alimentação permitem fornecer tensões contínuas. Além disso, as partes explicaram no seu Memorando de Resposta à comunicação de objecções que as fontes de alimentação oferecem frequentemente um nível de sofisticação e de funcionalidade muito mais elevado (protecção, segurança, controlo de elevado desempenho, etc.) que, segundo as partes, se reflecte no preço mais elevado das fontes de alimentação comparativamente com os transformadores.

(428) Seguidamente, a escolha do automatismo determina a escolha entre transformadores e fontes de alimentação. Desta forma, as partes explicaram no âmbito do inquérito que a escolha de uma determinada tecnologia depende de uma escolha a montante relativa ao próprio automatismo. Existiria, consequentemente, uma substituibilidade entre um par automatismo/transformador e um par automatismo/fonte de alimentação. Decorre das afirmações das partes que os transformadores e as fontes de alimentação para automatismos deixam de ser substituíveis do lado da procura após ter sido realizada a escolha do automatismo.

(429) Além disso, estes dois tipos de produtos parecem complementares. Desta forma, as partes explicam que os automatismos modernos incluem na maior parte das vezes um transformador para o isolamento e fontes de alimentação electrónicas para a adaptação e a regulação dos níveis de tensão. Ora, nesta medida, as tecnologias em causa são mais complementares do que concorrentes.

([141]) Anexo 16 ao formulário CO.
([142]) Resposta das partes de 16 de Julho de 2001 a um pedido da Comissão de 3 de Julho de 2001.
([143]) Formulário CO, p. 102.

(430) No seu Memorando de Resposta, as partes alegam contudo que a escolha entre transformadores e/ou fontes de alimentação permanecia muito aberta em função das utilizações, após a escolha do automatismo.

(431) No entanto, esta afirmação não só contradiz as explicações fornecidas pelas partes em resposta a pedidos de informações da Comissão no âmbito do inquérito ([144]) mas é também invalidada pelas explicações fornecidas no catálogo Télémécanique (Schneider), que apresenta, pormenorizadamente, no âmbito de um «guia de escolha» quais as funções dos transformadores, das fontes de alimentação de corrente rectificada filtrada e das fontes de alimentação em modo comutado, e quais as aplicações (por exemplo, em termos de circuitos de controlo, de ambiente, de rede, de sensibilidade de carga, etc.), a que estes produtos se prestam ([145]). As partes referem ainda na sua resposta outros elementos de escolha, como a fiabilidade, as condições de manutenção ou a normalização das componentes do automatismo que podem determinar a escolha quer de um transformador, quer de uma fonte de alimentação ou mesmo de um certo tipo de fonte de alimentação. Daqui decorre que o nível de substituibilidade dos transformadores e das fontes de alimentação do lado da oferta é apenas muito limitado.

(432) Os preços dos transformadores e das fontes de alimentação são claramente diferentes. Desta forma, entre as referências Schneider que figuram entre as cinco referências mais vendidas em cada um dos Estados-Membros do EEE, os preços médios dos transformadores variam entre [10-50]* euros (referência […]* em […]*) e [40-80]* euros (referência […]* em […]*), enquanto os preços médios das alimentações se situam entre [10-50]* euros (referência […]* em […]*) e [480-520]* euros (referência […]* em […]*). Os preços correspondentes da Legrand variam entre [0-40]* euros (referência […]* em […]*) e [180-220]* euros (referência […]* em […]*) no que se refere aos transformadores e entre [40-80]* euros (referência […]* em […]*) e [400-440]* euros (referência […]* em […]*) no que se refere às fontes de alimentação.

(433) No seu Memorando de Resposta, as partes explicam esta diferença de preços através do nível de sofisticação e de funcionalidade mais elevado das fontes de alimentação comparativamente com os transformadores.

([144]) Resposta de 19 de Março de 2001 ao questionário de 14 de Março de 2001, questão 25.

([145]) Catálogo Télémécanique 1999, p. 366/367.

(434) Ora, esta afirmação implica expressamente que os dois tipos de produtos não são substituíveis do lado da procura devido às suas características e aos seus preços ([146]).

(435) Os transformadores e as fontes de alimentação são, além disso, muito diferentes do ponto de vista tecnológico. As partes explicaram durante o inquérito que as alimentações utilizam uma tecnologia de «lógica programada» e são constituídas por componentes essencialmente electrónicas (embora contenham um transformador na maioria dos casos), enquanto os transformadores utilizam uma tecnologia de «lógica de cablagem» com constituintes electromecânicos e sem componentes electrónicas ([147]). Os transformadores são produtos cuja tecnologia está totalmente estabilizada enquanto as fontes de alimentação provêm de tecnologias ainda em desenvolvimento ([148]). Um concorrente explicou que não só os instrumentos de produção, mas também o equipamento de teste e de verificação são diferentes no caso dos transformadores e das fontes de alimentação. Por este motivo, um fabricante de transformadores enfrenta custos e prazos consideráveis para iniciar o fabrico de produtos de alimentação e vice-versa ([149]). Os produtos em questão, não são, por conseguinte, substituíveis do lado da oferta.

(436) Em defesa deste argumento, as partes alegam no seu Memorando de Resposta que existiria uma grande variedade de funções específicas desempenhadas quer pelos transformadores quer pelas fontes de alimentação e que, assim, a associação dos transformadores a certos produtos industriais de «lógica de cablagem» e a associação das fontes de alimentação a outros produtos de «lógica programada» seria «simplista». Além disso, as partes consideram que a passagem da produção de transformadores para a produção de fontes de alimentação e vice-versa «não coloca dificuldades», sem no entanto explicar pormenorizadamente os prazos e custos necessários.

(437) Esta afirmação não invalida a conclusão de que os transformadores e as fontes de alimentação não são substituíveis do lado da oferta. Com efeito, independentemente da possível variedade de soluções de fontes de alimentação, decorre das informações fornecidas tanto pelas par-

([146]) Ver definição do mercado do produto em causa na Comunicação da Comissão relativa à definição do mercado relevante para efeitos do direito comunitário da concorrência, ponto 7.

([147]) Resposta de 19 de Março de 2001 ao questionário de 14 de Março de 2001, pergunta 25.

([148]) Complemento ao formulário CO de 14 de Março de 2001, p. 12.

([149]) Polylux, resposta de 9 de Julho de 2001.

tes como pelos terceiros supracitados que todas as variantes de fontes de alimentação se baseiam numa tecnologia fundamentalmente diferente da dos transformadores.

(438) Além disso, as partes defenderam que a maior parte dos intervenientes no mercado vendem simultaneamente transformadores e fontes de alimentação. No entanto, será necessário salientar que embora um número considerável de fabricantes esteja com efeito presente nos dois segmentos, de todos os concorrentes com uma quota de mercado superior a […]* % no mercado combinado dos transformadores e das fontes de alimentação em França, apenas a Siemens e a Cecla desenvolvem actividades nos dois segmentos, estando os restantes apenas presentes no segmento das fontes de alimentação, de tal forma que não exercem uma pressão concorrencial efectiva sobre as partes, no segmento dos transformadores.

(439) Além disso, as partes alegaram na sua resposta que a utilização do transformador tende a diminuir a favor da utilização das fontes de alimentação, uma vez que se verifica uma tendência no mercado para uma maior tecnicidade e para o recurso cada vez maior à electrónica. Esta tendência forçaria os intervenientes no mercado a reorientar a sua produção, passando da produção de transformadores para a produção de fontes de alimentação de corrente rectificada (electromecânica), seguidamente para as fontes de alimentação de corrente rectificada filtrada (electromecânicas) e, por último, para as fontes de alimentação estabilizadas (electrónicas).

(440) Uma tendência deste tipo, embora exista a médio ou a longo prazo, não é contudo susceptível de exercer uma pressão concorrencial suficiente sobre os fabricantes de transformadores. Tal como foi referido mais acima, a escolha de um transformador ou de uma fonte de alimentação depende da escolha de um automatismo previamente determinado, de tal forma que a substituição descrita pelas partes apenas se pode exercer a nível da escolha entre uma solução «automatismo + transformador» e uma solução «automatismo + fonte de alimentação». Ora, como a escolha de um automatismo não é normalmente efectuada apenas tendo em vista o modo de acesso à fonte eléctrica, não parece provável que um aumento dos preços dos transformadores, por si, fosse suficiente para deslocar uma parte suficientemente importante da procura de uma solução «automatismo + transformador» para uma solução «automatismo + alimentação». Aliás, este facto é ilustrado pelas variações de preços acima verificadas.

(441) Por conseguinte, a Comissão conclui que os transformadores e os produtos de alimentação electrónica integram mercados de produtos distintos.

B.5.2 ***Mercado geográfico***

(442) Em termos de mercado geográfico, as partes consideram que o mercado é de dimensão europeia. Desta forma, explicam que os transformadores e também os produtos de alimentação estão normalizados a nível internacional e que os principais concorrentes detêm uma presença internacional, com base num catálogo-tipo e numa marca única.

(443) O quadro normativo aplicável aos transformadores e produtos de alimentação está harmonizado a nível europeu. As normas que abrangem os transformadores de tensão são as normas CEI da série 61558 e as normas EN da mesma série. Estas normas abordam todos os aspectos relacionados com a segurança eléctrica, térmica e mecânica dos transformadores de tensão primária inferior a 1 000 volts, bem como fontes de alimentação que incorporam estes transformadores. As fontes de alimentação reguladas são abrangidas pela norma CEI 60950 e pela norma equivalente europeia do mesmo número. Para além destas normas internacionais e europeias, não existem normas nacionais.

(444) A pedido dos clientes, os construtores de transformadores e de produtos de alimentação fazem certificar, por laboratórios independentes, a conformidade dos seus produtos com as normas aplicáveis. Tal como as partes referem, todos os laboratórios homologados dos Estados-Membros do EEE têm capacidade para realizar os testes necessários e emitir um certificado de conformidade em relação à norma. Contudo, a notoriedade do laboratório e o seu reconhecimento pelo mercado constituem elementos importantes para a tomada de decisões. As partes quantificam o prazo e o custo necessários para obter os certificados em respectivamente [1-18]* meses e [50-250]* FF. Embora tais custos não possam ser considerados proibitivos, constituem contudo uma barreira à entrada no mercado entre Estados-Membros que não é de todo negligenciável, tendo em conta o facto de que é necessário obter uma certificação separada para cada referência de produto e que as certificações devem ser renovadas a intervalos regulares.

(445) A análise dos preços propostos pelas partes permite concluir que existem variações substanciais consoante os Estados-Membros. O quadro infra indica o preço de venda, em euros, de cada uma das referências de transformadores e de alimentações da Schneider que fazem parte das cinco referências mais vendidas, em pelo menos dois Estados-Membros:

*Quadro 24*

| Referência (preço em euros) | B | D | DK | E | F | I | NL | UK | S | N |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Transformador […]* Preço médio de venda | * | * | ** | * | * | * | * | * | * | |
| Transformador […]* Preço médio de venda | * | * | * | * | * | * | | * | * | * |
| Transformador […]* Preço médio de venda | * | * | * | * | * | | * | | * | * |
| Fonte de alimentação […]* Preço médio de venda | ** | | ** | ** | ** | ** | | 11* | ** | |
| Fonte de alimentaçãoc […]* Preço médio de venda | | | | | *** | ** | *** | | | |
| Fonte de alimentação […]* Preço médio de venda | ** | | ** | | ** | | | | | |
| Fonte de alimentação […]* Preço médio de venda | | | | | ** | | | | ** | |
| Fonte de alimentação […]* Preço médio de venda | | | | | *** | | | | | ** |

*Fonte:* partes.
[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

(446) Estas diferenças de preços indicam que a oferta está em condições de aumentar os preços em certos países, sem correr o risco de os clientes importarem os equipamentos em causa a partir de países vizinhos.

(447) No seu Memorando de Resposta, as partes afirmam que as variações dos preços da Schneider não fornecem indícios sobre a definição do mercado geográfico, uma vez que resultariam do facto de a Schneider ter decidido não desenvolver uma política de preços em toda a Europa, tendo em conta as reduzidas quantidades de produtos em causa e o volume de negócios mínimo correspondente. Ora, na ausência de uma política de preços a nível do grupo, afigura-se que os preços determinados pelas filiais da Schneider nos diversos países reflectem correctamente as condições de concorrência nos países respectivos. As variações de preços verificadas constituem, consequentemente, uma expressão de condições de concorrência significativamente diferentes de um país para o outro ([150]).

(448) Aliás, deverá notar-se que existem igualmente variações de preços, numa menor medida, no âmbito da Legrand. Desta forma, o quadro que se segue apresenta os preços das cinco referências de transformadores mais vendidos em França que se encontram também entre as cinco referências vendidas pelo menos noutro Estado-Membro:

*Quadro 24 a*

| Referência (preço em euros) | B | D | DK | E | F | I | L | NL | N |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| […]* | [0-20]* | | | | [20-30]* | | | | |
| […]* | [0-20]* | | | | [20-30]* | | [20-30]* | [0-20]* | |
| […]* | | | | | [30-40]* | | | | [40-50]* |

*Fonte:* as partes

([150]) Ver definição do mercado geográfico em causa na Comunicação da Comissão relativa à definição do mercado relevante para efeitos do direito comunitário da concorrência, ponto 8.

(449) Segundo as partes, 60 % dos transformadores e produtos de alimentação vendidos pelas partes são distribuídos através de grossistas que estão organizados a nível nacional. No que se refere à França, país onde as sobreposições entre as partes são mais significativas, a Schneider quantifica a percentagem das suas vendas aos grossistas em [70-80]* % no que se refere aos transformadores e em [70-80]* % para as fontes de alimentação.

(450) No seu Memorando de Resposta, as partes invocam também a presença internacional de fabricantes de dimensões diferentes, incluindo grandes intervenientes como a Omron, Siemens e Phoenix, mas também diversas PME.

(451) Todavia, a presença de um interveniente em diversos países não implica necessariamente que as condições de concorrência sejam nesse país suficientemente homogéneas. Os dados fornecidos pelas partes no âmbito do inquérito sugerem que as posições de mercado dos diferentes intervenientes variam consideravelmente de país para país. Desta forma, a Legrand apenas detém uma quota das vendas de transformadores e de fontes de alimentação superior a [0-20]* %, em França ([20-40]* %), na Bélgica ([0-20]* %), nos Países-Baixos ([0-20]* %), na Itália ([0-20]* %) e no Reino Unido ([0-20]* %). A quota da Siemens varia entre [0-20]* % no Reino Unido e [20-40]* % na Alemanha, a da Phoenix entre [0-20]* % (Áustria e Finlândia) e [20-40]* % (Bélgica).

(452) As partes alegam igualmente que existiria um grande volume de exportações, sem no entanto quantificarem a percentagem dos produtos importados vendidos num determinado país. Aliás, o facto de os produtos serem exportados não exclui que o mercado seja de dimensão nacional, se se verificar, com base noutros factores, que a coordenação da oferta e da procura se realiza numa base nacional, como acontece no caso em apreço.

(453) Quanto à afirmação das partes, na sua resposta, de que as referências de produtos vendidas seriam frequentemente as mesmas em diferentes países, será suficiente notar que decorre dos dados fornecidos pelas partes que as referências da Legrand vendidas nos diversos Estados-Membros variam consideravelmente. Desta forma, das cinco referências mais vendidas em França, apenas uma se encontra entre as cinco referências mais vendidas em três outros países (neste caso, os países do Benelux), e duas dessas referências não se encontram em nenhum outro Estado-Membro. Além disso, decorre das variações de preços verificadas que a procura não realiza qualquer arbitragem significativa.

(454) Neste contexto, é necessário realçar que as partes explicam na sua resposta que existe, para além da oferta de catálogo, produtos individualizados. Tal implica a necessidade, para os fabricantes de transformadores e para os seus clientes (integradores), de manter uma relação estreita. Ora, como os fabricantes de transformadores e os integradores são frequentemente pequenas e médias empresas que não dispõem de uma rede de equipas de venda ou de compra em diversos países, a necessidade de manter uma tal relação estreia limita a possibilidade de os clientes de se abastecerem junto de fabricantes situados noutro país.

(455) Por conseguinte, a Comissão conclui que os mercados dos transformadores e dos produtos de alimentação são ambos de dimensão nacional.

B.6 AUXILIARES DE CONTROLO E DE SINALIZAÇÃO

B.6.1 ***Mercado de produtos***

(456) As partes definem um mercado de produtos dos auxiliares de controlo e de sinalização. Trata-se de aparelhos mecânicos de ligação, cuja função consiste em comandar a manobra de uma aparelhagem. O mercado de produtos, tal como definido pelas partes, inclui as seguintes categorias de produtos:

— os botões de pressão, ou seja, um auxiliar de comando munido de um órgão de comando destinado a ser accionado através do esforço exercido por uma parte do corpo humano, geralmente o dedo ou a palma da mão, e que possui uma energia elástica acumulada (mola);

— os botões giratórios (ou rotativos), ou seja, uma combinação de elementos de cumutação do tipo botão de pressão, cujo órgão de comando é accionado manualmente através de rotação;

— os botões teclas, ou seja, um botão de pressão destinado a ser utilizado em aplicações cuja dimensão tem uma profundidade reduzida e a conexão eléctrica é realizada através de um circuito impresso;

— as caixas para comandos de botões, ou seja, um suporte em forma de caixa metálica ou plástica (poliéster), perfurado previamente, destinado a receber os elementos de diálogo entre o operador e a máquina. O produto acabado constitui um posto de comando;

— os teclados de botões, ou seja, aparelhos mecânicos de ligação cuja função consiste em comandar a manobra de uma aparelhagem de conexão. Um teclado é constituído por três elementos principais:

— um conjunto de teclas;

— um conjunto electrónico de tratamento e de transmissão da informação;

— uma interface de interconexão;

— os teclados de membranas, ou seja, uma tecnologia específica de teclados, sendo a membrana a parte que está em contacto com o operador, o que permite adaptar o teclado às necessidades do consumidor final;

— os comutadores de «cames», ou seja, um auxiliar de comando munido de um órgão de comando destinado a ser accionado através de rotação angular. Altera as ligações de um ou diversos circuitos eléctricos;

— os interruptores seccionadores de comando rotativo, ou seja, um aparelho mecânico de conexão que pode estabelecer, suportar e interromper correntes em condições normais do circuito eléctrico. Além disso, cumpre a função de corte prevista no projecto;

— os manípulos, ou seja, os auxiliares de comando de manobra munidos de um órgão de comando que consistem numa alavanca destinada a ser accionada através de deslocação angular;

— os visores luminosos, ou seja, um auxiliar de sinalização composto por uma cabeça (indicador luminoso) de cor, destinado a informar o operador sobre o estado da máquina. Inclui igualmente pólos de alimentação na sua parte inferior, destinados à alimentação eléctrica. Um visor luminoso pode estar associado a um botão de pressão, constituindo um botão de pressão luminoso.

(457) Os diferentes tipos de produtos acima descritos estão subdivididos em diversos diâmetros de perfuração ou de fixação: 12 mm, 16 mm, 22 mm e 30 mm, que são abrangidos pelas normas definidas pela CEI et le Cenelec ([151]). Historicamente, o diâmetro de 30 mm apareceu em primeiro lugar e a sua utilização era particularmente corrente na siderurgia. Este diâmetro permite realizar produtos robustos e resistentes. Progressivamente, a evolução das técnicas de produção e a vontade dos clientes de reduzir a dimensão das máquinas, favoreceu o desenvolvimento de diâmetros de menores dimensões. As partes explicam ([152]) que actualmente o diâmetro de 30 mm tende progressivamente a ser substituído pelo diâmetro de 22 mm. Os diâmetros de 16 mm e 22 mm, mais frágeis, seriam principalmente utilizados em equipamentos electrónicos utilizados em ambientes protegidos. Desta forma, o diâmetro de 16 mm seria cada vez mais utilizado para os teclados de botões e de membranas acima referidos.

(458) As partes consideram que estes diferentes produtos constituem um único mercado de produtos, uma vez que desempenham todos a mesma função, ou seja, assegurar a interface do diálogo homem/máquina. Mais especificamente, estes produtos destinam-se a ser integrados em postos de comando de motores de fraca potência ou de automatismos ([153]). Segundo as partes, estes produtos seriam em larga medida substituíveis do lado da procura. Todos os auxiliares de controlo e de sinalização poderiam ser assim utilizados indiferentemente ou substituir-se entre si a nível das máquinas. A opção dos fabricantes por uma determinada categoria de produtos estaria essencialmente ligada às prioridades do cliente final em termos de estética, de dimensões e de hábitos ([154]). As partes afirmam ainda que estes produtos são substituíveis do lado da oferta. Com efeito, seriam todos de concepção electromecânica. Apenas os teclados de membranas mais complexos necessitariam de conhecimentos de serigrafia para a realização dos seus botões ([155]).

(459) A definição precisa do mercado dos auxiliares de controlo e de sinalização pode ser deixada em aberto no presente caso uma vez que, independentemente da definição do mercado considerada, a transacção suscita problemas de concorrência idênticos.

B.6.2 ***Mercado geográfico***

(460) As partes consideram que a dimensão geográfica do mercado dos auxiliares de comamdo e de sinalização é europeia, ou mesmo mundial. As partes apoiam-se em primeiro lugar no facto de estes produtos se destinarem a ser integrados em máquinas industriais que seriam vendidas sob forma idêntica em todo o mundo. A exportação das máquinas industriais conduziria aliás a uma homogeneização dos produtos no sentido da utilização principal de auxiliares de controlo e de sinalização de 22 mm de diâmetro. As partes explicam que para

([151]) Normas CEI e EN 60947-5-1.

([152]) Resposta das partes à pergunta 29 do questionário de 15 de Março de 2001.

([153]) Complemento ao Formulário CO, p. 15.

([154]) Resposta das partes à pergunta 291 do questionário de 6 de Abril de 2001.

([155]) Resposta das partes à pergunta 290 do questionário de 6 de Abril de 2001.

uma função, diâmetro de perfuração e características técnicas determinados não existe apenas um único produto comercializado na Europa, como o confirma o facto de a mesma referência comercial ser utilizada nos catálogos de produtos distribuídos em diferentes Estados ([156]). As partes acrescentam que o quadro normativo destes produtos é europeu e está totalmente harmonizado. Não existiria, além disso, qualquer especificidade ou marca de qualidade nacional.

(461) Os números que se seguem concluem que a dimensão geográfica destes mercados é de natureza nacional.

**Os preços dos auxiliares de controlo e de sinalização são substancialmente diferentes em função dos Estados-Membros**

(462) A análise dos preços oferecidos pelas partes permite concluir que existem variações substanciais de um Estado-Membro para outro. Desta forma, os preços das cinco referências de auxiliares de controlo e de sinalização mais vendidas em cada um dos Estados-Membros do EEE pela Schneider registam variações substanciais, tal como é apresentado no quadro infra, elaborado a partir de dados fornecidos por esta empresa ([157]). Estas cinco referências correspondem a cinco categorias de auxiliares de controlo e de sinalização diferentes; podem assim ser consideradas como uma amostra representativa de todos os auxiliares de controlo e de sinalização.

*Quadro 25*

| Referência | País onde o preço é mais elevado Preço médio nesse país em 1999 (euros) | País onde o preço é mais baixo Preço médio nesse país em 1999 (euros) | Diferença de preços (%) |
|---|---|---|---|
| […]* (botão de pressão) | Irlanda [*]* | Bélgica [*]* | [*]* |
| […]* (botão giratório) | Irlanda [*]* | Reino Unido [*]* | [*]* |
| […]* (visor luminoso) | Reino Unido [*]* | Itália [*]* | [**]* |
| […]* (caixa para comando de botões) | Irlanda [***]* | Alemanha [**]* | [**]* |
| […]* (interruptor) | Países-Baixos [**]* | Bélgica [*]* | [**]* |

*Fonte:* partes.
[Versão não confidencial: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, etc.]*

(463) De forma geral, decorre dos dados fornecidos pela Schneider ([158]) i) que existem diferenças de preços substanciais entre os Estados-Membros do EEE, incluindo entre Estados vizinhos, no que se refere a uma mesma referência de produto e ii) que estas diferenças, embora oscilando significativamente de um ano para o outro, permanecem na globalidade importantes no que se refere ao período considerado. Desta forma, entre a França e a Alemanha, a diferença de preços em 1999 situava-se entre [0-40]* % (para a referência […]*) e [20-60]* % (para a referência […]*). Em 1997, a diferença de preços situava-se entre [0-40]* % (para a referência […]*) e [10-50]* % (para a referência […]*). Da mesma forma, entre a França e a Espanha, a diferença de preços em 1999 situava-se entre [0-40]* % (para a referência […]*) e * % (para a referência […]*). Em 1997, a diferença de preços entre estes dois países situava-se entre [0-40]* % (para a referência […]*) e [20-60]* % para a referência […]*).

(464) É também interessante verificar que as diferenças de preços se acentuaram no período considerado entre outros Estados vizinhos. Desta forma, entre a Alemanha e a Bélgica, a diferença de preços em 1999, situava-se entre [0-30]* % (para a referência […]*) e [30-60]* % (para a referência […]*). Em 1997, a diferença de preços situava-se entre [0-30]* % (para a referência […]*) e [10-40]* % (para a referência […]*).

([156]) Resposta das partes à pergunta 70 do questionário de 29 de Junho de 2001.
([157]) Anexo da Schneider à resposta à pergunta 33 do questionário de 15 de Março de 2001.
([158]) Anexo da Schneider à resposta da pergunta 33 do questionário de 15 de Março de 2001.

(465) Pode extrair-se uma conclusão idêntica da análise do preço de venda dos auxiliares de controlo e de sinaliza-

ção comercializados pela Baco, filial da Legrand, em diferentes Estados-Membros do EEE, entre 1995 e 2000.

(466) De forma geral, decorre dos dados fornecidos pela Legrand ([159]) i) que existem diferenças de preços substanciais entre os Estados-Membros do EEE, mesmo entre Estados vizinhos, e que ii) estas diferenças, embora oscilantes, permanecem na globalidade importantes durante todo o período considerado. Desta forma, em 2000, as diferenças de preços entre a França e os seus vizinhos, (Alemanha, Bélgica, Itália e Espanha) situaram-se entre [30-60]* % (com a Bélgica) e [50-80]* % (com a Itália). Em 1995, estas diferenças de preços situavam-se entre [30-60]* % (com a Bélgica) e [60-90]* % (com a Itália). É também interessante verificar que as diferenças de preços entre certos países vizinhos se acentuaram durante o período. Desta forma, entre a Espanha e Portugal, a diferença de preços passou de [0-30]* % em 1995 a [10-40]* % em 2000. Da mesma forma, a diferença de preços entre a Alemanha e Áustria passou de [0-30]* % em 1995 para [0-30]* % em 2000.

(467) Os preços de venda dos auxiliares de controlo e de sinalização comercializados pelas partes são, por conseguinte, extremamente diferentes segundo os Estados-Membros do EEE. As partes não forneceram qualquer indicação em contrário no que se refere aos seus concorrentes.

(468) No seu Memorando de Resposta ([160]), as partes alegaram que as diferenças de preços entre Estados-Membros, acima descritas, relativas aos auxiliares de controlo e de sinalização vendidos pelas partes não são pertinentes. Com efeito, alguns destes preços incluiriam descontos comerciais que oferecem aos seus clientes («preços líquidos») enquanto outros preços não incluíam estes descontos («preços brutos»). Desta forma, os preços não seriam comparáveis.

(469) Neste contexto, será conveniente realçar, em primeiro lugar, que incumbe às partes, nos termos da pergunta 33 do questionário de 20 de Março de 2001, fornecer os preços «facturados» relativamente a cada uma das categorias de auxiliares de controlo que comercializam, em cada um dos Estados-Membros do EEE. Além disso, as partes explicaram na sua resposta à referida questão que os preços indicados à Comissão correspondiam aos «preços médios praticados» (Schneider) ([161]) e aos «preços médios de venda» (Legrand) ([162]). Afigura-se assim que os preços de venda dos auxiliares de controlo e de sinalização fornecidos pelas partes são preços líquidos, que não incluem os descontos ou abatimentos de volume, sendo comparáveis entre si.

(470) Além disso, as partes explicam ([163]) que as diferenças de volumes das suas vendas relativamente a cada uma das categorias de auxiliares de controlo justificam objectivamente a existência de diferenças de preços. Este argumento baseia-se implicitamente na ideia de que o montante dos descontos e abatimentos de volumes que aplicam a cada uma das suas vendas era diferente consoante os Estados-Membros, o que explicaria, segundo as partes, as diferenças de preço médio de venda verificadas. Neste contexto, será suficiente verificar que as partes não forneceram qualquer elemento que permita estabelecer que o nível médio dos volumes das suas vendas por actividade seria diferente em função dos Estados-Membros. Em especial, as partes não demonstraram que existem nalguns Estados-Membros clientes que geram volumes de venda mais importantes do que noutros Estados-Membros e que, devido à aplicação de descontos e abatimentos de volume, o preço líquido médio de venda dos produtos em causa seria inferior nesses territórios. De qualquer forma, a verificar-se, esta situação constituiria um índice suplementar importante, a favor de uma definição nacional do mercado em causa.

(471) Por último, as partes alegam que não é possível chegar a conclusões no que se refere às diferenças de preços de venda da Baco e da Legrand entre Estados-Membros, na medida em que estas duas empresas vendem exclusivamente pequenas quantidades e praticamente só em França. As diferenças de preços verificadas no que se refere à Schneider, líder incontestado do mercado dos auxiliares de controlo e de sinalização a nível do EEE, com uma quota de mercado de [20-30]* % e uma presença em todos os Estados-Membros, constituem um índice particularmente determinante para concluir que existem variações significativas de preços entre Estados-Membros. Por outro lado, embora a Legrand detenha uma quota de mercado significativa em França, comercializa todavia os produtos em causa em oito Estados-Membros. A ausência, no que se refere a esta empresa, de uma estratégia de preços a nível europeu, referida pelas partes ([164]), em vez de justificar objectivamente as diferenças de preços de venda acima referidas, constitui pelo contrário um índice suplementar de que os preços dos auxiliares de controlo e de sinalização são fixados a nível nacional.

(472) Em conclusão, os preços dos auxiliares de controlo e de sinalização são substancialmente diferentes segundo os Estados-Membros.

([159]) Anexo da Legrand às respostas das perguntas 12, 34 e 40 do questionário de 15 de Março de 2001.

([160]) Ponto 774.

([161]) Resposta da Schneider à pergunta 33 do questionário de 20 de Março 2001.

([162]) Página 1 do documento Baco fornecido em anexo à resposta da Legrand às perguntas 12, 34 e 40 do questionário de 20 de Março de 2001.

([163]) Ponto 776 do Memorandum de Respostas à comunicação de objecções.

([164]) Ponto 777 do Memorandum de resposta à comunicação de objecções.

**A posição dos fabricantes de auxiliares de controlo e de sinalização varia substancialmente segundo os Estados-Membros**

(473) O quadro 26 infra, fornecido pelas partes, indica a posição dos principais fabricantes de auxiliares de controlo e de sinalização nos diversos Estados-Membros do EEE durante 2000.

*Quadro 26*

| | Schneider | Legrand | Siemens | Moeller | K&N | Rockwell | EAO | ABB | Outros |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Áustria | [10-20]* % | [0-10]* % | [10-20]* % | [10-20]* % | [10-20]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | |
| Bélgica | [20-30]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | RAFI [0-10]* % |
| Alemanha | [0-10]* % | [0-10]* % | [10-20]* % | [10-20]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | RAFI [0-10]* % Hoffman [0-10]* % |
| Dinamarca | [30-40]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | |
| Espanha | [30-40]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | GE[0-10]* % |
| França | [50-60]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | Entrelec [0-10]* % |
| Finlândia | [20-30]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | |
| Grécia | [10-20]* % | [0-10]* % | [10-20]* % | [10-20]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | |
| Itália | [20-30]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | GE[0-10]* % |
| Irlanda | [10-20]* % | [0-10]* % | [10-20]* % | [10-20]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | |
| Países-Baixos | [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]* % | |
| Reino Unido | [30-40]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [10-20]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | |
| Suécia | [20-30]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [10-20]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | |
| Noruega | [20-30]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | |
| Total EEE | [20-30]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | | |

*Fonte:* partes.

(474) Decorre do quadro supra que as posições dos fabricantes variam sensivelmente de um Estado-Membro para outro. De forma geral, afigura-se que cada fabricante dispõe de uma quota de mercado claramente mais importante num determinado Estado-Membro e que a sua posição nos outros Estados-Membros, mesmo vizinhos, é i) sensivelmente mais fraca e ii) particularmente flutuante. Desta forma, a quota de mercado da Schneider é de [50-60]* % em França. Nos Estados vizinhos, a sua quota de mercado situa-se em [20-30]* % em Espanha, [20-30]* % na Bélgica, [20-30]* % na Itália e apenas [0-10]* % na Alemanha. No que se refere à Legrand,

verifica-se que dispõe de uma quota de mercado significativa apenas em França ([0-10]* %), mas que está ausente de todos os Estados vizinhos, incluindo a Itália, onde detém contudo uma posição extremamente forte noutros mercados de produtos. Verifica-se igualmente que a Siemens e a Moeller, cujas quotas de mercado respectivas na Alemanha se situam em [10-20]* % e [10-20]* %, respectivamente, detêm de uma quota de mercado de cerca de metade na Bélgica (respectivamente [0-10]* % e [0-10]* %) e uma posição muito fraca em França (respectivamente [0-10]* % e [0-10]* %). A Kraus & Naimer, que é o principal interveniente no mercado austríaco com uma quota de mercado de [10-20]* %, dispõe de uma quota de mercado francamente mais baixa na Alemanha ([0-10]* %). O mesmo acontece no que se refere à Rockwell ([0-10]* % na Áustria e [0-10]* % na Alemanha). No que se refere às outras empresas que desenvolvem actividades no mercado (EAO, ABB, GE, RAFI, Hoffman, Entrelec), a maior parte delas dispõe de uma quota de mercado superior a [0-10]* % num determinado Estado mas estão ausentes ou apenas presentes de forma marginal nos outros Estados.

(475) No seu Memorando de Resposta ([165]), as partes alegaram que as variações de quotas de mercado dos principais concorrentes, observadas supra, resultavam quer de factores históricos quer do facto de os auxiliares de controlo e de sinalização serem produtos de fraco valor o que implicava que os intervenientes no mercado estão apenas presentes nas zonas geográficas em que a sua presença exige um pequeno esforço comercial. Além disso, as partes salientaram o facto de seis concorrentes estarem presentes pelo menos em dez Estados-Membros do EEE.

(476) De qualquer forma, a conclusão segundo a qual as posições dos principais intervenientes no mercado dos auxiliares de controlo e de sinalização variam de forma significativa entre os Estados-Membros não foi posta em causa pelas partes ([166]).

**A distribuição dos auxiliares de controlo e de sinalização está em larga medida organizada numa base nacional**

(477) As partes explicam que as vendas dos fabricantes de auxiliares de controlo e de sinalização estão repartidas entre os grossistas habituais de material eléctrico e as vendas directas aos construtores de máquinas ([167]). As partes não forneceram contudo qualquer indicação relativa à repartição dos fabricantes destes produtos entre estes dois canais de comercialização.

([165]) Ponto 784.
([166]) Memorandum de Resposta à comunicação de objecções, ponto 783.
([167]) Complemento ao Formulário CO, p. 17.

(478) Todavia, decorre de um documento interno da Legrand, que a Baco realiza [40-50]* % das suas vendas de auxiliares de controlo e de sinalização através da distribuição e a Legrand 100 % ([168]). Conclui-se de um documento da Schneider, que a Mafelec realiza a maior parte das suas vendas directamente, enquanto os produtos da Schneider, exceptuando a Mafelec, são vendidos a um nível de [60-70]* % através dos grossistas ([169]). Neste contexto, será conveniente recordar que a Schneider detém uma quota de mercado da ordem dos [20-30]* % a nível do EEE e que é, devido a esse facto, o primeiro interveniente no mercado em causa. Desta forma, é possível concluir que as vendas aos grossistas representam assim uma parte importante do mercado dos auxiliares de controlo e de sinalização que se pode estimar em cerca de [50-60]* % segundo os fabricantes.

(479) Foi já explicado que as relações comerciais entre os grossistas de material eléctrico e os fabricantes estão organizadas a nível nacional ou mesmo regional, mesmo no que se refere aos fabricantes e aos grossistas de dimensão europeia. Esta conclusão aplica-se igualmente aos auxiliares de controlo e de sinalização. Por conseguinte, uma parte substancial de distribuição destes produtos está organizada numa base nacional.

(480) No seu Memorando de Resposta ([170]), as partes alegaram que, tendo em conta a importância das vendas directas dos fabricantes aos clientes finais, nomeadamente os fabricantes de máquinas industriais, o facto de a distribuição estar organizada a nível nacional não é suficiente para estabelecer o carácter nacional do mercado do produto em causa.

(481) O facto de, por um lado, metade das vendas de auxiliares de controlo e de sinalização ser realizada, a nível do EEE, através de grossistas e de, por outro lado, as relações entre estes grossistas e os fabricantes estarem organizadas a nível nacional constituem todavia um índice importante do carácter nacional do mercado do produto em causa. Esta situação explica, pelo menos em parte, as diferenças de preços e as variações de quotas de mercado acima referidas.

**Barreiras à entrada**

(482) No seu Memorando de Resposta ([171]), as partes apresentaram numerosos argumentos destinados a demonstrar a

([168]) Plano a Médio Prazo 2001-2005 da France Baco, p. 20. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.
([169]) Acta do Comité de aquisições de 17 de Outubro de 1997, p. 6. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.
([170]) Ponto 786.
([171]) Pontos 788 e 789.

ausência de barreiras à entrada no mercado dos auxiliares de controlo e de sinalização. As partes realçam essencialmente a normalização dos produtos, a harmonização da normalização dos produtos a nível do EEE, a ausência de marcas nacionais de qualidade e de hábitos nacionais de instalação ou de utilização, a organização europeia de produção dos principais fabricantes, o nível reduzido dos custos de transporte, a generalização do diâmetro de perfuração de 22 mm e a existência de diversas marcas utilizadas a nível mundial.

(483) De forma preliminar, a existência de diferenças de preços substanciais entre Estados-Membros e a heterogeneidade das quotas de mercado dos intervenientes acima verificadas constituem dois elementos determinantes que, de um ponto de vista factual, invalidam, ou pelo menos limitam fortemente, a afirmação das partes segundo a qual as barreiras à entrada no mercado dos auxiliares de controlo e de sinalização seriam fracas.

(484) Desta forma, decorre do inquérito da Comissão que o mercado dos auxiliares de controlo e de sinalização se caracteriza pela existência de três categorias de barreiras à entrada. Uma primeira barreira à entrada é constituída pelo acesso à distribuição, uma vez que cerca de metade das vendas destes produtos a nível do EEE é realizada através dos grossistas. A tendência dos grossistas, revelada pelo inquérito da Comissão, para reduzir o número de marcas que distribuem relativamente a cada uma das categorias de material eléctrico, é também susceptível de aumentar as barreiras à entrada. Aliás, é significativo que num documento interno da Legrand ([172]), o acesso à distribuição seja apresentado, em diversas ocasiões, como um dos factores fundamentais para conseguir ter êxito no mercado.

(485) Uma segunda barreira importante à entrada é constituída pela necessidade de dispor de bons conhecimentos do outro canal de venda dos produtos em causa, das vendas directas aos fabricantes de máquinas industriais, os «OEM» ou integradores. Desta forma, foi também indicado por diversas ocasiões um documento interno da Legrand ([173]) que um bom conhecimento dos «mercados integradores» constitui um dos factores fundamentais para obter êxito. Ora, o mercado dos integradores é composto por um grande número de PME, como o testemunha a lista dos principais clientes das partes ([174]), de tal forma que é necessário realizar investimentos significativos para ter acesso a este mercado. Este facto é aliás reconhecido pelas partes ([175]) que explicam que devido ao fraco valor dos produtos, os fabricantes se contentam em estar presentes nas zonas geográficas em que a sua presença apenas exige um pequeno esforço comercial. Este fenómeno é igualmente acentuado devido à pequena dimensão de numerosos fabricantes. Desta forma, por exemplo na Alemanha, os oito primeiros e únicos intervenientes identificados pelas partes detêm uma quota de mercado cumulada de [50-60]* %. Na Finlândia, os sete primeiros e únicos intervenientes identificados pelas partes detêm uma quota de mercado cumulada de [50-60]* %.

(486) Por último, uma terceira barreira à entrada decorre do facto de uma parte importante dos auxiliares de controlo e de sinalização não serem produtos normalizados, mas produtos específicos realizados a partir de um caderno de encargos definido pelos fabricantes de máquinas industriais. As partes explicam ([176]) que para estes produtos específicos, é necessário estabelecer «uma relação de proximidade entre o produtor e o utilizador» no que se refere à definição, realização e desenvolvimento. As partes acrescentaram também que esta relação de proximidade não se traduz necessariamente numa noção de proximidade física. Contudo, a venda de auxiliares de controlo e de sinalização específicos implica simultaneamente os investimentos necessários à criação desta relação de proximidade, que constituem uma barreira à entrada, em especial para os fabricantes de menores dimensões.

(487) A Comissão conclui assim que o mercado geográfico relevante relativo à venda de auxiliares de controlo e de sinalização tem uma dimensão nacional.

## C. *ANÁLISE DA OPERAÇÃO*

### C.1 MERCADOS RELATIVOS AOS QUADROS DE DISTRIBUIÇÃO ELÉCTRICA

#### C.1.1 ***Características principais da concorrência nos mercados em causa***

(488) O esquema que se segue, retirado de um relatório do Crédit Suisse First Boston ([177]), resume as características da concorrência nos mercados em causa. Os números que se seguem desenvolvem os principais elementos que justificam tal descrição do funcionamento do mercado. De realçar que esta análise se aplica mutatis mutandis

([172]) Plano a médio prazo Baco France 2001-2005, p. 34, 39, 41 e 43. Anexo 4 enviado em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.

([173]) Plana médio prazo Baco France 2001-2005, p. 34, 39, 41 e 43. Anexo 4 apresentado em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.

([174]) Anexos fornecidos pelas partes em resposta à pergunta 69 do questionário de 29 de Junho de 2001.

([175]) Memorandum de resposta, ponto 784.

([176]) Complemento ao Formulário CO e resposta à pergunta 30 do questionário de 20 de Março de 2001

([177]) Relatório Crédit Suisse First Boston relativo à Legrand (11 de Setembro de 2000).

aos outros mercados de produto afectados pela operação notificada, sob reserva de considerações específicas que serão referidas no âmbito das secções relativas aos produtos em causa.

**Fidelidade da procura**

(489) Tal como resume o relatório do Crédit Suisse First Boston ([178]), «os electricistas são extremamente fiéis à marca. Trabalham normalmente durante vários anos com o mesmo fornecedor e a mesma marca, e por vezes mantêm o mesmo fornecedor durante toda a sua carreira. Este fenómeno deve-se a dois motivos. Em primeiro lugar, existe um elemento de familiaridade: depois de se habituarem a um produto (marca, facilidade de instalação), torna-se muito difícil modificar a sua escolha, mesmo que sejam oferecidos preços mais baixos. Em segundo lugar, a sua responsabilidade é determinada pela escolha do material (quando ganham confiança na segurança dos produtos que adquirem habitualmente, mostram-se pouco inclinados a experimentar marcas mais baratas)».

(490) A Legrand indica igualmente que «a familiaridade e a confiança dos electricistas e dos responsáveis técnicos relativamente aos produtos da Legrand constitui um elemento fundamental para a manutenção e expansão da posição concorrencial da Legrand. […]* A utilização repetida dos produtos Legrand, pelos electricistas e responsáveis técnicos, reforça a posição da Legrand e representa uma vantagem concorrencial importante.» ([179]).

(491) O inquérito realizado pela Comissão e os dados fornecidos pelas partes confirmam que os instaladores e os fabricantes de quadros revelam uma nítida fidelidade relativamente à sua marca habitual. Todavia, o inquérito da Comissão revela igualmente que esta fidelidade não é absoluta. Com efeito, afigura-se que, no que se refere aos instaladores e técnicos de quadros, a segurança e a disponibilidade imediata dos produtos constituem exigências imperativas, que prevalecem sobre a própria marca aquando da escolha dos materiais. Desta forma, desde que uma marca garanta uma qualidade e uma disponibilidade suficientes, continuará a beneficiar de uma forte fidelidade por parte dos seus clientes habituais. Não será assim fácil para os outros concorrentes conquistar esta clientela, mesmo oferecendo produtos superiores e/ou preços reduzidos. Em contrapartida, se uma marca deixa de satisfazer as exigências essenciais dos instaladores e dos técnicos de quadros, ou se deixar de suportar a comparação com os seus concorrentes, poderá perder rapidamente a confiança dos seus instaladores e técnicos de quadros tradicionais, e será difícil reconquistá-los.

(492) O inquérito da Comissão revela além disso que os principais fabricantes tentam cultivar e reforçar esta fidelidade, oferecendo frequentemente uma presença comercial de proximidade e propondo, por exemplo, instrumentos de concepção do esquema eléctrico e de quantificação da instalação utilizando produtos que fabricam (em especial *softwares*), facilitando a montagem dos seus produtos e proporcionando acções de formação para os instaladores, etc. Estes investimentos comerciais e relacionais representam aliás, frequentemente, uma parte apreciável do volume de negócios das marcas, que pode, por vezes, atingir até [10-30]* % das vendas nacionais.

(493) No seu Memorando de Resposta, as partes consideram que a Comissão sobrevaloriza a fidelidade às marcas, principalmente no sector dos quadros de distribuição. Defendem nomeadamente que a Comissão aplica a estes mercados características que dizem mais respeito à instalação repartida, e que conclui pela existência de uma fidelidade «quase absoluta», enquanto esta é apenas reduzida. Com efeito, as partes alegam, apoiando-se nos resultados de um estudo realizado pela gabinete NERA, que a fidelidade à marca é relativamente fraca.

(494) A Comissão desmente ter concluído que existe uma fidelidade «quase absoluta». É precisamente o carácter relativo e a manutenção necessária desta fidelidade que justificam os esforços relacionais importantes realizados pelos fabricantes e salientados pela Comissão na sua comunicação de objecções. Em resumo, a Comissão mantém que a fidelidade às marcas aumenta o custo de conquista de novos clientes, constituindo assim uma barreira significativa à entrada. Aumenta igualmente a tolerância do mercado relativamente a desempenhos ligeiramente inferiores ou a preços ligeiramente superiores à média dos outros intervenientes, travando assim a expansão ou o declínio de marcas instaladas num determinado mercado. Mas, devido ao seu carácter relativo, sobre o qual as partes insistem, a fidelidade não permite que um interveniente instalado mantenha a sua posição, quando o seu desempenho técnico e económico dos seus produtos se torna demasiado inferior ao das outras marcas existentes.

(495) A análise das partes, segundo a qual a fidelidade às marcas é fraca, é contrariada pelo inquérito da Comissão, que demonstra a existência de uma fidelidade significa-

([178]) Relatório Crédit Suisse First Boston relativo à Legrand (11 de Setembro de 2000).

([179]) Legrand, Formulário 20-F SEC.

tiva às marcas, incluindo no sector dos quadros de distribuição. Esta fidelidade corresponde igualmente à visão que as partes apresentaram em diversas ocasiões, em primeiro lugar no formulário CO («os instaladores são normalmente fiéis a uma marca e adquirem o *kit* completo junto de um único fabricante, devido à facilidade de montagem do quadro, à estética dos produtos, à funcionalização dos aparelhos e à confiança na qualidade técnica de um determinado fabricante» ([180])) e seguidamente nas respostas aos questionários posteriores («a Schneider e a Legrand propõem [quadros terminais]* aos instaladores electricistas através da distribuição. Estes mantêm-se normalmente fiéis à marca que têm o hábito de utilizar.» ([181])).

(496) A Comissão considera igualmente que, face aos resultados do inquérito, os resultados do estudo realizado pela NERA são insuficientes para pôr em causa a fidelidade significativa das marcas. Com efeito, a NERA baseia-se na presença e na importância de esforços promocionais para demonstrar a existência de uma forte concorrência entre fabricantes, a nível dos preços.

(497) Ora, por um lado, a Comissão salienta que os descontos oferecidos pelos fabricantes são muitas vezes significativos (entre [10-30]* %), o que sugere que o custo da conquista de novos clientes (e por conseguinte a fidelidade) é também significativo.

(498) Por outro lado, o estudo realizado pela NERA não permite avaliar a fidelidade às marcas uma vez que, embora evidencie um forte crescimento das vendas do material em causa durante os períodos de promoção, não demonstra em que medida este aumento das vendas foi conquistado junto de outros fabricantes. Desta forma, um crescimento das vendas de materiais em promoção poderia simplesmente explicar-se através de um fenómeno de armazenagem por parte dos grossistas (ou dos instaladores fiéis a esta marca que adquirem o material a preços baixos, para os instalar mais tarde) ou através da canibalização de outras referências do mesmo fabricante (o aumento das vendas da referência em promoção é realizado em detrimento das vendas de outras referências comparáveis mas não objecto de promoção). Estas duas explicações são aliás, amplamente sugeridas nos dados utilizados pela NERA. Com efeito, […]*. Tal indicaria, assim, a existência de uma forte fidelidade à marca.

(499) Em conclusão, a Comissão mantém por conseguinte que, nos termos dos resultados do inquérito, existe uma fidelidade significativa à marca no que se refere aos quadros de distribuição eléctricos, relativamente aos quais foram emitidas objecções. De qualquer forma, a Comissão salienta que o nível de fidelidade não tem consequências em termos da análise da posição dominante. Com efeito, tal como foi referido supra, o único efeito da fidelidade consiste em elevar o custo de conquista de novos clientes e de afrouxar o declínio de uma marca com um desempenho inferior. Ora, tal como será referido infra, as razões pelas quais a operação cria uma posição dominante relacionam-se nomeadamente com o carácter incontornável da entidade objecto da fusão e com a sua capacidade de reforçar as suas posições existentes e de enfraquecer os seus concorrentes através de um reposicionamento das suas marcas e das suas relações privilegiados com os grossistas. Uma fidelidade mais fraca reduziria a capacidade de os concorrentes resistirem de forma duradoura à entidade objecto da fusão e poderia consequentemente acelerar ou acentuar os efeitos da operação.

**Importância das marcas**

(500) As considerações precedentes explicam duas outras características do sector: a importância das marcas e a procura de gamas de produtos tão amplas quanto possível.

(501) Os principais fabricantes vendem os seus produtos sob uma ou diversas marcas, em função dos países e do tipo de material em causa. Desta forma, as partes detêm cada uma, no total, mais de uma dezena de marcas, com um perímetro e uma dimensão geográfica diversa. Estas marcas figuram no Anexo 2 do presente documento.

(502) Os resultados do inquérito realizado pela Comissão revelam que as marcas constituem um dos principais elementos da concorrência entre fabricantes. Como as partes explicam ([182]), a marca constitui de certa forma a garantia de tudo o resto. Este fenómeno pode explicar-se pelos critérios de escolha dos projectistas, dos instaladores e dos técnicos de quadros de dimensão média. São as marcas que veiculam a relação entre os fabricantes e os seus clientes, uma vez que são elas que garantem a estes últimos que cada produto proporcionará as garantias (de segurança, de facilidade de montagem, etc.) que estão habituados a encontrar.

(503) A relativa atracção das marcas resulta do trabalho comercial de terreno e dos investimentos promocionais e relacionais e dos esforços de I&D realizados pelos

([180]) P. 54 — Formulário CO.

([181]) Respostas ao questionário nos termos do artigo 11.º, de 28 de Fevereiro de 2001, p. 11

([182]) Resposta ao questionário de 29 de Junho (pergunta 106).

fabricantes face aos instaladores. Desta forma, a importância das marcas pode também ser apreciada através do valor destas despesas, que podem por vezes atingir [10-30]* % (para os investimentos comerciais) e [0-20]* % (para a I&D) das vendas anuais. Como confirmam os documentos internos das partes, é provavelmente este factor que explica a importância e a manutenção das marcas detidas pelas partes, uma vez que a supressão de uma marca poderá quebrar a relação de fidelidade mantida com os instaladores e fazer perder as vantagens obtidas pelos investimentos relacionais anteriores.

(504) A importância consagrada às marcas pode evidentemente variar consoante os sectores e os fabricantes. Desta forma, o seu papel é claramente mais marcado no que se refere aos materiais escolhidos pelos instaladores e os técnicos de quadros de dimensão média (ou seja, para os quadros divisionários, os quadros terminais ou ainda o material eléctrico a jusante dos quadros terminais), que são normalmente fiéis a uma marca, do que para os equipamentos (nomeadamente os quadros gerais) escolhidos e adquiridos pelos grandes técnicos de quadros ou responsáveis técnicos. Da mesma forma, os fabricantes investem mais ou menos nas suas marcas segundo o tipo de equipamentos vendidos e segundo o seu posicionamento (mais concentrado em aplicações residenciais ou do sector terciário, ou, pelo contrário, mais orientado para projectos industriais).

(505) Apesar disso, os resultados do inquérito realizado pela Comissão revelam que a marca continua a ser um dos principais factores de escolha para os instaladores. Convém igualmente realçar que a importância das marcas constitui uma forte barreira à entrada ou à diversificação, uma vez que, na maior parte das vezes, os instaladores apenas escolherão os produtos das marcas mais conceituadas e com uma melhor distribuição, evitando assim os produtos de fabricantes que conhecem mal. Tal como refere a Legrand ([183]), «os fabricantes que não têm uma reputação suficiente a nível do fornecimento de uma ampla gama de produtos de qualidade deparam-se a longo prazo com desvantagens significativas, devido à renitência dos electricistas e dos responsáveis técnicos para testar novos produtos com uma eficácia mal conhecida».

(506) Esta ausência de procura irá igualmente penalizar os novos participantes nas suas relações com os grossistas, que terão tendência para não referenciar estes produtos. Alguns fabricantes, como a Moeller ([184]), indicaram neste contexto que para ter acesso aos grossistas era essencial possuir uma marca reconhecida. A renitência dos grossistas em armazenar produtos de marca pouco conhecida vem reforçar ainda mais as dificuldades dos novos participantes, uma vez que reduz a disponibilidade dos seus produtos e portanto o seu carácter atractivo para os instaladores.

(507) O inquérito realizado pela Comissão indica igualmente que a dimensão da gama de produtos oferecida por um fabricante constitui um outro factor importante para o êxito. Aliás, este facto foi confirmado pelas partes que indicam i) que para ser credível a nível dos quadros divisionários e dos quadros terminais, é necessário dispor de uma oferta completa das componentes (armários, fusíveis, disjuntores, protecções diferenciais e aparelhos de comando, etc.) correspondentes a estes quadros e ii) que, na instalação repartida, é necessário que os fabricantes disponham de gamas completas de produtos. Os grandes fabricantes (como a Schneider, a Legrand, a ABB, a Siemens e a GE) propõem desta forma, cada um, mais de 2 000 referências para as componentes dos quadros divisionários e mais de 5 000 referências para as componentes de quadros terminais. Os catálogos de produtos dos grandes fabricantes de materiais a jusante dos quadros terminais e de equipamentos conexos contam também diversos milhares de referências.

(508) As respostas dos concorrentes e dos grossistas sugerem que os fabricantes têm vontade de alargar a sua oferta por diversas razões. Por um lado, trata-se de dar resposta à procura dos grossistas, que desejam reduzir o número dos seus fornecedores ou, pelo menos, favorecer os fabricantes que dispõem de uma vasta carteira de produtos para optimizar os seus custos. Por outro lado, a presença de uma oferta alargada permite amortecer, relativamente a um maior volume, os esforços realizados pelos fabricantes em termos de logística (para garantir a disponibilidade dos produtos e a redução dos prazos de entrega), de investimentos promocionais ou relacionais (formação dos instaladores, salões profissionais, etc.), de coerência estética, de I&D, etc.

(509) A nível dos quadros de distribuição eléctrica, o carácter indispensável de uma gama completa explica-se igualmente pelo facto de que, para poderem adaptar-se a cada instalação específica, os quadros devem satisfazer um importante número de configurações. Desta forma, os fabricantes são obrigados a oferecer uma gama completa de componentes (em termos de desempenho, de tipo, etc.). Além disso, no que se refere aos quadros gerais e divisionários, as componentes oferecidas por um determinado fabricante nem sempre podem ser facilmente adaptadas ou montadas nos quadros dos seus concorrentes. Tendo em conta as especificidades de cada marca (em termos de desempenho, de técnicas de montagem, de dimensionamento, etc.), seria oneroso para os fabricantes de quadros e para os instaladores investir

([183]) Legrand, Formulário 20-F SEC.
([184]) Moeller, resposta ao questionário da primeira fase.

(em tempo de formação, etc.) em fabricantes cujos produtos não permitem dar resposta ao conjunto das suas actividades.

(510) Tal como acontece com as marcas, esta necessidade de uma gama alargada constitui igualmente uma barreira à entrada e à diversificação dos fabricantes, uma vez que estes devem fornecer instantaneamente aos seus clientes uma vasta carteira de produtos.

**Barreiras à entrada**

(511) Um novo participante nos mercados em questão deverá partir do zero para suscitar a procura, aceder aos grossistas e resistir à pressão concorrencial dos concorrentes existentes.

(512) Para além destes obstáculos, os novos participantes devem fazer face a uma série de barreiras específicas. Em primeiro lugar, afigura-se que um novo participante deve imperativamente oferecer uma gama completa de produtos para poder obter a confiança de alguns instaladores e técnicos de quadros e ter esperança de ocupar uma posição a nível dos grossistas.

(513) Nesta óptica, uma eventual entrada apenas poderá provir de um fornecedor já implantado no país em questão, que deseje realizar uma diversificação em quadros divisionários ou terminais, ou de um fabricante estrangeiro que disponha de uma gama completa de componentes para quadros divisionários ou terminais.

(514) O inquérito da Comissão revela igualmente que a primeira opção não é possível. A título de exemplo, os dados fornecidos pelas partes revelam que, para poder produzir de forma competitiva disjuntores miniatura ou disjuntores em caixa moldada, é necessário um investimento da ordem dos [20-50]* milhões de euros e um período de [1-5]* anos. As dificuldades parecem ser ainda mais significativas a nível dos quadros divisionários, devido à sua maior tecnicidade. A Schneider refere assim que o desenvolvimento do seu último disjuntor em caixa moldada implicou cerca de [400-1 200]* milhões de euros a nível de despesas de investigação e de industrialização. Mesmo supondo que o potencial interveniente no mercado dispõe já de actividades nos mercados vizinhos, (estando por exemplo presente a nível dos quadros divisionários e pretendendo agora entrar nos quadros terminais), deveria realizar investimentos de adaptação ou de extensão dos instrumentos de produção, e só poderia efectivamente entrar decorridos alguns anos.

(515) O inquérito da Comissão confirma que a entrada de um fornecedor estrangeiro não é provável. Neste caso, as barreiras à entrada não se situam tanto do lado da produção, mas mais do lado da procura. Tal como foi explicado acima, a dificuldade para o novo interveniente consistiria em suscitar a procura no país e obter um acesso suficiente junto dos grossistas. Na prática, segundo as partes, um novo participante começa em geral por vender directamente aos técnicos de quadros a fim de criar uma procura que lhe permita seguidamente propor a suas ofertas aos grossistas que o vão adoptando progressivamente. Este carácter sequencial implica que uma entrada deste tipo parece pouco adequada aos quadros terminais, uma vez que estes produtos são essencialmente escolhidos por instaladores fiéis à sua marca existente e que exigem uma disponibilidade imediata dos produtos (e portanto um acesso prévio aos grossistas). Tal revela que, mesmo no caso dos quadros terminais, um novo participante potencial só poderá estar em condições de oferecer uma força concorrencial significativa após vários anos.

(516) No seu Memorando de Resposta, as partes citam a recente entrada da Gewiss nos quadros terminais como um exemplo que contraria a análise que acabámos de desenvolver. A Comissão considera que este exemplo não põe em causa a importância das barreiras à entrada. Com efeito, por um lado, a Gewiss alargou as suas actividades graças às posições já sólidas que ocupava na instalação repartida em Itália. Partindo de uma base de clientela existente e uma vez que estava já amplamente implantada junto dos grossistas, a Gewiss não teve de fazer face à maior parte das barreiras à entrada acima descritas, dispondo por conseguinte das melhores condições possíveis para uma entrada nos quadros de distribuição. Além disso, pôde ultrapassar as limitações de concepção ou de produção adquirindo alguns materiais (nomeadamente disjuntores) junto da ABB. Ora, apesar desta situação privilegiada, a Gewiss não ultrapassa [0-10]* % das vendas de disjuntores miniatura para quadros terminais ou divisionários ma Itália. Este exemplo vem assim confirmar que, mesmo no que se refere a concorrentes solidamente estabelecidos, é impossível exercer uma pressão concorrencial substancial antes de decorridos diversos anos. A partir desta situação, poderão imaginar-se as dificuldades significativas que esperam um novo interveniente colocado numa situação menos favorável.

**Fraca sensibilidade relativamente aos preços do lado da procura**

(517) Tal como indica o relatório ([185]) do Crédit Suisse First Boston, e como o atestam os documentos internos das partes ([186]), a procura de material eléctrico depende essencialmente dos projectos de construção ou de renovação na indústria, no sector terciário e no sector residencial. Ora, a decisão de lançamento de tais projectos não é influenciada pelos preços do material eléctrico. Por um lado, normalmente, a instalação eléctrica representa apenas uma parte moderada do custo total do projecto (tendo em conta as despesas de maçonaria, pintura, canalizações, etc.). Por outro lado, o material eléctrico representa normalmente apenas 20 % do custo total da instalação (sendo os 80 % restantes provenientes essencialmente de despesas de mão-de-obra). Assim, um aumento do conjunto dos preços do material eléctrico apenas teria um efeito reduzido (ou mesmo nulo) sobre a procura deste material.

(518) No seu Memorando de Resposta, as partes contestam esta fraca sensibilidade relativamente aos preços do lado da procura. Baseiam a sua afirmação nos resultados do estudo realizado pelo gabinete NERA que revelam que o lançamento de uma promoção de um determinado material levará a um aumento das vendas deste material (pelo menos durante o período da promoção).

(519) A Comissão não concorda com esta análise. Em primeiro lugar, convém salientar que as partes confundem a elasticidade do mercado (que descreve em que medida um hipotético monopólio poderá elevar os preços de forma rentável) com as elasticidades cruzadas entre fabricantes (que descreve em que medida um determinado fabricante está sujeito à pressão concorrencial de um outro determinado fabricante). Estas duas elasticidades avaliam pressões concorrenciais diferentes: a elasticidade total do mercado reflecte a concorrência exercida sobre todos os produtos do mercado pelos produtos fora do mercado e a elasticidade cruzada avalia a pressão exercida sobre um produto do mercado por um outro produto do mercado. Exemplificando, a elasticidade do mercado dos disjuntores avalia a proporção de disjuntores que deixaria de ser comprada em caso de aumento de 1 % do preço dos disjuntores. Em contrapartida, a elasticidade cruzada entre fabricantes A e B avalia a proporção de vendas perdidas por A em caso de baixa de 1 % do preço dos disjuntores de B. Nos mercados com produtos diferenciados, como é o caso em apreço, é perfeitamente possível que a elasticidade total seja muito diferente da elasticidade cruzada entre fabricantes. Os argumentos das partes no que se refere a uma forte elasticidade cruzada não afectam assim de forma alguma a análise da Comissão relativa à elasticidade total do mercado.

(520) Por outro lado, a Comissão não subscreve as conclusões que as partes extraem do estudo realizado pela NERA. Tal como foi acima referido, o facto de as promoções aumentarem temporariamente as vendas dos materiais em causa não prova que estas vendas sejam obtidas em detrimento dos concorrentes. Tal como foi referido nos pontos 496 e 497 supra, existem outras explicações possíveis e sem dúvida prováveis, como por exemplo um fenómeno de armazenagem ou a canibalização de outros produtos do mesmo fabricante. Os dados fornecidos pela NERA não permitem assim estimar a elasticidade cruzada entre fabricantes.

C.1.2 ***A Schneider e a Legrand tornar-se-ão, graças à concentração, um interveniente incontornável nos mercados em causa***

**Quotas de mercado indicativas de uma posição dominante**

*Metodologia*

(521) As partes defendem que a operação não leva à criação ou ao reforço de uma posição dominante nos mercados relacionados com os quadros divisionários ou terminais. Em especial, segundo as partes, as quotas das vendas da nova entidade não ultrapassariam [15-35]* % a nível comunitário e um máximo de [35-55]* % a nível nacional (em França).

(522) Todavia, a Comissão considera que a metodologia de cálculo das quotas de mercado proposta pelas partes leva a substimar fortemente as posições efectivas dos fabricantes nos mercados em causa.

(523) Com efeito, as partes calcularam as quotas de mercado dos fabricantes dividindo o montante das vendas dos fabricantes aos seus clientes directos (essencialmente grossistas e técnicos de quadros) pelo volume total de aquisição dos produtos correspondentes pelos instaladores eléctricos (ou seja, os clientes dos grossistas e dos técnicos de quadros). O denominador não é por conseguinte homogéneo relativamente ao numerador, uma vez que inclui a parte de valor acrescentado atribuível aos fabricantes de quadros e aos grossistas, bem como o montante das diversas componentes de quadros que não são normalmente fornecidas pelos fabricantes, mas que são integradas pelos técnicos de quadros. Uma vez que estas contribuições podem atingir valores significativos ([10-30]* % para os grossistas, [10-30]* % para os técni-

([185]) Relatório Crédit Suisse First Boston relativo à Legrand (11 de Setembro de 2000).

([186]) Legrand, Plano a médio prazo e Schneider, plano trienal.

cos de quadros e [10-30]* % para as componentes diversas), levam a uma substimação significativa da quota de mercado dos fabricantes e devem por conseguinte ser eliminadas do valor total do mercado. Um tal método levaria a um resultado absurdo, ou seja, um monopolista hipotético a nível da produção de uma componente-chave (por exemplo, disjuntores miniatura) não teria uma quota de mercado de 100 % mas «partilharia» a sua quota de mercado com os seus clientes.

(524) A pedido da Comissão, as partes forneceram estimativas corrigidas das quotas de mercado, eliminando os valores acrescentados e as margens dos intervenientes a jusante (grossistas e técnicos de quadros) bem como o montante das componentes não fornecidas pelos fabricantes.

(525) As partes propuseram igualmente contabilizar no volume total do mercado as vendas realizadas por certos fabricantes integrados verticalmente (ABB e Siemens), enquanto instaladores ou técnicos de quadros. A Comissão não subscreve esta opinião e considera, pelo contrário, que estas vendas não devem ser integradas nem no cálculo da dimensão do mercado total, nem nas quotas de mercado do intervenientes em questão. Em primeiro lugar, estes números não são homogéneos relativamente às outras vendas e reproduzem, por conseguinte, as distorções introduzidas pelas partes nos seus cálculos iniciais; teria sido necessário considerar as vendas internas das empresas em causa. Seguidamente, mesmo supondo que as partes tivessem contabilizado correctamente as vendas internas dos terceiros em questão, tais vendas correspondem a produtos que não foram colocados no mercado e relativamente aos quais não existe concorrência. Uma vez que as vendas internas não estão sujeitas às condições reais do mercado, não têm qualquer impacto sob o poder do mercado dos fabricantes no mercado «livre». A integração destas vendas não reflecte por conseguinte o poder de mercado dos fabricantes e levaria a uma substimação do poder do mercado que os produtores podem efectivamente exercer face aos seus clientes directos.

(526) Por outro lado, a Comissão tentou verificar a dimensão das vendas internas atribuídas pelas partes à ABB e à Siemens na sua estimativa das quotas de mercado. De acordo com as partes, estas vendas integradas elevavam-se aproximadamente a [400-1 200]* milhões de euros para cada uma destas duas entidades. Estes montantes não deveriam ser integrados desta forma nos cálculos da quota de mercado porque representam, segundo as partes, volumes de negócios resultantes de vendas a nível dos instaladores. Seria assim necessário deduzir os custos de mão-de-obra (cerca de 80 %), o valor acrescentado do técnico de quadros (15 % do saldo) e a margem dos distribuidores (20 % do saldo) para poder integrar um valor homogéneo nos cálculos da quota de mercado. Desta forma, os volumes de vendas internos fornecidos pelas empresas em questão são significativamente inferiores e não levariam a uma modificação substancial das quotas de mercado calculadas excluindo as vendas internas, tal como apresentadas seguidamente.

(527) Por ocasião da audição, um representante da Siemens indicou que as vendas internas da sua empresa representavam menos de 5 % do seu volume de negócios no que se refere aos quadros eléctricos. Os dados confidenciais relativos às vendas internas fornecidos pelos outros terceiros durante o inquérito da Comissão são igualmente coerentes com este valor de 5 %. Da mesma forma, a estimativa fornecida pelas partes quanto ao volume de negócios resultante das vendas integradas dos seus concorrentes de [400-1 200]* milhões de euros, corresponde a cerca de [50-100]* milhões de euros em termos de vendas internas (retirando os custos de mão-de-obra, o valor acrescentado do técnico de quadros e as margens dos distribuidores). Ora, as partes consideram que a dimensão dos mercados dos quadros divisionários e terminais na Europa (retirando o valor acrescentado dos técnicos de quadros e as margens dos distribuidores) se situa em cerca de [2 000-4 000]* milhões de euros. A relação entre as vendas internas e a dimensão dos mercados, estimada pelas partes é, deste modo, da ordem dos [0-10]* %, ou seja, um montante coerente com a estimativa fornecida pela Siemens.

(528) As conclusões em termos de quotas de mercado não são afectadas pela tomada em consideração destas vendas internas. Desta forma, considerando de forma muito generosa que só a Schneider e a Legrand não dispõem de vendas internas e que os restantes intervenientes no mercado realizariam [0-10]* % das suas vendas no âmbito do seu grupo, e integrando estas vendas internas no volume total do mercado, a quota de mercado combinada da entidade resultante da fusão em cada um dos mercado em causa baixaria, no máximo, em três pontos. Esta situação afecta apenas de forma marginal o nível elevado destas quotas de mercado e não altera significativamente a dimensão relativa da entidade objecto da fusão face aos seus concorrentes.

(529) À luz do que precede, a Comissão considera que as quotas de mercado devem ser calculadas apenas com base nas vendas externas das partes e dos seus concorrentes junto dos seus clientes directos. O volume do mercado (e as vendas correspondentes dos intervenientes no mercado) não deve por conseguinte integrar, nem as vendas internas de fabricantes integrados verticalmente, nem o valor acrescentado ou a margem correspondente a operações (integração do quadro, prestações dos grossistas) efectuadas a jusante das dos fabricantes. É nesta base que são calculadas as quotas de mercado que figuram seguidamente no presente documento.

*Quadros divisionários*

(530) No que se refere aos quadros divisionários e suas componentes (disjuntores em caixa moldada, disjuntores miniatura e elementos de armários), a operação apenas criará um aumento de quotas de mercado em França, na Itália e na Noruega, únicos países em que a Legrand está presente.

(531) O Quadro 27 infra fornece estimativas das quotas, com base nas vendas de disjuntores em caixa moldada, disjuntores miniatura e armários.

*Quadro 27*

| Dados de 2000 | Disjuntores em caixa moldada (%) | | | | Disjuntores miniatura (%) | | | | Armários (%) | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | F | IT | N | EEE | F | IT | N | EEE | F | IT | N | EEE |
| Schneider | [60-70]* | [30-40]* | [20-30]* | [30-40]* | [60-70]* | [20-30]* | [0-10]* | [30-40]* | [30-40]* | [20-30]* | [20-30]* | [20-30]* |
| Legrand | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [20-30]* | [0-10]* | [0-10]* |
| S + L | [60-70]* | [40-50]* | [20-30]* | [30-40]* | [70-80]* | [40-50]* | [0-10]* | [30-40]* | [50-60]* | [40-50]* | [20-30]* | [20-30]* |
| Hager | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* |
| Siemens | [0-10]* | [0-10]* | [20-30]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [20-30]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* |
| ABB | [0-10]* | [20-30]* | [30-40]* | [20-30]* | [10-20]* | [20-30]* | [50-60]* | [20-30]* | [0-10]* | [20-30]* | [50-60]* | [10-20]* |
| GE | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* |

*Fonte:* correio electrónico das partes de 25 de Julho de 2001.

(532) Embora na generalidade inferiores, estes valores são coerentes com as quotas de mercado das partes estimadas com base num mercado cuja dimensão é calculada a partir das vendas dos terceiros que foram identificados pelas partes como desenvolvendo actividades num mercado e fornecidas em resposta ao inquérito da Comissão.

(533) Decorre destas estimativas de quotas de mercado que a transacção notificada proporcionaria uma posição muito forte à entidade combinada nos mercados francês e italiano de disjuntores em caixa moldada, de disjuntores miniatura e de armários de quadros divisionários com, respectivamente, cerca de [70-80]* % e [40-50]* % dos mercados em questão. Exceptuando os concorrentes indicados no Quadro 27, a entidade combinada enfrentaria uma concorrência dispersa por parte dos técnicos de quadros. A entidade combinada teria igualmente uma posição preponderante a nível europeu, com quotas das vendas no que se refere aos disjuntores em caixa moldada e aos disjuntores miniatura ligeiramente inferiores a [40-50]* %.

*Quadros terminais*

(534) A operação criará adições de quotas de mercado em todos os Estados-Membros. Contudo, afigura-se que apenas suscitará dificuldades concorrenciais em cinco países (França, Itália, Dinamarca, Espanha e Portugal). As quotas de mercado das partes e dos seus concorrentes nestes países (e a nível comunitário) podem ser resumidas da seguinte forma:

*Quadro 28*

| Dados de 2000 | Disjuntores miniatura (%) | | | | | | Protecções diferenciais (%) | | | | | | Caixas (%) | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | P | SP | F | IT | Dk | EEE | P | SP | F | IT | Dk | EEE | P | SP | F | IT | Dk | EEE |
| Schneider | [30-40]* | [40-50]* | [40-50]* | [0-10]* | [30-40]* | [20-30]* | [30-40]* | [40-50]* | [40-50]* | [10-20]* | [30-40]* | [20-30]* | [30-40]* | [40-50]* | [40-50]* | [0-10]* | [30-40]* | [10-20]* |
| Legrand | [0-10]* | [0-10]* | [20-30]* | [40-50]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [20-30]* | [40-50]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [20-30]* | [20-30]* | [0-10]* | [0-10]* |
| S + L | [40-50]* | [50-60]* | [70-80]* | [50-60]* | [40-50]* | [40-50]* | [40-50]* | [50-60]* | [70-80]* | [50-60]* | [40-50]* | [30-40]* | [40-50]* | [50-60]* | [70-80]* | [30-40]* | [40-50]* | [20-30]* |
| Hager | [20-30]* | [10-20]* | [20-30]* | [10-20]* | [20-30]* | [20-30]* | [20-30]* | [10-20]* | [20-30]* | [10-20]* | [20-30]* | [20-30]* | [20-30]* | [10-20]* | [20-30]* | [0-10]* | [20-30]* | [20-30]* |
| Siemens | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* |
| ABB | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [20-30]* | [10-20]* | [10-20]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [20-30]* | [10-20]* | [10-20]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [10-20]* | [10-20]* |
| GE | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* |

*Fonte:* estimativa das partes.

(535) Embora na generalidade inferiores, estes dados são coerentes com as quotas de mercado das partes estimadas com base num mercado cuja dimensão é calculada a partir das vendas dos terceiros que foram identificados pelas partes como desenvolvendo actividades no mercado e fornecidas em resposta ao inquérito da Comissão.

(536) Decorre destes dados que a transacção notificada levará à criação de posições muito fortes nos mercados dos disjuntores miniatura, dos interruptores diferenciais e das caixas de quadros terminais em Portugal e na Dinamarca e reforçará posições já preponderantes, respectivamente, da Schneider em Espanha e em França e da Legrand em Itália.

*Disjuntores de ligação*

(537) Tal como foi referido supra, a utilização de disjuntores de ligação obedece a considerações distintas (essencialmente a contagem do consumo e a prevenção do roubo de energia) e este dispositivo é apenas exigido em alguns Estados-Membros. Na prática, a operação apenas conduzirá a um aumento de quotas de mercado em França e em Portugal, no que se refere a este tipo de componente. Estes aumentos de quotas de mercado são ilustrados no Quadro 29 infra. As quotas atribuídas à Schlumberger são afectadas à entidade combinada, uma vez que os produtos vendidos pela Schlumberger são fabricados por uma empresa, a Serd, controlada pela Legrand, na qual a Schlumberger detém uma participação minoritária de [30-40]* %. Além disso, será necessário realçar que os produtos vendidos pela Hager em França parecem ser adquiridos por esta última junto da Schneider ([187]).

*Quadro 29*

| Disjuntores de ligação | | |
|---|---|---|
| | PT | FR |
| Schneider | [30-40]* | [40-50]* |
| Legrand | — | [30-40]* |
| Schlumberger | [20-30]* | [10-20]* |
| S + L | [60-70]* | [90-100]* |
| Hager | — | [0-10]* |
| GE | [30-40]* | — |

*Fonte:* estimativa das partes.

*Análise a nível das «soluções»*

(538) Tal como foi referido supra, uma análise a nível do conjunto das componentes necessárias a este tipo de quadro, ou seja, a nível das «soluções», tal como foram descritas pelas partes, não altera significativamente as conclusões desenvolvidas a nível de cada componente. Com efeito, a nível das soluções, as quotas de mercado das partes e dos seus concorrentes podem ser resumidas da seguinte forma:

([187]) Mensagem electrónica das partes de 28 de Fevereiro de 2001.

*Quadro relativo às quotas de mercado de «soluções»*

| | Quadros divisionários | | | | Quadros terminais | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | F | IT | N | EEE | P | SP | F | IT | DK | EEE |
| Schneider | [40-50]* | [20-30]* | [10-20]* | [20-30]* | [30-40]* | [40-50]* | [40-50]* | [0-10]* | [30-40]* | [20-30]* |
| Legrand | [10-20]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [20-30]* | [40-50]* | [0-10]* | [10-20]* |
| S + L | [50-60]* | [30-40]* | [10-20]* | [20-30]* | [40-50]* | [50-60]* | [70-80]* | [40-50]* | [40-50]* | [30-40]* |
| Hager | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [20-30]* | [10-20]* | [20-30]* | [0-10]* | [20-30]* | [20-30]* |
| Siemens | [0-10]* | [0-10]* | [20-30]* | [10-20]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* |
| ABB | [0-10]* | [20-30]* | [40-50]* | [10-20]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [10-20]* | [10-20]* |
| GE | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [10-20]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* | [0-10]* |

*Fonte:* partes.

(539) No que se refere aos quadros terminais, as quotas de mercado das «soluções» são equivalentes às das componentes. Quanto aos quadros divisionários, as quotas de mercado a nível das soluções são ligeiramente inferiores às das componentes. Contudo, será necessário notar que, no que se refere aos quadros divisionários, as estimativas supra subestimam a quota de mercado real da entidade objecto da fusão. Com efeito, estes dados, que foram fornecidos pelas partes, são calculados com base em agregados que contêm elementos que não são normalmente produzidos pelos fabricantes de material eléctrico de baixa tensão. Estes elementos representam [20-30]* % do valor (antes do valor acrescentado) de um quadro. Após a eliminação deste factor de distorção, as quotas de mercado relativas ao quadro são coerentes com as calculadas supra relativamente às componentes.

**Aquisição de uma posição imbatível**

(540) A entidade combinada Schneider/Legrand adquirirá uma posição de poder imbatível na sequência da operação notificada, simultaneamente em termos de dimensão relativa nos mercados em causa, devido à eliminação de uma fonte de concorrência através do desaparecimento da rivalidade entre a Schneider e a Legrand em certos mercados, e através do aparecimento de posições de liderança noutros mercados, e ainda através da panóplia de produtos, da cobertura geográfica e do conjunto de marcas de que disporá.

(541) A entidade objecto da fusão irá igualmente herdar todas as vantagens concorrenciais das suas empresas-mãe, nomeadamente a reputação das suas marcas, a dimensão das suas gamas e a qualidade das suas relações com os instaladores e os grossistas nacionais. Todos estes factores contribuirão para reforçar a fidelidade dos instaladores e dos técnicos de quadros, tornando a entidade objecto da fusão incontornável nos mercados, e constituirão outros tantos obstáculos ao desenvolvimento de marcas concorrentes e à entrada de novos fabricantes.

*Uma entidade de dimensão imbatível*

(542) Os dados fornecidos pelas partes demonstram que a entidade combinada deterá uma posição muito forte em termos absolutos e em termos relativos face à dimensão dos concorrentes mais directos. Nos mercados dos disjuntores para quadros divisionários, a quota de mercado da entidade objecto da fusão representará sete vezes a do seu concorrente mais próximo, a GE, em França. Este rácio quase duplicará em Itália, face ao segundo interveniente, a ABB. Nos mercados das componentes para quadros terminais, a entidade combinada será quase duas vezes maior que o segundo concorrente em Portugal e na Dinamarca, três vezes em França e em Itália e quatro vezes em Espanha.

(543) Os quadros supra relativos às quotas de mercado revelam igualmente que, na maior parte dos casos, uma das partes detinha já posições muito consequentes antes da operação. A Legrand é, desta forma, o líder incontestado dos quadros terminais em Itália, enquanto a Schneider ocupa uma primeira posição clara em Espanha (tanto no que se refere aos quadros divisionários, como para os quadros terminais) e em França. Este fenómeno é ainda mais marcado nos quadros terminais em França, em que a Schneider e a Legrand possuem respectivamente os primeiro e segundo (em igualdade com a Hager) volumes de vendas.

(544) Segue-se que, apesar das operações financeiras significativas realizadas entre a Schneider e a Legrand, a transacção não deve ser analisada como uma fusão de dois intervenientes de dimensão média que adquirem repentinamente o primeiro lugar no seu sector, mas antes como o reforço substancial do líder existente (através da aquisição de marcas e de actividades suplementares) e a eliminação de um concorrente imediato.

*O desaparecimento da rivalidade entre a Schneider e a Legrand e o aparecimento de um líder incontestado nos mercados em causa*

(545) Antes da operação, cada uma das partes constituía já a referência concorrencial dos mercados em causa. É o que acontece nomeadamente com a Schneider na Dinamarca, em Espanha, em Portugal e em França (nos quadros divisionários, nos quadros terminais e suas componentes) e com a Legrand em Itália. Afigura-se igualmente que a parte menos forte detém também posições significativas nesses mercados, que neles goza de uma boa reputação e beneficia de um acesso privilegiado aos principais grossistas internacionais. É o que acontece nomeadamente com a Legrand em França, onde esta empresa detém posições muito significativas noutros mercados de produtos de baixa tensão. Esta decisão conclui assim que a Legrand dispõe já de posições dominantes nos mercados das tomadas e interruptores, da aparelhagem estanque, dos materiais de fixação e de derivação e dos blocos autónomos de iluminação de segurança. O facto de as actividades de quadros eléctricos da Legrand serem acrescentadas às suas posições nestes últimos mercados, proporcionou condições de acesso mais fáceis aos distribuidores e um reconhecimento da marca. Inversamente, a Legrand refere no seu plano a médio prazo relativo à França […]*.

(546) A operação virá ainda confirmar estas posições. Desta forma, é evidente que ao combinar as actividades das duas partes, a operação permitirá à entidade objecto da fusão acentuar ainda mais o seu controlo do mercado e aumentar a distância que a separa dos seus concorrentes mais próximos. A fusão da Schneider e da Legrand eliminará igualmente a concorrência entre as duas empresas, cuja rivalidade parecia constituir um elemento central da concorrência nos países em causa.

(547) Por exemplo, em França, a concorrência entre a Schneider e a Legrand parece ser particularmente forte nos quadros divisionários e terminais, uma vez que, segundo documentos internos ([188]) da Legrand, a Schneider (tradicionalmente orientada para o sector terciário e a indústria) pretende agora conquistar o segmento residencial, destronando a Legrand. A Schneider e a Legrand são os dois principais fornecedores de quadros divisionários e terminais em França e a intensidade da concorrência entre estas duas empresas condiciona em grande medida a intensidade da concorrência em todos estes mercados. Esta situação é tanto mais evidente quanto a Legrand dispõe de um reconhecimento de marca e de um acesso privilegiado à distribuição em França, graças às suas posições nos mercados das aparelhagens ultra-terminais. Por exemplo, a Legrand descreve o facto de «ter uma presença forte junto dos instaladores através de outros produtos», como um «ponto de fixação» ([189]). O inquérito da Comissão revela a presença de efeitos semelhantes em Portugal: os documentos da Legrand revelam […]*.

(548) Paralelamente, a transacção permite que a entidade objecto da fusão aceda a uma posição de líder incontestável nos mercados das componentes de quadro terminal em Portugal e na Dinamarca, onde enfrentava uma concorrência não negligenciável (em termos de costas de mercado) por parte de empresas terceiras.

(549) Por último, a operação notificada reforçará a dimensão já proponderante de cada uma das empresas nos mercados das componentes de quadros divisionários em França e na Itália e nos mercados das vendas de componentes de quadros terminais em Espanha, França e Itália.

*A entidade combinada disporá de uma panóplia de produtos e de uma cobertura geográfica imbatíveis.*

(550) Já antes da operação proposta, as partes dispunham cada uma de um amplo leque de produtos no sector dos materiais eléctricos de baixa tensão. Detinham na maior parte das vezes posições muito significativas relativamente a alguns desses produtos e a algumas destas zonas geográficas. Desta forma, a operação notificada permitiria às partes combinar as posições fortes da Schneider nos países nórdicos, no que se refere aos equipamentos eléctricos situados a jusante dos quadros terminais, com as da Legrand no Sul da Europa. Da mesma forma, a Schneider contribui com a sua forte presença em todas as categorias de quadros de distribuição eléctrica, que se vem juntar à forte presença da Legrand no conjunto dos produtos a jusante.

([188]) Legrand, Planos a médio prazo.

([189]) Legrand, planos trienais.

(551) Após a operação notificada, existiriam apenas dois países no EEE (Alemanha e a Finlândia) nos quais a entidade combinada não disporia de posições preponderantes. De forma mais geral, convém também notar que a Schneider declara ocupar a segunda posição mundial a nível dos materiais eléctricos de baixa tensão, enquanto a Legrand se apresenta como o líder mundial da distribuição eléctrica ultra-terminal. O quadro infra ilustra o poder da entidade combinada em todos os mercados do material eléctrico de baixa tensão.

*Quadro 30*

| | Quadros Gerais (DFI) | Quadros Divisionários (DBM) | Quadros Terminais | Suportes para cabos | CEP | Ultraterminal | Derivação e Fixação | Instalação no exterior |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Áustria | ***** | *** | * | - | ***** | ** | - | *** |
| Bélgica | ***** | ***** | *** | * | ***** | ** | - | *** |
| Alemanha | * | - | - | - | *** | - | - | - |
| Dinamarca | *** | **** | **** | ** | ***** | ***** | ***** | * |
| Espanha | **** | ***** | ***** | - | **** | *** | * | ** |
| França | ***** | ***** | ***** | - | ***** | ***** | ***** | **** |
| Finlândia | * | *** | ** | - | ** | *** | ** | ** |
| Grécia | * | ** | ** | - | ***** | ***** | - | * |
| Itália | *** | **** | **** | ** | ** | ***** | ** | * |
| Irlanda | *** | *** | ** | - | ***** | * | - | - |
| Países-Baixos | **** | *** | ** | *** | **** | - | - | * |
| Portugal | *** | *** | **** | - | ***** | **** | - | ***** |
| Reino Unido | ***** | **** | *** | **** | * | * | - | ** |
| Suécia | ** | *** | *** | ***** | ***** | **** | *** | ***** |
| Noruega | ** | ** | ** | **** | ** | **** | ***** | ***** |

*Legenda:* um asterisco (*) representa uma quota das vendas entre 10 a 20 % e assim sucessivamente até cinco asteriscos (*****) que representam qualquer quota de mercado superior a 50 %.
*Fontes:* quotas de mercado fornecidas pelas partes relativamente a 1999 no formulário CO e posteriormente.

(552) Será necessário salientar a posição muito forte que as partes adquiririam no conjunto dos mercados franceses, com quotas de vendas superiores a [40-60]* % em todos os mercados, excepto no que se refere aos suportes para cabos e à instalação no exterior (que seriam contudo superiores a [40-60]* %). Nenhum dos concorrentes da Schneider/Legrand disporia de uma tal panóplia de produtos e de uma tal cobertura geográfica com posições fortes nos mercados em causa. Apenas a ABB estaria em condições de apresentar uma panóplia de produtos e uma cobertura geográfica comparáveis.

(553) Entre os outros fabricantes, apenas a Siemens e a Hager estão presentes em diversos mercados de produtos e geográficos no EEE. Todos os outros concorrentes são quer intervenientes locais, quer intervenientes em nichos de mercado, na maior parte dos casos nos mercados dos equipamentos eléctricos situados a jusante dos quadros terminais.

*A entidade combinada combinada disporá de um conjunto de marcas imbatível*

(554) A força de cada uma das partes em cada mercado explica-se na maioria das vezes, através do poder das suas marcas. Como referem as partes ([190]), «dispomos de uma carteira de marcas excelentes e diversificadas. Além disso, os nossos dois grupos revelaram uma verdadeira aptidão para gerir diversas marcas, sempre com o objectivo de nos mantermos próximos do mercado e estamos portanto habituados a capitalizar fortemente sobre estas marcas».

(555) A qualidade da imagem das marcas da Schneider e da Legrand é indubitável. Na Itália, onde explora as marcas Legrand e sobretudo Bticino, a Legrand ([191]) cita «a imagem da marca Bticino», o «emprego sinergético das marcas Legrand e Bticino» e a «imagem da marca e [a]* confiança na empresa e no produto» como três dos seus principais pontos fortes. Em Espanha, a Schneider ([192]) recorda que a sua marca Eunea Merlin Gerin constitui já «um interveniente importante» no mercado, e que poderia ser ainda consolidada através «da imagem de marca, apoiada pela Schneider». Em França, por último, a Legrand indica que um dos seus principais pontos fortes consiste na sua «notoriedade». A notoriedade e a imagem de marca das partes são evidentemente ainda reforçadas pela sua presença em praticamente todo o sector de material eléctrico de baixa tensão, tal como instalado no Quadro 30 supra.

(556) Os documentos internos ([193]) das partes revelam que a reputação de uma marca pode, por si só, constituir uma vantagem concorrencial significativa. É o que parece nomeadamente acontecer em Itália onde «o mercado está concentrado nas três primeiras marcas (Bticino, ABB e Merlin Gerin)», e também em França onde «os clientes têm necessidade da segurança que a marca lhes proporciona».

(557) Contudo, o inquérito da Comissão revela igualmente que a força das marcas da Schneider e da Legrand se baseia também na sua capacidade de satisfazer as necessidades dos instaladores e dos técnicos de quadros. Em especial, a Comissão solicitou aos grossistas que classificassem os fabricantes em função da sua capacidade de satisfazer, relativamente a cada país, cada um dos nove critérios seguintes: qualidade dos produtos, marca, preço, rapidez de entrega, concepção e estética, facilidade de instalação, avanço tecnológico, gama completa de produtos e, por último, apoio técnico. Conclui-se deste inquérito que, apenas com raras excepções, a Schneider figura normalmente entre os três melhores fornecedores relativamente a cada critério; e que em França e em Itália, a Schneider e a Legrand beneficiam, na maior parte dos casos, das duas melhores reputações para todos os critérios.

(558) Tal como foi referido anteriormente, os mercados em causa caracterizam-se por uma forte lealdade dos instaladores e dos técnicos de quadros. As fortes posições concorrenciais das partes, juntamente com a sua capacidade de dar uma resposta eficaz às necessidades dos seus clientes, constituem assim bases particularmente sólidas.

(559) Todavia, afigura-se igualmente que as partes realizam anualmente investimentos significativos em termos de promoção e de fidelização dos seus clientes. As partes indicam assim que garantem uma presença comercial junto do cliente para o auxiliar a escolher os produtos, nomeadamente através de redes de agências e de equipas de vendas em cada país, e que propõem toda uma gama de produtos e de serviços que reforça a sua proximidade e as suas relações com os instaladores. Trata-se assim, no que se refere aos produtos, de *softwares* de quantificação e de dimensionamento das instalações eléctricas ou de guias técnicos; e, no que se refere aos serviços, de acções de formação (para a Legrand), de assistência telefónica em linha, de resposta às questões técnicas, etc. Tal como foi referido supra, estes esforços podem representar até [10-30]* % do seu volume de negócios.

(560) Por outro lado, alguns documentos internos das partes deixam concluir que os seus esforços nesta direcção podem ser significativamente mais importantes que os dos seus concorrentes. A Legrand ([194]) indica desta forma que em Itália, «a Bticino é a empresa que tem a maior presença de vendedores no mercado». Da mesma forma, a Schneider ([195]) descreve a sua ambição de «criar uma abordagem ímpar para cada cliente no mercado francês». Por último, em Espanha, a Schneider ([196]) cita a «cobertura do território pela equipa de vendas» como um dos seus principais pontos fortes em termos concorrenciais, […]*.

(561) Por último, convém salientar que a lealdade dos instaladores e dos técnicos de quadros é reforçada através da dimensão da carteira de produtos das partes (na distri-

([190]) Reunião de informação Schneider Electric/Legrand, de 15 de Janeiro de 2001.
([191]) Legrand, Planos a Médio Prazo.
([192]) Schneider, Plano trienal (2001-2002-2003).
([193]) Legrand, Planos a Médio Prazo.
([194]) Legrand, Planos a Médio Prazo.
([195]) Schneider, Plano trienal.
([196]) Schneider, Plano trienal.

buição terminal, na instalação repartida, etc.), e pelas suas posições concorrenciais por vezes consideráveis noutros produtos adquiridos pelos instaladores, tal como ilustra o Quadro 30 supra. Este facto aumenta ainda mais a frequência de utilização e a notoriedade dos produtos das partes, a familariedade dos instaladores com estas marcas e, portanto, a utilização dos quadros de distribuição em causa. Tal como refere a Legrand ([197]), […]*.

(562) A operação proposta deverá igualmente permitir à identidade combinada exercer mais eficazmente o seu poder de mercado reforçando e reorientando as suas marcas. Esta situação viria a acentuar o carácter incontornável das partes nas suas relações com os grossistas. Além disso, ao centrar as marcas em posições de referência em cada um dos três segmentos de aplicações (indústria, sector terciário e residencial) dos mercados em causa, as partes estariam em melhores condições para isolar os efeitos das suas acções sobre os seus concorrentes.

(563) Em primeiro lugar, a operação deveria permitir à entidade combinada alargar o seu poder de negociação face aos grossistas a todas as marcas de que passaria a dispor. Após a fusão, a entidade resultante poderia assim decidir alargar à Legrand as disposições dos […]* concedidos à […]*. Esta situação deveria em especial tornar mais forte a Legrand no que se refere a[…]*, que cita ([198]) a distribuição limitada dos seus produtos, e a sua presença reduzida junto dos grandes grossistas, entre os seus principais pontos fracos nesse país. Da mesma forma, a Legrand poderia obter um melhor acesso aos grossistas em […]* onde parece que este factor constituiu um obstáculo ao seu desenvolvimento. Por último, a Schneider poderia reforçar o seu acesso à distribuição em Itália, graças às posições adquiridas pela Legrand neste país.

(564) A operação permitirá igualmente aumentar a notoriedade e a presença das marcas das duas partes, fazendo-as beneficiar dos esforços promocionais e relacionais desenvolvidos pelas partes nesses países.

(565) O inquérito da Comissão revela igualmente que, embora a Schneider e a Legrand se encontrassem tradicionalmente em forte concorrência nos mercados em causa, dispõem, também tradicionalmente, de pólos de excelência distintos e complementares. Desta forma, a Schneider parece ser particularmente brilhante nas aplicações do sector terciário e industriais, enquanto a Legrand parece ocupar uma melhor posição no sector residencial. Após a operação, a entidade resultante da fusão deteria, por conseguinte, uma marca de referência em cada uma das três grandes aplicações dos quadros de distribuição eléctrica. Tal como o fez a Legrand após a aquisição da Bticino, a entidade objecto da fusão poderia assim decidir acentuar a especialização de cada uma das suas marcas e concentrar os esforços de cada marca no seu pólo tradicional de excelência, a fim de oferecer simultaneamente uma cobertura total do espectro da procura e uma resposta optimizada às necessidades de cada categoria de clientela. Ao aplicar esta estratégia, a entidade objecto da fusão poderia assim, em conjunto, reforçar a posição de cada marca e preencher as lacunas eventuais de cada uma das partes. Por conseguinte, a entidade objecto da fusão seria ainda mais poderosa do que as duas partes reunidas, o que iria aumentar o seu controlo dos mercados em causa e restringir ainda mais a capacidade de os concorrentes existentes e potenciais com ela rivalizarem.

C.1.3 ***Ausência de pressão significativa por parte da procura.***

(566) As partes realizam uma proporção por vezes considerável das suas vendas nos mercados em causa através de grossistas, sendo alguns deles (Rexel, Sonepar e Hagemeyer) grandes grupos internacionais. Assim, é necessário analisar se estes grossistas estão em condições de exercer um poder de compra suficiente sobre a entidade objecto da fusão para limitar substancialmente o comportamento concorrencial. Pelas razões que serão seguidamente expostas, a Comissão considera que tal não acontece.

**A entidade objecto da fusão constituirá um parceiro incontornável para os grossistas**

(567) Em primeiro lugar, a Comissão conclui que a entidade objecto da fusão constituirá um parceiro incontornável para a maior parte dos grossistas. Com efeito, afigura-se i) que a entidade objecto da fusão obterá uma proporção muito apreciável (nalguns casos mais de [40-50]* % das vendas nacionais) dos volumes de negócios globais dos grossistas; ii) a entidade objecto da fusão oferecerá uma panóplia de materiais eléctricos imbatível, combinando as carteiras do segundo fabricante mundial de produtos de baixa tensão e do líder mundial da distribuição eléctrica ultra-terminal; iii) a entidade objecto da fusão deterá, na maior parte dos casos, posições concorrenciais consideráveis em cada país (ver quadro 30 supra). O carácter incontornável da entidade objecto da fusão será particularmente notório em França e menos relevante em Espanha, Itália e Portugal.

([197]) Legrand, Planos a Médio Prazo.
([198]) Legrand, Planos a Médio Prazo.

(568) Esta situação é claramente ilustrada nos […]* que a Schneider pode já estabelecer com os seus principais grossistas em […]*, e nas relações privilegiadas que a Legrand declara manter com […]* grossistas em França e em Itália.

(569) Nos seus documentos internos ([199]), a Legrand indica por outro lado […]*. A Legrand ([200]) indica assim que beneficia de «relações muito boas com a distribuição» em […]*, e que «mantém relações estreitas com os distribuidores franceses, aceitando alguns deles ter sempre em stock alguns dos produtos prioritários da Legrand».

(570) Esta situação é ainda mais evidente no que se refere à Schneider, […]* ([201]).

(571) A situação é idêntica em […]*, em que a Schneider acorda objectivos anuais com […]*. O mesmo acontece com […]*.

(572) Este fenómeno explica-se de diversos modos. Em primeiro lugar, e tal como acabou de ser explicado, as partes constituem por vezes intervenientes incontornáveis em certos mercados, tendo em conta a forte preferência dos instaladores e dos técnicos de quadros pelos seus produtos.

(573) De forma mais geral, o inquérito da Comissão concluiu que as partes representavam, cada uma, uma proporção muito significativa do volume de negócios dos principais grossistas. O Quadro 31 infra apresenta, para cada um dos grandes fabricantes de material eléctrico de baixa tensão um intervalo de variação da percentagem das vendas (todos os produtos) do grossista Rexel que representam. É óbvio que na sequência da concentração, a entidade combinada representará quase metade das vendas da Rexel em França, o que reflecte as posições muito fortes e complementares de cada uma das partes antes da fusão, e uma elevada proporção das vendas da Rexel em Itália e Portugal e que, em cada um destes países, as vendas dos seus produtos serão proporcionalmente muito mais significativas que as dos seus concorrentes. A Schneider/Legrand em Espanha será também relativamente mais importante que os seus concorrentes. Os outros grandes grupos de grossistas forneceram dados semelhantes à Comissão.

*Quadro 31*

| | Schneider/ Legrand | Siemens | Moeller | Gewiss | ABB | GE | Hager | Autres |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Áustria | 0-10 | 0-10 | 0-10 | 0-10 | 10-20 | — | 0-10 | > 70 |
| Bélgica | 10-20 | 0-10 | 0-10 | — | 0-10 | 0-10 | 0-10 | > 70 |
| Alemanha | 0-10 | 0-10 | 0-10 | — | 10-20 | 0-10 | 10-20 | > 50 |
| Espanha | 10-20 | 0-10 | 0-10 | — | 0-10 | — | 0-10 | > 70 |
| França | 40-50 | 0-10 | 0-10 | 0-10 | 0-10 | 0-10 | 0-10 | > 40 |
| Itália | 30-40 | 0-10 | — | 0-10 | 0-10 | 0-10 | 0-10 | > 50 |
| Países Baixos | 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 |
| Reino Unido | 0-10 | 0-10 | 0-10 | 0-10 | 0-10 | 0-10 | 0-10 | > 80 |
| Suécia | 10-20 | 0-10 | 0-10 | — | 0-10 | 0-10 | 0-10 | > 80 |

*Fonte:* Rexel, resposta ao questionário de segunda fase.

([199]) Legrand, Planos a Médio Prazo.
([200]) Legrand, Planos a Médio Prazo e Formulário 20-F SEC.
([201]) Schneider, Convergência, modo de utilização.

(574) Esta situação explica-se pelo facto de as partes oferecerem, cada uma, uma gama muito ampla dos materiais eléctricos de baixa tensão distribuídos pelos grossistas e deterem, na maior parte dos casos, posições muito apreciáveis relativamente a cada um destes produtos (ver quadro supra 30). O Quadro 31 supra ilustra o poder da entidade combinada em todos os mercados dos materiais eléctricos de baixa tensão.

(575) As partes beneficiam igualmente de outros pontos fortes face aos grossistas. Por um lado, e tal como foi referido supra, o inquérito da Comissão revelou que os grossistas favorecem normalmente os fabricantes que lhes fornecem gamas alargadas de produtos. As partes dispõem assim de uma vantagem significativa neste contexto. Um grossista que fizesse esta escolha estaria mesmo em condições de oferecer à sua clientela diversas marcas, com posicionamentos de preços diferentes, no que se refere a numerosas categorias destes produtos. Por último, é de salientar que os grossistas dependem da procura criada pelos fabricantes e das marcas conhecidas pelos instaladores e pelos utilizadores finais. Assim, são obrigados a manter em *stock* os produtos frequentemente solicitados que, na prática, são os comercializados sob marcas que beneficiam de uma forte notoriedade.

(576) Parece igualmente que estas relações privilegiadas resultam igualmente de verdadeiros esforços por parte da Schneider e da Legrand face aos grossistas. A Legrand ([202]) indica desta forma que oferece serviços de entrega expresso aos grossistas em França, que mantém ela própria *stocks* de segurança de produtos com fraca rotatividade e que investe em novos locais de armazenagem que permitem uma melhoria dos seus resultados em termos de logística face aos grossistas. Nas suas convenções com os grossistas, a Schneider ([203]) […]*. Segundo a Schneider ([204]), estes serviços permitiriam nomeadamente que os grossistas dessem resposta a uma procura crescente dos instaladores no que se refere ao fornecimento de prestações complementares (aconselhamento, apoio técnico, etc.) ao simples serviço logístico.

(577) A concentração proposta permitirá a criação ou o desenvolvimento das relações privilegiadas estabelecidas pelas partes com os seus principais grossistas e deverá igualmente favorecer a proliferação de acordos de parceria semelhantes […]*. […]*, que reforçarão ainda mais as posições da entidade objecto da fusão em todos os mercados afectados pela operação (e, forçosamente, nos mercados relativos aos quadros de distribuição divisionários em França e em Itália e aos quadros terminais na Dinamarca, em Espanha, em França, em Itália e em Portugal) e, inversamente, enfraquecerão ainda mais os outros fabricantes.

(578) No seu Memorando de Resposta, as partes sublinham que, nos países em causa, os grossistas distribuem hoje um grande número de marcas. Em vez de atenuar os efeitos da operação, esta situação é susceptível, pelo contrário, de acentuar os efeitos do fenómeno acima descrito. Quanto maior for o volume de marcas concorrentes que os grossistas que mantêm relações privilegiadas com a entidade objecto da fusão distribuírem, maior será o risco, para estes outros concorrentes, de enfraquecerem a sua posição devido a um tratamento menos favorável por parte dos grossistas em causa.

**Estrutura da concorrência a nível dos grossistas**

(579) Em segundo lugar, o grau de concentração (ver quadro 6 supra) no que se refere aos grossistas e, por conseguinte, o poder de compra individual de cada um deles, varia significativamente consoante os Estados-Membros. Esta concentração é particularmente importante em França e parece ser claramente mais fraca em Espanha. Assim, é muito improvável que os grossistas espanhóis disponham, cada um deles, de um poder de compra suficiente para limitar de forma apreciável o comportamento concorrencial da entidade objecto da fusão.

(580) No seu Memorando Resposta, as partes constestam a ausência de poder de compra por parte dos pequenos grossistas. Salientam nomeadamente que, nalguns países em que os grossistas estão muito dispersos (como acontece em Espanha ou em Portugal), existe uma forte concorrência em matéria de preços entre grossistas, que se repercute através de uma pressão sobre os preços propostos pelos fabricantes.

(581) A Comissão não contesta este elemento, que ela própria salientou em diversas ocasiões. No entanto, por um lado, as partes salientam igualmente a concentração cada vez mais importante da distribuição em certos países, nomeadamente em Portugal (em que a Rexel e a Sonepar ocupam doravante 40 % das vendas de componentes para quadros de distribuição). Esta situação virá provavelmente atenuar a concorrência a nível dos preços entre grossistas, tal como acontece nos países em que a distribuição se encontra já mais concentrada. Por outro lado, e de qualquer forma, a concorrência entre grossistas não significa que exista um poder de compra a nível de cada grossista. Pelo contrário, a Comissão defende que, nos países em que a distribuição está dis-

([202]) Legrand, Formulário 20-F SEC.
([203]) Schneider, documentos fornecidos em resposta à pergunta 311.
([204]) Resposta da Schneider ao questionário Hagemeyer.

persa, cada grossista individual não tem meios para resistir à pressão de um interveniente incontornável, que detenha posições de primeira ordem num número considerável de produtos distribuídos. Este poder de compra é também enfraquecido pela concorrência a nível dos preços que existe entre grossistas, uma vez que esta concorrência ameaça a viabilidade destes grossistas e torna ainda mais indispensável o referenciamento das marcas mais solicitadas. A existência, apesar da forte concorrência entre grossistas espanhóis e portugueses, de acordos de parceria entre a Schneider e estes distribuidores, comprova aliás já esta situação. Após a operação, a entidade resultante da fusão poderá por conseguinte utilizar o seu poder de mercado para impor as condições contratuais que desejar, ameaçando os pequenos grossistas refractários de favorecer os seus concorrentes.

(582) Por último, afigura-se que mesmo um elevado grau de concentração a nível dos grossistas não implica automaticamente uma forte pressão no sentido de uma redução dos preços. Com efeito, os documentos internos da Legrand ([205]) revelam que, num certo número de países (como […]*), uma das razões pelas quais os grossistas apreciam os produtos da Legrand consiste no facto de, devido ao seu preço elevado relativo, estes produtos permitirem que os grossistas obtenham uma boa margem de lucro. […]*, o nível de preços dos produtos Legrand permite, por si só, que os grossistas obtenham um maior lucro de cada venda do que aquele que conseguiriam obter em produtos menos onerosos. Os documentos internos ([206]) da Legrand revelam igualmente que, apesar da presença de uma distribuição concentrada em França, os preços pagos pelos grossistas nesse país são, em média, bastante mais elevados que a média europeia (ver também as indicações relativas aos preços dos Quadros 7 a 10 supra); e que, embora exista uma pressão no sentido da baixa dos preços, não provém dos grossistas, mas antes da concorrência entre a Schneider e a Legrand.

(583) Esta aparente indiferença dos grossistas relativamente ao nível dos preços parece em grande parte explicar-se pela não elasticidade da procura de material eléctrico face a tais preços. Tal como referido acima, a procura de material eléctrico depende essencialmente de factores exógenos à indústria do material eléctrico.

**As relações contratuais entre a Schneider/Legrand e os grossistas favorecem a manutenção da posição da entidade combinada**

(584) As relações comerciais entre os fabricantes dos produtos em causa e os grossistas caracterizam-se pela existência de mecanismos complexos de descontos comerciais. Conclui-se dos documentos fornecidos pelas partes ([207]) que existem três categorias principais de descontos: i) os descontos «de parceria», ii) os descontos «de objectivo» ou «de crescimento» e, por último, os descontos «de volumes».

(585) Os descontos de parceria são concedidos pelos fabricantes aos grossistas que distribuem os seus produtos em troca de serviços comerciais e de *marketing* diversos. Trata-se, na maior parte dos casos, de acções específicas de promoção das vendas dos seus produtos ou ainda do fornecimento de informações de *marketing* sobre o posicionamento dos seus produtos. Decorre dos documentos das partes que estes descontos «de parceria» podem representar até [0-30]* % do volume de negócios, antes de impostos, que realizam com os grossistas.

(586) Os descontos «de crescimento» estão por seu turno relacionados com objectivos de crescimento do volume de negócios estipulados entre os fabricantes e os grossistas. O volume de negócios tomado em consideração poderá ser, quer o volume de negócios global gerado pela venda de todos os produtos do catálogo do fabricante, quer o volume de negócios gerado pela venda de certas linhas de produtos específicas. Frequentemente, o fabricante concede descontos deste tipo sobre novos produtos. Afigura-se que no que se refere à Schneider e à Legrand estes descontos «de objectivo» podem representar até [0-30]* % do volume de negócios, antes de impostos, gerado pelo grossista.

(587) A última categoria de descontos, denominados «de volume», é calculada em função do montante global das aquisições realizadas pelos grossistas junto dos fabricantes. Assim, têm por base o volume de negócios realizado por um fabricante junto de um grossista, através da venda não só de componentes de quadros de distribuição, mas também de outros produtos eléctricos de baixa tensão, como os equipamentos situados a jusante do quadro terminal. O montante do desconto, ou coeficiente redutor, é determinado através do nível do volume de negócios realizado anualmente. Habitualmente, o contrato entre o grossista e o fabricante fixa limiares de volume de negócios a que corresponde uma percentagem de desconto. Quanto mais elevado é o volume de negócios realizado, mais elevada é a percentagem do desconto, o que desmultiplica o montante efectivo do desconto. Estes descontos de volume representam até [0-30]* % do volume de negócios, antes de impostos, realizado pelo fabricante com um grossista.

(588) Para além destes descontos, afigura-se que os fabricantes concedem igualmente aos grossistas abatimentos sobre

([205]) Legrand, Planos a Médio Prazo.
([206]) Legrand, Planos a Médio Prazo.
([207]) Resposta das partes à pergunta 148 do questionário de 6 de Abril de 2001.

os preços de venda dos seus produtos. Estes abatimentos são particularmente importantes porque podem representar mais de [30 a 70]* % do preço de venda dos produtos. Embora todos os grossistas beneficiem de abatimentos, o montante dos abatimentos concedidos a cada um deles varia em função do volume de negócios que realiza com cada fabricante.

(589) Devido às características que lhes são próprias, estes diferentes mecanismos favorecem os fabricantes que dispõem de amplas panóplias de produtos e que geram uma fracção importante do volume de negócios dos grossistas. Com efeito, estes fabricantes representam uma parte importante das compras dos grossistas que beneficiam, por seu turno, de descontos substanciais por parte dos fabricantes. Estes descontos que podem representar até [0 a 30]* % do montante total das suas aquisições, representam uma parte substancial da sua margem de lucro. Consequentemente, um grossista tem naturalmente incentivos para concentrar as suas vendas e, por conseguinte, as suas aquisições, nos produtos dos fornecedores que representam uma parte importante das suas aquisições.

(590) A transacção proposta vem alterar a situação de equilíbrio relativo que existia anteriormente entre os fabricantes. Conduz ao aparecimento de um grupo que, em numerosos mercados de produtos eléctricos de baixa tensão, será o principal fornecedor dos grossistas, com uma vantagem substancial relativamente ao segundo fornecedor. Tal como foi acima referido, tal acontecerá nomeadamente em França. Esta situação significa que, na sua maior parte, os grossistas ficarão em larga medida dependentes do novo grupo no que se refere ao montante total dos descontos e abatimentos que obtêm junto dos fabricantes, que determinam uma grande parte da sua margem de lucro. Qualquer redução do volume de negócios realizado com os produtos da Schneider/Legrand teria assim por consequência uma redução dos descontos e abatimentos que lhes são concedidos por esse grupo, sem que o aumento do volume de negócios realizado com os outros fornecedores venha compensar esta redução, uma vez que a percentagem do desconto aumenta em função do nível de volume de negócios atingido.

(591) Por conseguinte, os grossistas terão um incentivo suplementar para garantirem que o nível das suas aquisições junto da Schneider/Legrand permaneça pelo menos constante. Além disso, estes mecanismos complexos de descontos e de abatimentos, juntamente com o peso importante do novo grupo nas aquisições dos grossistas, irão conferir à Schneider/Legrand um meio de pressão importante face a estes grossistas. A Schneider/Legrand estará nomeadamente em condições de obrigar os grossistas a distribuírem os seus novos produtos ou gamas de produtos, que não distribuíam até então […]* ([208]).

**Conclusão**

(592) Tal como foi explicado supra, os instaladores e os técnicos de quadros são extremamente numerosos nos países em causa. Tendo em conta o seu carácter atomizado e a sua fidelidade às marcas, esta procura não parece assim estar em condições de exercer um poder de compra significativo sobre a entidade resultante da fusão.

(593) Apenas os grossistas, nomeadamente os mais importantes, poderiam eventualmente tentar opor-se a uma tentativa de aumento de preços por parte da Schneider/Legrand. Contudo, o seu incentivo para resistir seria fraco por três razões principais:

i) um aumento dos preços de venda do novo grupo não se traduziria por uma diminuição das suas margens de lucro. Pelo contrário, um aumento dos preços provocaria um aumento do volume de negócios que os grossistas realizam com a Schneider/Legrand o que provocaria, por seu turno, um aumento dos descontos de volume.

ii) os grossistas ficarão, em larga medida, dependentes do novo grupo que poderá determinar de forma significativa o montante das suas margens de lucros, através de mecanismos de descontos e de abatimentos. Por conseguinte, qualquer tentativa para se opor a um aumento dos preços da Schneider/Legrand, deslocando uma parte da procura para outros fabricantes, implicaria, para os grossistas, um risco importante.

iii) uma tentativa, por parte dos grossistas, de deslocar uma fracção da procura para os produtos de outros fabricantes traduzir-se-ia, pelo menos a curto e médio prazo, por um aumento dos seus custos de armazenagem e de transporte. Com efeito, os instaladores consagram muita importância, para além da marca, à disponibilidade imediata ou quase imediata dos produtos. Um grossista que desejasse desenvolver as vendas de um concorrente da Schneider/Legrand deveria assim começar por aumentar os seus *stocks* de produtos desse concorrente, antes de poder iniciar a sua comercialização.

(594) Para concluir, resulta do que precede que os clientes directos (grossistas) e indirectos (instaladores e técnicos

([208]) Plano a Médio Prazo Espanha Bticino, página marcada PMT2C'4. Documento fornecido em resposta à pergunta 315 do questionário de 6 de Abril de 2001.

de quadros) das partes não estariam em condições de se oporem a um aumento dos preços por parte da entidade resultante da fusão. Por um lado, os instaladores e os técnicos de quadros estão demasiado fragmentados para exercer um poder de compra significativo sobre a entidade resultante da fusão. O mesmo acontece com os grossistas espanhóis, dinamarqueses ou portugueses. Por outro lado, um aumento de preços não iria forçosamente contra os interesses dos grossistas, uma vez que níveis de preços elevados asseguram a estes últimos rendimentos superiores, mantendo-se o volume (e por conseguinte o custo) constante. Por último, a entidade resultante da fusão atingirá um tal nível de poder nos países em causa (tanto devido à sua forte posição concorrencial, como devido à dimensão da sua carteira de actividades) que esta situação virá confirmar o seu papel de parceiro incontornável, que os grossistas preferirão normalmente ter como aliado do que como inimigo.

C.1.4 **A *ausência significativa de pressão por parte da concorrência***

(595) Os resultados do inquérito realizado pela Comissão revelam que será difícil, para os concorrentes existentes, exercer uma pressão significativa sobre o comportamento da entidade resultante da fusão.

(596) Em primeiro lugar, os documentos internos das partes revelam que, antes mesmo da operação, teria sido difícil que os concorrentes existentes das partes contestassem a proeminência da marca líder nos mercados em causa. A Legrand ([209]) explica desta forma que, no domínio dos quadros divisionários e terminais em França, […]*.

(597) No domínio dos quadros divisionários e terminais em Itália, a Legrand ([210]) explica que também que […]*.

(598) Por último, no que se refere aos quadros terminais em Espanha, a Legrand antecipava igualmente […]*.

(599) As pressões sobre os concorrentes vão aumentar com a concentração notificada. São em primeiro lugar susceptíveis de se concretizarem a nível dos grossistas. Com efeito, tal como acaba de ser explicado, a operação permitirá que a entidade objecto da fusão confirme a sua posição de parceiro incontornável e privilegiado dos grossistas nos países em causa. Esta situação permitir-lhe-á criar ou desenvolver alianças com os grossistas […]*). Estas alianças […]* aumentarão ainda mais a percepção de disponibilidade e de qualidade de serviço destes produtos e, em contrapartida, impedirão ainda mais o desenvolvimento das outras marcas. Este fenómeno será tanto mais importante quanto, como sublinham as partes, os grossistas em causa distribuem hoje os produtos de um grande número de outras marcas.

(600) Este fenómeno acentuará ainda mais o desequilíbrio existente entre a entidade resultante da fusão e os seus principais concorrentes e irá comprometer as tentativas de desenvolvimento destes fabricantes. Na medida em que os grossistas desejam reduzir o número de marcas que oferecem e privilegiar os fabricantes que dispõem de amplas carteiras de produtos, esta situação poderá mesmo levar à marginalização dos fabricantes com uma posição fraca e ou que disponham de uma variedade limitada de produtos ([…]* em Itália, ou […]* em França e em Espanha).

(601) A segunda dificuldade situar-se-á a nível dos instaladores e dos técnicos de quadros. Por um lado, o inquérito da comissão revela que, nos países em causa, a oferta dos concorrentes (em termos de qualidade, de marca, de preços, de rapidez de entrega, etc.) goza já, muitas vezes, de uma percepção menos positiva que a oferta das partes. Por outro lado, tal como foi explicado supra, esta diferença de reputação é susceptível de se acentuar após a fusão, devido ao provável reforço de cada uma das marcas detidas pela entidade resultante da fusão e às dificuldades crescentes dos concorrentes face à distribuição.

(602) Segue-se que alguns concorrentes terão cada vez mais dificuldade em conquistar clientes à Schneider e à Legrand e poderão contentar-se com posições de seguidores nos mercados em causa. Em contrapartida, o reforço das partes e o enfraquecimento dos seus concorrentes poderá facilitar a conquista de novos clientes por parte da entidade objecto da fusão. Tal poderá nomeadamente acontecer caso os outros fabricantes deixem de garantir a disponibilidade imediata junto dos principais grossistas (o que constitui um factor de exclusão por parte dos instaladores, que não mantêm *stocks*). Este fenómeno seria ainda acentuado se, tal como o defendem agora as partes, a fidelidade dos clientes fosse mais fraca do que o indicado nos resultados do inquérito.

(603) A operação poderá igualmente conduzir a uma redução dos esforços promocionais e relacionais realizados pelos fabricantes junto dos instaladores e dos técnicos de quadros. Com efeito, por um lado, os resultados do inquérito revelam que estes investimentos podem representar percentagens apreciáveis (até [10-20]* %) do volume de negócios dos fabricantes relativamente aos produtos em causa. Por outro lado, estes montantes correspondem

([209]) Legrand, Planos a Médio Prazo.
([210]) Legrand, Planos a Médio Prazo.

em grande parte a operações ou serviços permanentes (formação dos instaladores, assistência técnica, etc.). E, por último, os relatórios dos diversos bancos comerciais ([211]) indicam que, no sector do material eléctrico de baixa tensão, a margem de lucro das marcas aumenta com a sua quota de mercado. O reforço das marcas da Schneider e da Legrand e, por outro lado, o provável enfraquecimento dos seus principais concorrentes, poderá assim afectar a capacidade de estes concorrentes manterem de forma viável os seus esforços comerciais nos países em causa e, portanto, de conservarem a qualidade das suas relações com os instaladores e fabricantes de quadros.

(604) Por último, convêm salientar que cada concorrente se baseia, na maior parte das vezes, apenas num ou dois segmentos de aplicação (residencial, sector terciário e industrial) em que, após a operação, a entidade resultante da fusão irá dispor simultaneamente de uma cobertura completa de todos eles e de uma marca de referência para cada um. Se, tal como foi acima explicado, a entidade resultante da fusão decidir concentrar os esforços de cada uma das suas marcas nos seus pólos específicos de excelência, poderá iniciar acções especificamente centradas contra cada um dos seus concorrentes. Os documentos internos das partes mostram aliás que esta estratégia foi já utilizada no passado. Segundo a Legrand ([212]), a Schneider, que detém posições muito fortes nos disjuntores miniatura em Portugal, sobretudo para as aplicações industriais e terciárias, […]*.

(605) Além disso, a presença da entidade combinada numa panóplia muito ampla de produtos em cada um dos territórios em causa (ver quadro 30 supra) permitir-lhe-á dispor de meios de represália adequados contra os seus concorrentes, por exemplo, concedendo políticas de desconto adequadas aos grossistas, por forma a enfraquecer uma linha de produtos de um concorrente.

(606) À luz do que precede, afigura-se que a operação irá, por um lado, provocar a constituição de um grupo que combina os pontos fortes de cada uma das duas empresas e que estará liberto da concorrência entre a Schneider e a Legrand; mas, por outro lado, provocará igualmente o reforço de cada uma das partes nos seus pólos tradicionais de excelência e permitirá a constituição de um grupo que detêm as marcas de referência em cada uma das três categorias de aplicações (residencial, sector terciário e industrial) dos mercados em causa.

([211]) Relatório Crédit Suisse First Boston relativo à Legrand (11 de Setembro de 2000), Relatório da Dresdner Kleinwort Wasserstein relativo à Schneider (18 de Janeiro de 2001).

([212]) Legrand, Planos a Médio Prazo.

(607) Será também conveniente realçar que as actividades integradas dos concorrentes da Schneider e da Legrand não estarão em condições de exercer uma pressão concorrencial efectiva sobre a entidade resultante da fusão. Com efeito, tal como referido mais acima, estes concorrentes têm actividades integradas marginais nos países em questão. Além disso, visto que estes concorrentes não têm uma presença substancial junto dos grossistas, não se poderiam apenas apoiar nas suas vendas integradas para exercer uma concorrência efectiva.

(608) Resulta do que precede que os concorrentes existentes das partes não estarão em condições de exercer uma pressão suficientemente forte para limitar o comportamento da entidade resultante da fusão. Tal como acaba de ser explicado, esta conclusão aplica-se aos principais concorrentes das partes nos mercados em causa, ou seja, a grupos (como a ABB, a Siemens ou a GE) que dispõem de uma gama completa de produtos nos mercados em causa. Aplica-se igualmente, por maioria de razão aos fabricantes com uma carteira de produtos mais limitada (como a Hager, a J Müller ou a Geyer). Estes produtores, muitas vezes já marginalizados, poderiam mesmo correr o risco de perder o seu acesso aos grossistas após a realização da transacção notificada.

(609) Por último, tal como foi referido acima, a entrada nos mercados em causa parece tanto mais improvável quanto qualquer novo interveniente teria em primeiro lugar de enfrentar a força concorrencial extraordinária das partes. Se, tal como foi indicado supra, os concorrentes existentes das partes saírem enfraquecidos da operação, restam poucas dúvidas de que um novo interveniente tenha dificuldades consideráveis para obter qualquer posição nos mercados em causa. Esta conclusão é aliás reforçada pela história das partes. Tal como explica a Schneider ([213]), […]*. Se um interveniente tão diversificado e poderoso como a Schneider não conseguiu, apesar de diversas tentativas, ocupar uma posição significativa num mercado menos concentrado que os mercados em causa, quais serão as hipóteses de um novo participante?

(610) Para concluir, e tal como indicou o fabricante ([214]), «desenvolver uma gama comparável à da nova entidade em todos os países em causa é praticamente impossível. Trata-se de um investimento para cada país, da ordem dos 5 a 10 milhões de euros e de mais de dez anos de esforços de I&D. Apenas a aquisição de gamas existentes que figuram já em empresas acessíveis constituem uma resposta parcialmente credível».

([213]) Schneider, resposta à pergunta 84.

([214]) Hager, resposta ao questionário de primeira fase.

C.1.5 ***Conclusão no que se refere aos quadros de distribuição eléctrica***

(611) Resulta do que precede que a concentração modificada irá alterar significativamente as condições da concorrência nos mercados francês e italiano dos disjuntores em caixa moldada, dos disjuntores miniatura e dos armários para quadros divisionários, os mercados francês e português e dos disjuntores de ligação e os mercados dos disjuntores miniatura, protecções diferenciais e caixas para quadros terminais da Dinamarca, Espanha, França, Itália e Portugal. Irá também alterar as condições de concorrência nos mercados francês e italiano dos quadros divisionários e os mercados dos quadros terminais na Dinamarca, Espanha, França, Itália e Portugal. Decorre igualmente do que precede e nomeadamente das quotas de mercado importantes, da notoriedade das suas marcas e das relações privilegiadas com os grossistas, que a Schneider dispunha antes da concentração de uma posição dominante no conjunto dos mercados franceses em questão, com excepção do mercado dos disjuntores de ligação.

(612) Os efeitos da operação são susceptíveis de ser particularmente importantes a nível do preço dos materiais em causa. Por um lado, tal como foi referido supra, a procura dos materiais em causa caracteriza-se por uma fraca elasticidade. A criação de um interveniente totalmente incontornável nos mercados em causa, o enfraquecimento ou mesmo a marginalização dos outros concorrentes e a supressão da rivalidade entre a Schneider e a Legrand (que constituía um dos principais motores, ou mesmo a fonte essencial da concorrência em determinados mercados em causa, nomeadamente em França) deveriam assim traduzir-se por um aumento muito significativo dos preços dos materiais em causa, tanto a nível dos instaladores e dos fabricantes de quadros como a nível do consumidor final. A presença de variações significativas entre Estados-Membros, e o nível elevado dos preços nos mercados mais concentrados, vêm também confirmar esta conclusão.

(613) Assim, a Comissão conclui que a operação notificada conduzirá à criação de uma posição dominante nos mercados italiano dos disjuntores em caixas moldadas, dos disjuntores miniatura e dos armários para quadros divisionários, nos mercados francês e português dos disjuntores de ligação e nos mercados dos disjuntores miniatura, das protecções diferenciais e das caixas para quadros terminais na Dinamarca, Espanha, Itália e Portugal. A transacção reforçará igualmente a posição dominante detida pela Schneider nos mercados franceses dos disjuntores em caixa moldada, dos disjuntores miniatura e dos armários para quadros divisionários, dos disjuntores miniatura, das protecções diferenciais e das caixas para quadros terminais. Estas conclusões são idênticas no que se refere aos mercados francês e italiano dos quadros divisionários e aos mercados dos quadros terminais na Dinamarca, Espanha, França, Itália e Portugal.

C.2 MERCADO DOS SUPORTES PARA CABOS

(614) A entidade objecto da fusão Schneider/Legrand será o principal interveniente no mercado europeu dos suportes para cabos com uma quota de mercado da ordem dos [10-20]* % (Schneider [0-10]* %, Legrand [10-20]* %). O seu principal concorrente será a Hager com uma quota de mercado de [0-10]* % a nível do EEE. A Schneider/Legrand estará presente em nove Estados-Membros do EEE, enquanto a Hager estará presente em onze. A transacção proposta apenas conduz à adição de quotas de mercado num único mercado nacional, o Reino Unido.

C.2.1 ***A entidade resultante da fusão disporá de quotas de mercado muito mais elevadas que as dos seus concorrentes no mercado britânico***

(615) O quadro 32 infra, elaborado a partir de dados fornecidos pelas partes ([215]), indica as quotas de mercado dos principais concorrentes no mercado britânico dos suportes para cabos, durante o ano de 2000.

*Quadro 32*

| Concorrentes | Quotas de mercado (em %) |
|---|---|
| Legrand | [30-40]* |
| Schneider | [0-10]* |
| RM Cable Tray | [0-10]* |
| Unitrust | [0-10]* |
| Unitrunk | [0-10]* |
| Ackermann | [0-10]* |
| Outros | [30-40]* |

*Fonte:* partes.

(616) No seu Memorando de Resposta ([216]), as partes alegaram que a primeira estimativa de quotas de mercado que haviam fornecido à Comissão não correspondia à reali-

([215]) Resposta das partes de 22 de Junho de 2001 a um pedido da Comissão de 19 de Junho de 2001.

([216]) Pontos 500 e 533.

dade. Explicaram que essa primeira estimativa integrava materiais destinados ao transporte da corrente a jusante dos quadros de distribuição terminais que deveriam, consequentemente, integrar o mercado de produtos distinto da instalação no exterior. Uma vez este erro corrigido, as quotas de mercado dos principais fabricantes no mercado em causa seriam as seguintes:

*Quadro relativo às quotas de mercado dos suportes para cabos no Reino Unido — partes*

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

*Fonte:* partes.

(617) A segunda estimativa fornecida pelas partes difere da primeira essencialmente no que se refere à Unitrust/Tyco, cuja quota de mercado é de [20-30]* % no primeiro caso, contra apenas [0-10]* % no segundo caso.

(618) As verificações a que a Comissão procedeu indicaram contudo claramente que a segunda estimativa fornecida pelas partes sobrestima de forma significativa a posição da Unitrust/Tyco que se situa em [entre 5 % e 15 %]*, ou seja, um nível muito próximo do estimado inicialmente pelas partes.

(619) Além disso, a segunda estimativa das partes não toma em consideração a quota de mercado detida pela Schneider com a marca Wibe. Ora, decorre de informações fornecidas pelas partes ([217]) que a Wibe representa [0-10]* % do mercado em causa.

(620) Em conclusão, tendo em conta as verificações a que a Comissão procedeu, as quotas de mercado dos principais concorrentes são aproximadamente as seguintes:

*Quadro relativo às quotas de mercado dos suportes para cabos no Reino Unido*

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

*Fonte:* Inquérito da Comissão.

(621) Na sequência da transacção proposta, a Schneider/Legrand deterá uma quota de mercado da ordem dos [30-40]* %, que será quatro vezes superior à dos seus concorrentes mais próximos, a RM Cable Tray e a Unitrust/Tyco. O mercado em causa será assim caracterizado, em termos de quotas de mercado, pela existência de um líder claramente predominante e de diversos seguidores.

(622) Além disso, a Schneider/Legrand deterá quotas de mercado ainda mais elevadas em diversos segmentos do mercado britânico dos suportes para cabos, tal como indica o quadro infra, elaborado a partir de dados fornecidos pelas partes ([218]).

*Quadro 33*

| | Suportes para cabos em aço | Perfis perfurados para cabos em aço | Suportes para cabos em fio de aço | Suportes para cabos em plástico | Suportes e perfis perfurados para cabos em plástico reforçado de fibra de vidro |
|---|---|---|---|---|---|
| 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]* % |
| Outros | [0-10]* % (Perfast/Cablok) | [10-20]* % (Vantrunk) | [20-30]* % (Obo Bettermann) | [10-20]* % (Marshall Tufflex) | [10-20]* % (diversos) |

([217]) Mensagem electrónica das partes de 30 de Julho de 2001, em resposta a um pedido da Comissão de 20 de Julho de 2001.

([218]) Resposta das partes de 19 de Julho de 2001 a um pedido da Comissão de 12 de Julho de 2001.

(623) Na sequência da transacção, a Schneider/Legrand será assim, não só um grupo claramente líder no mercado britânico dos suportes para cabos em geral, mas deterá além disso posições particularmente fortes na quase totalidade dos segmentos deste mercado. A sua posição será apenas mais fraca no segmento dos «Steel Strut-channel support system» em que deterá uma quota de mercado de [0 a 10]* % e onde será ultrapassada pela Unitrust (quota de mercado [40 a 50]* %) e Metsec ([10 a 20]* %).

(624) A operação notificada tem assim o efeito duplo de reforçar a Schneider através i) da contribuição das quotas de mercado da Legrand nos segmentos do mercado dos suportes para cabos em aço, onde já era predominante e ii) da contribuição das posições da Legrand nos segmentos do mercado dos suportes para cabo em plástico e em plástico reforçado de fibra de vidro, onde não estava presente.

(625) No seu Memorando de Resposta, as partes indicaram que [uma proporção importante]* dos suportes para cabos vendidos pela Mita provinham, de facto, de suportes para cabos em fios de ferro soldados, fabricados por um terceiro (Métal Déployé). Explicaram igualmente que a Mita iria perder este contrato celebrado com a Métal Déployé (relativo simultaneamente à distribuição, pela Mita, dos produtos da Métal Déployé e sobre a utilização da marca Cablofil (propriedade da Métal Déployé). […]*. Segundo as partes, os suportes para cabos em fios de ferro soldados, fornecidos pela Métal Déployé à Mita e comercializados sob a marca Cablofil representavam [0 a 10]* % da quota do mercado britânico o que reduz a quota de mercado da Schneider a [0 a 10]* %, tomando também em consideração a Thorsmann. Além disso, as partes alegam que a Métal Déployé será dentro em breve um sério concorrente no mercado em causa. Com efeito, a filial que esta empresa conta criar no mercado britânico beneficiará, segundo as condições do acordo de rescisão do contrato de fornecimento, da equipa de vendas constituída pela Mita para os suportes de cabo em fios de ferro soldados, e também da notoriedade da marca Cablofil neste mercado.

(626) Em primeiro lugar, é necessário salientar que o contrato de fornecimento que vincula a Mita à Métal Déployé não foi ainda efectivamente rescindido, […]*. Além disso, caso esta rescisão se vier a verificar, a Mita poderá facilmente adquirir os produtos em causa junto da Wirtemold, filial da Legrand que os comercializa. As partes explicaram desta forma que a Wiremold beneficia de um contrato de fornecimento com a PEMSA. Além disso, tal como as partes reconhecem, existe uma substituibilidade completa entre os suportes para cabos em aço, os suportes para cabos em fios de aço e os perfis perfurados para cabos em aço. Por último, a perda da marca Cablofil seria compensada, no que se refere à Mita, pelo facto de esta estar associada à marca Mita (tal como se conclui dos catálogos de produtos Mita). Por este motivo, a Mita não seria significativamente enfraquecida pela rescisão hipotética do contrato de fornecimento e de licença de marca que a vinculava até agora à Métal Déployé.

(627) Quanto ao segundo argumento apresentado pelos terceiros, ou seja, a próxima entrada no mercado britânico da Métal Déployé, convém salientar em primeiro lugar que não é por enquanto certa, mas se trata apenas de uma intenção por parte desta empresa. De qualquer forma, mesmo que esta entrada se venha a concretizar, não se traduzirá por um ganho automático das quotas de mercado detidas pela Mita com a revenda dos seus produtos. Com efeito, em primeiro lugar, foi já explicado que a marca Cablofil era até ao momento utilizada juntamente (e à sombra da) marca Mita. A marca Cablofil não beneficiaria assim, por si só, de toda a força e notoriedade de que beneficiava a marca Mita Cablofil. Em segundo lugar, a Métal Déployé deverá ultrapassar as barreiras à entrada evocadas supra, que caracterizam o mercado dos suportes para cabos. Estas barreiras à entrada serão mesmo reforçadas, no que se refere especificamente ao mercado britânico, pela força da entidade resultante da fusão (tal como analisado seguidamente).

### C.2.2 *A entidade resultante da fusão disporá de uma gama de produtos mais alargada que a dos seus concorrentes*

(628) Globalmente, a Schneider/Legrand aparece como um grupo presente em todos os segmentos do mercado britânico dos suportes para cabos. Nenhum dos seus concorrentes dispõe de uma gama de produtos que abranja o conjunto dos segmentos deste mercado. Em especial, nenhum dos seus principais concorrentes dispõe de uma oferta que inclua os perfis perfurados para cabos em plástico e os suportes para cabos em plástico reforçado de vidro.

(629) Antes da fusão, apenas a Legrand está presente nos segmentos dos suportes para cabos em plástico e em plástico reforçado de fibra de vidro, com produtos comercializados sob a marca Legrand. Estes segmentos, com um valor muito mais reduzido do que os outros segmentos do mercado, são semelhantes a mercados de nicho negligenciados pelos grandes intervenientes no mercado. Desta forma, a Schneider, sob as marcas Mita, Wibe e Thorsman, e a Wiremold, grupo adquirido pela Legrand em 2000, estão unicamente presentes nos diferentes segmentos do mercado dos suportes para cabos em aço. A operação notificada tem por consequência por efeito fazer surgir um interveniente que beneficia de uma posição única no mercado em causa.

(630) A oferta de produtos dos principais intervenientes no mercado em causa durante 2000 está discriminada no quadro que se segue.

*Quadro 34*

| | «Steel Strut channel» | Suportes para cabos em aço | Perfis perfurados para cabos em aço | Suportes para cabos em fios de aço | Suportes para cabos em plástico | Suportes para cabos em plástico reforçado de fibra de vidro |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Schneider/Legrand | Presente | Presente | Presente | Presente | Presente | Presente |
| RM Cable Tray | Presente | Presente | Presente | Presente | Ausente | Ausente |
| Unitrust | Presente | Presente | Presente | Presente | Ausente | Ausente |
| Unitrunk | Ausente | Presente | Ausente | Presente | Ausente | Ausente |
| Vantrunk | Presente | Presente | Presente | Presente | Ausente | Ausente |
| Obo Bettermann | Ausente | Presente | Ausente | Presente | Ausente | Ausente |
| Metsec | Presente | Presente | Ausente | Ausente | Ausente | Ausente |
| Perfast/Cablok | Ausente | Presente | Presente | Ausente | Ausente | Ausente |

(631) Tal como foi acima referido, os suportes para cabos em plástico reforçado de fibra de vidro apresentam características técnicas que os tornam particularmente bem adaptados para uma utilização em atmosfera corrosiva. Desta forma, esses produtos são, do ponto de vista da procura, dificilmente substituíveis pelas outras categorias de suportes para cabos fabricados com outros materiais. A entidade resultante da fusão Schneider/Legrand enfrentará assim dois tipos de concorrentes no mercado em causa: i) grupos relativamente importantes presentes nos principais segmentos do mercado em termos de valor, ou seja, os diferentes tipos de suportes para cabos em aço e ii) grupos mais especializados, unicamente presentes no segmento dos suportes para cabos em plástico e plástico reforçado de fibra de vidro (como a Marshall Tufflex) ou em certos segmentos dos suportes para cabos em aço.

(632) Esta situação permitirá que a Schneider/Legrand resista às eventuais tentativas dos seus concorrentes de reforçar as suas posições em seu detrimento, uma vez que poderá apoiar-se nas suas posições nos segmentos do mercado em que os concorrentes não estão presentes, e onde a entidade resultante da fusão poderá praticar preços mais elevados, para compensar a sua ofensiva nos outros segmentos do mercado em que baixou os seus preços. Inversamente, a sua posição única no mercado, juntamente com as outras vantagens de que beneficia, colocarão a Schneider/Legrand em condições de atacar com êxito as posições de cada uma destas duas categorias de concorrentes.

### C.2.3 ***A entidade resultante da fusão disporá de uma panóplia de marcas imbatível***

(633) A Schneider/Legrand disporá de cinco marcas comerciais no mercado britânico dos suportes para cabos. Desta forma, às marcas Thorsman, Mita e Wibe detidas pelo grupo Schneider após a aquisição da Lexel, a Legrand virá adicionar as marcas Legrand e Wiremold. A Wiremold é uma marca que beneficia de uma forte notoriedade no Reino Unido, no mercado dos suportes para cabos, uma vez que é uma das marcas que gera o volume de vendas mais elevado ([219]). Segundo a Comissão tem conhecimento, nenhum concorrente dispõe de uma panóplia de marcas equivalente em termos quantitativos ou qualitativos.

(634) Desta forma, o novo grupo estará em condições de conduzir uma política comercial multimarcas, a fim de dar uma resposta particularmente adequada a cada um dos segmentos da procura. A Schneider/Legrand poderá nomeadamente consagrar algumas das suas marcas a certos tipos específicos de produtos, como por exemplo, os suportes para cabos em plástico reforçado de fibra de vidro e utilizar as suas outras marcas para os produtos mais vendidos, como por exemplo os perfis perfurados para cabos em aço.

([219]) Resposta das partes de 19 de Julho de 2001 a um pedido da Comissão de 12 de Julho de 2001.

(635) A amplitude da sua gama de produtos juntamente com a sua panóplia de marcas fará com que a Schneider/Legrand beneficie de um posicionamento duplo de generalista e de especialista que nenhum concorrente poderá, pelo menos a curto prazo, imitar. Esta situação permitir-lhe-á concorrer directamente com os seus concorrentes no cerne do mercado destes, utilizando as suas outras marcas, com preços mais elevados, nos outros segmentos do mercado onde irá estar sujeita a uma menor concorrência.

C.2.4 ***A entidade resultante da fusão beneficiará de um acesso privilegiado à distribuição***

(636) As partes explicam que os fabricantes de suportes para cabos realizam em média entre 75 % e 95 % do seu volume de negócios relativo aos suportes para cabos com os grossistas de material eléctrico ([220]).

(637) A Schneider/Legrand beneficiará assim do seu poder nos outros mercados de produtos de distribuição eléctrica no Reino Unido e, correlativamente, da importância das vendas dos grossistas no que se refere aos seus produtos. Assim, o novo grupo representará entre 10 % e 20 % das vendas de um dos mais importantes grossistas do Reino Unido. A título comparativo, o segundo fornecedor deste grossista representa menos de [0-10 %]* das suas vendas.

(638) Tendo em conta a importância da Schneider/Legrand nas suas vendas e os efeitos dos mecanismos de descontos e de abatimentos concedidos pelos fabricantes, os grossistas terão, no mínimo, um forte incentivo para manter o seu volume de negócios realizado com o conjunto dos produtos da entidade resultante da fusão.

(639) Além disso, a Schneider/Legrand deveria também beneficiar da tendência dos grossistas para reduzir o número dos seus fornecedores relativamente a cada uma das categorias de material eléctrico de baixa tensão. Esta tendência deveria, logicamente, ser especialmente acentuada para este tipo de produtos caracterizados pelo seu fraco valor unitário e o seu grande volume. Enquanto líder no mercado, com uma quota de mercado, em todos os segmentos, claramente superior à de todos os seus concorrentes, a entidade resultante da fusão tornar-se-á o fornecedor privilegiado dos grossistas que representam a parte essencial das vendas dos fabricantes.

([220]) Página 90 do Formulário CO.

C.2.5 ***A entidade resultante da fusão será o único interveniente no mercado que disporá de uma oferta de suportes para cabos e de uma oferta de canalizações eléctricas prefabricadas***

(640) A Schneider/Legrand será o único interveniente no mercado britânico a propor simultaneamente suportes para cabos e canalizações eléctricas prefabricadas. Com efeito, os seus concorrentes estão exclusivamente presentes num destes dois mercados de produtos. Embora apenas exista uma fraca substituibilidade do lado da procura entre suportes para cabos e canalizações eléctricas prefabricadas, o novo grupo tirará proveito desta posição única. Desta forma, estará em condições de concorrer com os outros intervenientes no mercado dos suportes para cabos, quer no interior do mercado, com a sua oferta de suportes para cabos, quer a partir do exterior, com a sua oferta de canalizações eléctricas prefabricadas para aplicações de transporte e de distribuição de electricidade relativamente às quais é possível uma certa substituibilidade entre as duas categorias de produtos.

C.2.6 ***Conclusão: a entidade resultante da fusão poderá iniciar um aumento rentável dos preços dos seus produtos***

(641) A Schneider/Legrand beneficiará de diversas vantagens substanciais relativamente aos seus concorrentes no mercado britânico dos suportes para cabos. Para além de uma quota de mercado nitidamente mais elevada que a dos seus concorrentes, a entidade combinada irá dispor de posições particularmente fortes em diversos segmentos do mercado, de uma panóplia de marcas imbatível, de um acesso privilegiado aos grossistas e de uma oferta que combinará suportes para cabos e canalizações eléctricas prefabricadas. Poderá assim iniciar um aumento dos preços dos produtos em causa, sem que tal se traduza por perdas de quotas de mercado que tornariam este aumento não rentável. Em especial, a Schneider/Legrand poderá aumentar apenas os preços dos produtos vendidos sob certas das suas marcas, de tal forma que a procura que se deslocaria para outras marcas o faria, pelo menos em parte, para as suas outras marcas cujos preços permaneceriam estáveis. Pelas razões acima expostas, nem os concorrentes, nem os grossistas estariam em condições de desafiar este aumento de preços iniciado pelo novo grupo. Consequentemente, a Comissão conclui que a operação notificada cria uma posição dominante da Schneider/Legrand no mercado da venda de suportes para cabos no Reino Unido.

C.3 ANÁLISE DO IMPACTO DA CONCENTRAÇÃO NOS MERCADOS DOS EQUIPAMENTOS ELÉCTRICOS SITUADOS A JUSANTE DO QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO TERMINAL

C.3.1 ***Introdução***

(642) A operação notificada, através da aproximação de dois dos três principais concorrentes a nível europeu, reforçará ou criará uma posição dominante em diversos mercados de produtos e mercados nacionais dos equipamentos eléctricos situados a jusante do quadro terminal.

(643) Os equipamentos eléctricos em causa agrupam uma grande variedade de produtos com funções, conteúdo tecnológico e preços muito diferentes. Esses produtos têm contudo uma característica comum, que é o facto de serem instalados numa rede eléctrica a jusante do quadro de distribuição terminal. Devido a esta característica, estes equipamentos são também denominados «aparelhagens ultra-terminais». Tal significa que são atravessados por correntes de fraca intensidade, geralmente inferior a 40 amperes, ou que não estão nunca em contacto com a corrente eléctrica. Estes produtos não recorrem, por conseguinte, às mesmas tecnologias que os restantes materiais eléctricos de baixa tensão acima descritos. Além disso, alguns deles, contrariamente aos outros materiais eléctricos, estão instalados nas partes habitáveis dos edifícios residenciais e do sector terciário onde estão visíveis. Esta dupla característica implica que o modo de funcionamento dos mercados de produtos situados a jusante do quadro terminal é, em parte, diferente do funcionamento dos mercados de produtos avaliados anteriormente.

**O papel e as relações entre os diferentes intervenientes nos mercados dos equipamentos eléctricos situados a jusante do quadro de distribuição terminal**

*Fabricantes*

(644) Nos mercados dos equipamentos eléctricos situados a jusante do quadro de distribuição terminal, os principais fabricantes a nível europeu são actualmente a Legrand, a ABB e a Schneider. Apenas estes três fabricantes estão representados em todos ou na maior parte dos mercados do produto em causa e dos mercados nacionais.

(645) Entre os outros fabricantes, apenas a Siemens e a Hager estão presentes em diversos mercados de produtos e mercados nacionais no EEE. Todos os outros concorrentes são, quer intervenientes locais que apenas têm uma forte implantação num único país (por exemplo, a Niko na Bélgica no que se refere às tomadas e interruptores), quer empresas especializadas apenas num ou em diversos grupos de produtos (por exemplo, a Cooper no que se refere aos sistemas de iluminação de segurança).

(646) O quadro que se segue mostra a presença dos principais fabricantes nos diferentes segmentos definidos pelas partes (ou seja, segmentos por vezes mais amplos que os mercados de produto definidos para efeitos da presente decisão) e nos diferentes Estados-Membros (*** = quota de mercado superior a 50 %; ** = quota de mercado entre 20-50 %; * = quota de mercado 5-20 %):

*Quadro 35*

| | Legrand | ABB | Schneider | Siemens | Hager |
|---|---|---|---|---|---|
| Tomadas e interruptores | *** F, GR, I<br>** A, P<br>* B, E, IRL, GB | ** A, D, E, FIN, I, NL<br>* IRL, S | *** DK<br>** FIN, S, N<br>* B, D, F, GR | * A, D, GR | * GB |
| Sistemas de controlo | | | * DK | * D, FIN | |
| Sistemas de segurança | ** F<br>* E, I, P | | * FIN, S, N | ** D, FIN<br>* S | |
| Elementos para redes de comunicação | * F, I | | ** DK, N<br>* FIN, NL, S | | |
| Material de fixação e derivação | *** F<br>* E, IRL, NL, P | ** FIN | *** DK, N<br>** F, FIN, S<br>* I | * D | |
| Material de instalação no exterior | *** P<br>** A, B, E, F<br>* GR, IRL | | *** S, N<br>** FIN, GB<br>* DK, NL | * D | *** DK<br>** D<br>* B, F, FIN, NL, P, S, N |

(647) O poder dos fabricantes dos produtos situados a jusante dos quadros de distribuição terminal baseia-se na notoriedade das suas marcas e na confiança que os instaladores e utilizadores finais lhes concedem. Tentam obter um acesso privilegiado aos grossistas principalmente através da concessão de descontos e de abatimentos importantes, mas também através de acções de promoção dos seus produtos realizadas nos estabelecimentos dos grossistas. Por último, os fabricantes mantêm relações directas com os instaladores, o que constitui um imperativo, a fim de estimular a procura que lhes é dirigida. Para o fazer, os fabricantes oferecem aos instaladores acções de formação, distribuem *softwares* de auxílio à concepção da instalação eléctrica e à escolha de materiais específicos aos seus produtos, realizam acções de promoção no terreno e mantêm serviços de assistência técnica. Desta forma, o conjunto das despesas comerciais e de *marketing* da Legrand representa cerca de [0 a 10]* % do seu volume de negócios em França, ou seja, um montante de aproximadamente [100 a 800]* milhões de francos franceses ([221]).

*Os grossistas*

(648) Os grossistas desempenham um papel particularmente importante nos mercados de produtos situados a jusante do quadro de distribuição terminal, na medida em que a maior parte destes produtos é vendida através deles. O inquérito da Comissão revelou que as partes e os seus concorrentes vendem regra geral 90 % ou mais dos seus produtos ultra-terminais aos grossistas. As raras excepções a esta regra dizem respeito apenas a categorias de produtos específicos (por exemplo, tomadas telefónicas ou sistemas de controlo) e/ou a determinados países. Os grossistas dependem da procura criada pelos fabricantes e das marcas conhecidas dos instaladores e dos utilizadores finais. Assim, são obrigados a manter em *stock* produtos muito solicitados que são, na prática, os comercializados sob marcas que beneficiam de uma forte notoriedade.

(649) Além disso, por razões de racionalização, os grossistas reduzem o número dos seus fornecedores. O inquérito da Comissão revelou que normalmente os grossistas tentam reduzir para três ou quatro o número de fornecedores para cada categoria de produtos. A concentração das aquisições dos grossistas num número reduzido de fornecedores resulta igualmente dos numerosos descontos e outros abatimentos que lhes são concedidos pelos grandes fabricantes e que podem representar mais de [30-60]* % do preço de venda dos produtos. Os grossistas são assim incentivados a vender sobretudo os produtos dos fabricantes e das marcas já bem implantados e que dispõem de uma quota de mercado substancial. Em contrapartida, os grossistas têm poucos incentivos para investir esforços significativos para ajudar uma marca de menor importância ou um novo interveniente a aumentar ou a desenvolver a sua posição no mercado. Esta conclusão, válida para o conjunto dos materiais eléctricos de baixa tensão, reveste-se de particular importância no que se refere aos produtos a jusante do quadro de distribuição terminal. Com efeito, existem para estes produtos numerosos pequenos fabricantes independentes, especializados na produção de um único tipo de materiais e presentes num número reduzido de Estados-Membros. É para estes pequenos fabricantes que o processo de racionalização e de concentração das aquisições dos grossistas constitui uma maior ameaça.

(650) Por último, o inquérito da Comissão indicou sem ambiguidade que as relações comerciais entre os grossistas e os fabricantes de materiais situados a jusante do quadro de distribuição terminal se organizam a nível nacional ou mesmo local. Tal acontece no que se refere a todos os aspectos comerciais e, nomeadamente, à escolha dos fornecedores, à determinação das gamas adquiridas e vendidas, à determinação dos preços e dos descontos e à realização de acções de promoção específicas. Por último, os grossistas são relativamente pouco sensíveis aos preços dos produtos que adquirem e mais sensíveis aos descontos e aos abatimentos comerciais que lhes concedem os fabricantes, que geram uma fracção importante da sua margem de lucro.

*Os instaladores*

(651) Os instaladores são responsáveis pela instalação dos materiais eléctricos de baixa tensão junto do cliente final. Tal como já foi explicado supra, adoptam normalmente uma atitude conservadora e mantém-se muito ligados às marcas que conhecem e em que confiam. No que se refere aos produtos situados a jusante do quadro de distribuição terminal, são frequentemente os instaladores que indicam a marca. Os responsáveis técnicos (arquitectos, gabinetes de estudos, etc.) intervêm com efeito muito raramente nesta decisão, com excepção dos sistemas de controlo e de segurança e dos elementos para redes de comunicação que normalmente são apenas instalados nos grandes edifícios do sector terciário. O poder de decisão dos instaladores relativamente à escolha da marca é contudo limitado pelos eventuais desejos dos seus clientes, motivados sobretudo pela estética dos produtos. Tal acontece principalmente com as tomadas e interruptores e raramente com os outros produtos.

(652) Os critérios decisivos na escolha de uma marca por um instalador são a segurança que, na sua opinião, é assegurada através de uma marca bem conhecida em que confia, a facilidade de montagem da instalação e a disponi-

([221]) Plano a Médio Prazo 2001-2005 Legrand SNC França. Documento fornecido em anexo à resposta da Legrand à pergunta 315 do questionário de 6 de Abril de 2001.

bilidade do produto no estabelecimento do seu grossista local. Em contrapartida, o preço desempenha um papel mais marginal, uma vez que as eventuais economias realizadas graças à compra de produtos de preço reduzido contam geralmente menos, na sua opinião, do que o tempo necessário para se acostumar à instalação de um produto novo e mal conhecido. Além disso, uma vez que o instalador não é o consumidor final, repercute nos seus clientes o custo dos produtos que instala.

*Os clientes finais*

(653) O cliente final está principalmente interessado no resultado do conjunto, ou seja a instalação eléctrica terminal completa. O único preço que conhece é o preço da instalação completa que é, na sua maior parte, constituído pela remuneração do trabalho de instalação. Na prática, o cliente final não conhece em pormenor o preço de cada produto instalado e normalmente não se preocupa com esse preço. Assim, está normalmente mais interessado na escolha dos materiais situados a jusante do quadro terminal do que na escolha dos materiais situados a montante. Com efeito, os produtos situados a jusante do quadro terminal, nomeadamente as tomadas e interruptores, são visíveis nos edifícios residenciais ou do sector terciário, e os critérios pessoais em matéria de estética podem neste caso ser relevantes.

**A entidade resultante da fusão Schneider/Legrand será um interveniente incontornável na maioria dos mercados de equipamentos eléctricos situados a jusante do quadro de distribuição terminal na Europa.**

*A entidade resultante da fusão beneficiará de uma panóplia de produtos e de uma cobertura geográfica muito superior à de todos os seus concorrentes*

(654) A entidade resultante da fusão disporá de uma panóplia completa de produtos que abrangem todos os mercados de equipamentos eléctricos situados a jusante do quadro terminal. Além disso, disporá de uma cobertura completa de todo o EEE. A avaliação do papel que desempenhará a Schneider/Legrand a nível europeu, em vez de invalidar a definição geográfica dos mercados em causa como sendo de dimensão nacional, faz parte integrante da análise dos efeitos da concentração em cada um dos mercados de produto e nacionais afectados.

(655) No que se refere à panóplia de produtos, será necessário salientar que a Schneider e a Legrand são já dois dos principais grupos generalistas nos mercados de produtos e geográficos em causa. A sua oferta não se limita às tomadas e interruptores, incluindo igualmente, para cada um dos dois grupos, materiais de fixação e de derivação e equipamentos de instalação no exterior que estão directamente associados a esses produtos, bem como sistemas de controlo e de segurança e elementos de conexão para redes de comunicação. A oferta de cada uma das partes, embora seja já muito ampla, pode contudo ser comparada à dos outros grupos generalistas como a ABB e a Siemens e, numa menor medida, a Hager e a GE.

(656) A associação dos catálogos de produtos da Legrand e da Schneider levará à constituição de uma panóplia de produtos de dimensão ímpar. Por exemplo, a Legrand contribuirá, para o novo grupo, com a sua gama de blocos autónomos de iluminação de segurança, bem como com a sua gama de sistemas de controlo de acesso. Por seu turno, a Schneider, completará a oferta da Legrand com a sua gama de sistemas de controlo de aquecimento e de iluminação. Por último, a associação da oferta dos dois grupos a nível das tomadas informáticas e das componentes de sistemas de comunicação levará à constituição de uma gama completa de produtos «VDI» (voz-dados-imagens).

(657) A entidade Schneider/Legrand deterá uma gama de produtos mais ampla do que a dos outros grupos generalistas. Desta forma, a ABB está ausente, ou presente de forma muito marginal, no mercado dos materiais de fixação e de derivação e no mercado dos sistemas de segurança e de protecção ([222]). A Siemens está ausente dos mercados dos produtos «VDI» e das instalações no exterior ([223]). A GE está ausente dos mercados de sistemas de segurança e dos produtos «VDI» ([224]). A Hager está ausente dos mercados de sistemas de segurança, dos produtos «VDI» e dos materiais de fixação e de derivação ([225]).

(658) No que se refere à sua implantação geográfica, a entidade Schneider/Legrand beneficiará igualmente de uma cobertura ímpar do território europeu.

(659) Desta forma, a Legrand está particularmente bem implantada nos Estados do Sul do EEE. Detém nomeadamente cotas de mercado muito significativas no mercado das tomadas e interruptores em França ([80-90]* %), em Itália ([60-70]* %), em Portugal ([50-60]* %) e na Grécia ([40-50]* %). Inversamente, a Schneider está por seu turno particularmente bem implantada nos Estados do Norte do EEE e principalmente nos países nórdicos, após a aquisição da Lexel. Detém nomeadamente quotas de mercado muito significativas no mercado das tomadas e interruptores na Dinamarca ([70-80]* %), na Fin-

([222]) Resposta da ABB de 7 de Março de 2001.
([223]) Resposta da Siemens de 28 de Fevereiro de 2001.
([224]) Resposta da GE de 26 de Fevereiro de 2001.
([225]) Resposta da Hager de 6 de Março de 2001.

lândia ([30-40]* %), na Suécia ([40-50]* %) e na Noruega ([50-60]* %). A transacção projectada levará assim à combinação das quotas de mercado importantes detidas pela Schneider na Europa do Norte e pela Legrand na Europa do Sul.

(660) Além disso, a transacção terá por efeito reforçar significativamente as posições de cada uma das partes em numerosos mercados nacionais em que a Schneider e a Legrand não ocupavam até agora uma posição preponderante. Desta forma, em Espanha, a transacção terá por efeito, no mercado das tomadas e interruptores, acrescentar aos [10-20]* % de quotas de mercado detidos pela Schneider em 2000 os [10-20]* % detidos pela Legrand. A entidade resultante da fusão ficará assim significativamente reforçada e em melhores condições de enfrentar a concorrência do líder, a Simon, que detém uma quota de mercado [40-50]* %.

(661) Os únicos Estados onde a entidade objecto da fusão não terá quotas de mercado elevadas em cada um dos mercados de equipamentos situados a jusante do quadro de distribuição terminal serão a Alemanha e, em menor medida, a Irlanda e os Países Baixos.

(662) Por último, a transacção terá por consequência a constituição de um grupo particularmente poderoso no conjunto dos mercados franceses de equipamentos terminais. Nomeadamente, a entidade resultante da fusão deterá um quase monopólio no mercado das tomadas e interruptores, [80-90]* % no mercado dos materiais de fixação e de derivação, [50-60]* % no mercado da iluminação de segurança e [90-100]* % no mercado das aparelhagens estanques.

(663) A entidade resultante da fusão beneficiará assim de uma cobertura geográfica completa do EEE e de uma panóplia de produtos que excederá muito significativamente a dos seus concorrentes directos que dispõem de uma implantação europeia, ou seja, a ABB, a Siemens, a GE e a Hager. Em especial, a Schneider/Legrand disporá de diversas posições de força em numerosos mercados nacionais e também no mercado das tomadas e interruptores. Estas posições de força constituirão um meio à disposição do novo grupo para reforçar as suas posições noutros mercados de produtos ou noutros mercados nacionais. Por outro lado, a sua presença significativa na maior parte dos mercados geográficos e dos mercados de produtos poderá igualmente ser utilizada para contrariar qualquer tentativa por parte dos seus concorrentes de reforçar as suas posições nos mercados onde se encontrará em posição preponderante.

(664) No seu memorando de resposta à comunicação de objecções ([226]), as partes põem causa esta análise baseando-se num cálculo das posições dos principais concorrentes num mercado hipotético do conjunto dos equipamentos situados a jusante do quadro terminal a nível do EEE. Num «mercado» definido desta forma, a entidade resultante da fusão teria uma quota [10-20]* %, contra [10-20]* % para a Siemens. Decorre contudo do quadro fornecido pelas partes para este efeito, e também do quadro 35 supra, que a posição da Siemens nesse mercado hipotético resulta essencialmente da sua implantação relativamente forte apenas em dois segmentos: os sistemas de controlo e os sistemas de segurança. Além disso, a actividade da Siemens nestes segmentos está essencialmente concentrada num único Estado-Membro, a Alemanha.

(665) As partes alegaram igualmente ([227]) que alguns especialistas como a Lucent, a Pouyet, a 3M, a AMP, a Quante, a Alcatel e a BICC, detinham, a nível de alguns produtos, gamas de produtos mais alargadas que as dos especialistas. Conclui-se dos nomes das empresas citadas pelas partes em apoio à sua argumentação, que esta situação parece estar limitada apenas às componentes das redes de comunicação. De qualquer forma, mesmo que a gama de produtos destes especialistas fosse mais alargada do que a das partes e dos outros generalistas, trata-se apenas de gamas de produtos reduzidas, limitadas a um número restrito de categorias de produtos. Uma situação desta natureza não é consequentemente susceptível de pôr em causa a conclusão segundo a qual a entidade resultante da fusão disporá de uma gama de produtos ultra-terminais de dimensão superior à de todos os seus concorrentes, especialistas ou generalistas.

(666) Desta forma, a Schneider/Legrand disporá de uma panóplia de produtos e de uma cobertura geográfica sensivelmente mais importantes que a de todos os seus concorrentes.

*A entidade resultante da fusão disporá de uma panóplia de marcas que os seus concorrentes não podem imitar*

(667) Tal como indica o quadro infra, a entidade Schneider/Legrand disporá, no mercado dos equipamentos situados a jusante do quadro terminal, de uma panóplia ímpar de marcas, tanto a nível do seu número como a nível da sua notoriedade.

([226]) Ponto 569.
([227]) Memorando de resposta à comunicação de objecções, ponto 573

*Quadro 36*

| Fabricante | Marcas | Categorias de produtos ultra-terminais relativamente aos quais a marca é utilizada | País onde as marcas são utilizadas |
|---|---|---|---|
| Schneider | Alombard | Tomadas e interruptores, materiais de fixação e de derivação | França |
| | Dalcotech | Sistemas de segurança | Dinamarca |
| | Eljo | Tomadas e interruptores, materiais de fixação e de derivação | Suécia |
| | Elko | Tomadas e interruptores, sistemas de controlo, materiais de fixação e de derivação, produtos «VDI» | Suécia, Finlândia, Grécia |
| | Elso | Tomadas e interruptores, sistemas de controlo, materiais de fixação e de derivação | Alemanha, Grécia |
| | Esmi | Sistemas de segurança | Finlândia, Suécia, Dinamarca, Alemanha |
| | Eunea-Merlin Gérin | Tomadas e interruptores, materiais de fixação e de derivação | Espanha, Portugal |
| | Jojo | Sistemas de controlo | Dinamarca, Reino Unido, França, Suécia, Finlândia |
| | Lexel | Sistemas de controlo, produtos «VDI» | Suécia, Dinamarca, Finlândia |
| | LK | Tomadas e interruptores, sistemas de controlo, produtos «VDI», materiais de fixação e de derivação | Dinamarca |
| | Merlin Gérin | Sistemas de controlo, sistemas de segurança | França |
| | Mita | Instalação no exterior | Reino Unido, Bélgica, Irlanda |
| | Multisignal | Sistemas de segurança | Suécia |
| | Sarel | Tomadas e interruptores, materiais de fixação e de derivação | França, Itália, Áustria, Bélgica |
| | Schyller | Tomadas e interruptores | Itália |
| | Strömfors | Tomadas e interruptores, materiais de fixação e de derivação | Dinamarca, Suécia, Finlândia, Alemanha |
| | Telesafe | Componentes de redes de comunicação | Suécia, Alemanha, Países Baixos |

| Fabricante | Marcas | Categorias de produtos ultra-terminais relativamente aos quais a marca é utilizada | País onde as marcas são utilizadas |
|---|---|---|---|
| | Thorsman | Materiais de fixação e de derivação, instalação no exterior | Dinamarca, Finlândia, Suécia, Reino Unido, Bélgica, Irlanda, Países Baixos, Alemanha |
| Legrand | Legrand | Tomadas e interruptores, sistemas de controlo, sistemas de segurança, produtos «VDI», materiais de fixação e de derivação, instalação no exterior | França, Itália, Espanha, Portugal, Grécia, Reino Unido, Suécia, Bélgica, Países Baixos, Áustria, Alemanha, Luxemburgo, Dinamarca, Finlândia, Noruega |
| | Arnould | Tomadas e interruptores | França |
| | Bticino | Tomadas e interruptores, sistemas de controlo, produtos «VDI», materiais de fixação e de derivação | Itália, Espanha, Portugal, Alemanha, Bélgica, Áustria, França, Países Baixos |
| | Quintela | Instalação no exterior | Espanha, Portugal, Alemanha, Bélgica |
| | Tegui | Sistemas de segurança | Espanha, Portugal |
| | Tenby | Tomadas e interruptores, produtos «VDI», materiais de fixação e de derivação | Grã-Bretanha, Irlanda |
| | Ortronics | Produtos «VDI» | França, Itália, Reino Unido |
| | Planet-Watthom | Instalação no exterior | França, Países Baixos, Áustria, Dinamarca, Suécia, Finlândia, Alemanha |
| | Ura/Lumatic | Sistemas de segurança | França, Espanha, Bélgica, Suécia |
| ABB | ABB | Tomadas e interruptores, sistemas de controlo, produtos «VDI» | Alemanha, Áustria, Países Baixos, Bélgica, Luxemburgo, França, Itália, Espanha, Países Baixos, Reino Unido, Irlanda, Suécia, Noruega, Dinamarca, Finlândia, Grécia |
| | Busch-Jäger/ BJE | Tomadas e interruptores, sistemas de controlo | Alemanha, Áustria, Países Baixos, Grécia |
| | Niessen | Tomadas e interruptores | Espanha |
| | Vimar | Tomadas e interruptores, sistemas de segurança e de controlo, sistemas de segurança, produtos «VDI», materiais de fixação e de derivação | Itália |
| GE | GE | Sistemas de controlo | Alemanha, Países Baixos, Bélgica, França, Itália, Espanha, Países Baixos, Reino Unido |
| | AEG | Tomadas e interruptores | Alemanha, Noruega, Dinamarca, Suécia, Itália |
| | Lemag | Tomadas e interruptores | Espanha, Portugal |
| | Graesslin | Tomadas e interruptores | Alemanha |
| Siemens | Siemens/ Cerberus | Sistemas de controlo e de segurança | Alemanha, Áustria, Bélgica, Luxemburgo, França, Itália, Espanha, Países Baixos, Reino Unido, Irlanda, Suécia, Noruega, Dinamarca, Finlândia, Grécia, Portugal, Luxemburgo, Noruega |

*Fonte:* partes e terceiros.

(668) Cada uma das partes dispõe já de um amplo leque de marcas particularmente bem implantadas em diversos mercados nacionais. A transação proposta levará à reunião, no âmbito de um mesmo grupo, das marcas da Schneider, particularmente bem implantadas no Norte do EEE (Elso, Elko e Thorsmann, nomeadamente) e das marcas da Legrand particularmente bem implantadas no Sul do EEE (Bticino e Legrand nomeadamente). Além disso, a Schneider/Legrand disporá da marca Legrand que constitui, juntamente com a marca ABB, a única verdadeira marca de dimensão europeia que abrange uma ampla gama de equipamentos situados a jusante do quadro terminal.

(669) No seu memorando resposta a comunicação de objecções ([228]), as partes alegaram que, em cada Estado-Membro, o número de marcas concorrentes principais será superior àquele que disporá a nova entidade. Neste contexto, será suficiente verificar que as partes comparam o número de marcas da entidade resultante da fusão com o conjunto das marcas detidas por todos os seus concorrentes em cada país, incluindo marcas de especialistas que apenas produzem gamas muito reduzidas de produtos e não o conjunto das marcas detidas por cada um dos seus concorrentes.

(670) O número e a qualidade das marcas da Schneider/Legrand conferirá uma vantagem concorrencial substancial ao novo grupo, tendo em conta o seu papel e a sua importância para o funcionamento dos mercados de produtos em causa. A marca constitui um elemento determinante na escolha dos equipamentos situados a jusante do quadro terminal, nomeadamente pelos pequenos instaladores que representam a categoria mais importante de adquirentes desses produtos. Com efeito, os pequenos instaladores têm o hábito de trabalhar com um número limitado de marcas diferentes, o que lhes permite obter um conhecimento profundo das características técnicas dos produtos. Esta situação permite-lhes controlar perfeitamente o seu processo de instalação e assim ganhar tempo. Este fenómeno é aliás incentivado pelos próprios fabricantes, através de acções de formação consagradas aos pequenos instaladores e da difusão de *softwares* de auxílio à concepção de instalações eléctricas. Um número muito elevado de fabricantes e grossistas de dimensão europeia confirmou que, na maioria dos mercados nacionais, as marcas desempenhavam, face a esta categoria de clientes, um papel mais importante que o preço ([229]).

(671) Por outro lado, a reunião no âmbito de um mesmo grupo de diversas marcas que dispõem de uma forte notoriedade e que são utilizadas para a comercialização das mesmas categorias de produtos dará à Schneider/Legrand a possibilidade de conduzir políticas comerciais diferenciadas e complementares para cada uma delas. Essas políticas permitirão que o novo grupo dê resposta de forma particularmente adaptada à procura e à concorrência em cada um dos segmentos de mercado. Em especial, a Schneider/Legrand terá a possibilidade de posicionar especificamente uma marca no segmento alto, médio ou baixo da gama. Praticamente todos os outros intervenientes no mercado dos equipamentos situados a jusante do quadro terminal dispõem apenas de uma única marca por categoria de produtos e/ou mercado nacional. Ser-lhes-á impossível, pelo menos a curto e a médio prazo, fazer face à Schneider/Legrand desenvolvendo uma política comercial multimarcas equivalente. Desta forma, a Schneider/Legrand estará em condições de concorrer directamente com os seus produtos no segmento do mercado que representa o seu núcleo de mercado, utilizando uma marca especifica e continuando a utilizar outras marcas nos outros segmentos de mercado.

(672) A Legrand realizou já uma política comercial como a descrita supra nos Estados em que esta empresa possui diversas marcas e obtém já resultados desta estratégia. Assim, um documento interno da Legrand relativo à Itália ([230]) explica que o emprego «sinérgico» das marcas Legrand e Bticino constitui uma das forças do grupo Legrand neste país. A marca Bticino está posicionada no alto da gama, enquanto os produtos comercializados sob a marca Legrand situam-se a um nível de preços inferior. O interesse de poder conduzir uma política multi-marcas é realçado claramente num documento interno da Legrand relativo a Portugal ([231]), país onde a Legrand dispõe de três marcas: Legrand, Bticino e Quintela. Este documento salienta «a situação», papel e ambições de cada uma («das marcas do grupo»). Desta forma indica que […]*.

(673) O desenvolvimento de uma política multi-marcas coerente sempre que possível surge aliás como uma das prioridades do grupo Legrand. Desta forma, um documento interno da Legrand relativo a França ([232]) indica que «reforçar uma posição alternativa à oferta da aparelhagem Legrand» constitui o objectivo estratégico prioritário para a empresa e a marca Arnould (do grupo Legrand) no mercado das «aparelhagens» (tomadas e interruptores) neste país.

([228]) Ponto 577.

([229]) Ver nomeadamente resposta da Rexel de 25 Junho de 2001.

([230]) Plano a Médio Prazo Itália Bticino, página marcada Anexo 4.

([231]) Plano a Médio Prazo Legrand Portugal, página marcada PMT 8.

([232]) Na página marcada (PMT 7).

(674) A existência de uma política multi-marcas coerente conduzida pela Legrand e o seu interesse são igualmente salientados pela Schneider. Desta forma, num documento interno desta empresa relativo a Espanha ([233]), é referido que as marcas Legrand e Bticino seriam neste país «complementares» e «diferenciadas». Em especial, é explicado que a marca Bticino está posicionada no segmento «de alta qualidade», enquanto a marca Legrand está mais especificamente destinada ao mercado das «grandes obras».

(675) Resulta do que precede que as vantagens concorrenciais decorrentes da panóplia de marcas detidas pela Schneider/Legrand são muito mais importantes do que os custos adicionais, invocados pelas partes no seu Memorando de Resposta à comunicação de objecções ([234]), resultantes da necessidade de manter uma diversidade correspondente de referências, catálogos ou embalagens. Neste contexto é significativo verificar que tanto a Schneider como a Legrand mantiveram as marcas das empresas com actividades nos mercados dos equipamentos ultra-terminais que adquiriram durante os últimos anos, tal como é apresentado no quadro 36 supra.

*A entidade resultante da fusão beneficiará de um acesso privilegiado à distribuição*

(676) Tal como foi referido supra, devido à dimensão da sua gama de produtos e também à notoriedade das suas marcas, a Schneider/Legrand representará uma parte importante do volume de negócios dos grossistas e, por conseguinte, uma parte importante do montante das suas aquisições na maior parte dos Estados-Membros do EEE (ver supra quadro 31). O novo grupo será consequentemente um parceiro incontornável para os grossistas. Será nomeadamente possível que um grossista obtenha uma gama completa de equipamentos situados a jusante do quadro terminal, abastecendo-se exclusivamente junto da Schneider/Legrand. Um grossista que optasse por esta hipótese estaria mesmo em condições de oferecer à sua clientela diversas marcas, com posicionamentos de preços diferentes, relativamente a numerosas categorias destes produtos.

(677) As relações comerciais entre os fabricantes dos produtos em causa e os grossistas foram descritas supra ([235]) no âmbito da análise do impacto da operação notificada sobre a concorrência nos mercados das componentes de quadros de distribuição eléctrica. Os mesmos mecanismos de incentivo aos grossistas que os descritos supra existem para os produtos em causa.

(678) Os grossistas terão fortes incentivos para assegurar que o nível das suas aquisições face à Schneider/Legrand permanece pelo menos constante. Além disso, estes mecanismos complexos de descontos e de abatimentos, juntamente com o peso importante do novo grupo nas aquisições dos grossistas irão proporcionar à Schneider/Legrand um meio de pressão importante face a estes grossistas. A Schneider/Legrand estará nomeadamente em condições de obrigar os grossistas a distribuir os seus novos produtos ou gamas de produtos que não distribuíam até então. Essa situação existe já parcialmente nos países em que um dos dois grupos é já poderoso. Desta forma, […]* ([236]).

*A transação Schneider/Legrand elimina um factor importante das condições de concorrência em diversos mercados*

(679) A rivalidade entre a Schneider e a Legrand era, até ao momento, um factor importante das condições de concorrência em diversos mercados de equipamentos ultra-terminais. Esta apreciação é válida essencialmente para os mercados nacionais em que um dos grupos é predominante e o outro grupo um concorrente (*challenger*) actual ou potencial.

(680) Foi já explicado que a Schneider é predominante em numerosos mercados de produtos ultra-terminais no Norte da Europa, enquanto a Legrand detém uma posição idêntica em numerosos mercados nacionais no Sul da Europa.

(681) No que se refere aos mercados de produtos dos países Nórdicos em que a Schneider é um líder de mercado, a Legrand constitui um concorrente potencial cuja entrada está na maior parte dos casos, iminente. Desta forma, a Legrand está presente, em termos geográficos, na região (em […]*), mas noutros mercados de produtos. Comercializa em […]*, para além das componentes para quadros de distribuição eléctrica, blocos autónomos de iluminação de segurança. Segundo as suas próprias estimativas, a Legrand detém [10-20]* % do mercado sueco de blocos autónomos de iluminação de segurança ([237]). Além disso, o mesmo documento refere ([238]) que o

([233]) Plano Estratégico trienal Eunea de 1996, página 3.
([234]) Ponto 580.
([235]) Ver pontos 495 a 502.
([236]) Plano a Médio Prazo […]* Bticino, página marcada PMT2C'4. Documento fornecido em resposta à pergunta 315 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([237]) Plano a Médio Prazo Legrand, 2001-2005 — […]*, páginas marcadas LRP 3 (*next*). Documento fornecido em resposta à questão 315 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([238]) Página marcada LRP 7.

objectivo prioritário da Legrand consiste em […]* ([239]). Afigura-se assim que a Legrand […]* e que esperava uma forte reacção da parte da Schneider. A transacção proposta elimina este factor de concorrência pelo menos no mercado […]*.

(682) No que se refere aos mercados nacionais em que a Legrand está em posição de líder de mercado num ou em diversos mercados de produtos ultra-terminais, por exemplo em França, mas a menor nível também em Espanha, Itália, Portugal e Grécia, a Schneider é um concorrente directo e ameaçador.

(683) Desta forma, um documento interno da Legrand relativo a França ([240]), em que a quota de mercado deste grupo no mercado das tomadas e interruptores excede [80-90]* %, explica que o risco principal a que o grupo está confrontado é «a criação de uma alternativa concorrente à marca Legrand a nível da aparelhagem, pela Schneider Electric, com base na Alombard-Sarel-Infra +». Na mesma página deste documento consta também que […]*. As gamas de produtos oferecidas pela Alombard, Sarel e Infra + abrangem uma grande parte dos mercados de produtos ultra-terminais. Com efeito, a Alombard e a Sarel comercializam tomadas, interruptores, materiais de fixação e de derivação e de instalação no exterior. A Infra + é, por seu turno, um especialista das tomadas informáticas. Além disso, será conveniente salientar que a oferta da Schneider em França pode ser completada a partir das gamas de produtos Lexel. A transacção proposta tem assim por efeito impedir a constituição de um verdadeiro pólo concorrente à Legrand no país em que esta empresa dispõe de uma posição preponderante.

(684) Da mesma forma, um documento interno da Legrand relativo à Grécia ([241]), em que a Legrand detém quase [40-50]* % do mercado das tomadas e interruptores, indica que […]*.

(685) Em Itália, Espanha e Portugal, a Schneider está ausente ou tem apenas uma presença marginal nos mercados dos equipamentos a jusante dos quadros terminais. Tem contudo uma presença significativa nos mercados dos componentes de quadros de distribuição eléctrica. Ser-lhe-ia assim relativamente fácil introduzir nesse mercado as suas gamas de produtos ultra-terminais, porque estes são distribuídos pelos mesmos grossistas que as componentes de quadros de distribuição eléctrica. Neste contexto, […]* ([242]).

*A entidade resultante da fusão estará em condições de impor aos seus concorrentes uma escalada da renovação das gamas de produtos*

(686) A renovação, a intervalos próximos, das gamas de produtos situados a jusante dos quadros terminais constitui para os fabricantes mais bem instalados, um meio de fazer face aos fabricantes de dimensão mais reduzida, e também um meio de conservar ou melhorar a imagem das suas marcas. Desta forma, um documento interno da Legrand relativo à Itália ([243]) indica que a taxa de renovação da gama constitui uma das forças do grupo neste país. A renovação das gamas de equipamentos situados a jusante dos quadros terminais destina-se, por um lado, a adaptar a estética dos produtos à procura dos consumidores e, por outro, a enriquecer as funções desses produtos, nomeadamente através de novas funções eléctricas, como a detecção e o controlo à distância.

(687) A constante renovação das gamas de produtos tem por objectivo e por efeito reduzir a duração de vida dos produtos e esgotar os recursos dos concorrentes de dimensão mais reduzida tendo em vista, nomeadamente, expulsá-los do mercado. Dessa forma, um documento interno da Schneider ([244]) indica, no que se refere à empresa Alombard, o ciclo de vida cada vez mais curto («shorter life time cycle») das tomadas e interruptores […]*.

**Conclusão**

(688) A transacção Schneider/Legrand virá alterar radicalmente a estrutura da concorrência nos mercados dos equipamentos ultra-terminais numa parte importante do EEE. Levará ao aparecimento de um grupo que dispõe de uma série de vantagens significativas sobre os seus concorrentes, nomeadamente a dimensão da sua gama de produtos, a extensão da sua cobertura geográfica, a panóplia das suas marcas e as suas relações com os grossistas. Tendo além disso em conta a fragmentação da procura proveniente dos instaladores e a sua fidelidade às mercas mais conhecidas, o novo grupo estará em condições de impor aumentos de preços, sem que o seu efeito seja aniquilado por perdas de mercado correspondentes. Decorre da análise dos incentivos aos grossistas, que estes terão tendência para se alinharem com o comportamento da Schneider/Legrand ([245]).

([239]) Página marcada Anexo 3.
([240]) Plano a Médio Prazo Arnould, página marcada Anexo 3.
([241]) Plano a Médio Prazo Legrand, página marcada PMT2C'4.
([242]) Plano a Médio Prazo Espanha Bticino, página marcada PMT2C'4. Documento fornecido em resposta à pergunta 315 do questionário de 6 de Abril de 2001.
([243]) Plano a Médio Prazo 2001-2005 Legrand Itália, página marcada Anexo 4.
([244]) Estratégia produto/mercado Alombard. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.
([245]) Ver pontos 495 a 502.

C.3.2 ***Tomadas e interruptores***

(689) No mercado das tomadas e interruptores, as quotas de mercado das partes e dos seus principais concorrentes são as seguintes ([246]):

*Quadro: 37*

Segmento: 5A1 Sistemas de aparelhagens (quotas de mercado em 2000)

| | Schneider | Legrand | Hager | Siemens | ABB |
|---|---|---|---|---|---|
| Áustria | [0-10]* % | [20-30]* % | | [10-20]* % | [20-30]* % |
| Bélgica | [0-10]* % | [20-30]* % | | | |
| Alemanha | [0-10]* % | [0-10]* % | | [10-20]* % | [30-40]* % |
| Dinamarca | [70-80]* % | | | | |
| Espanha | [10-20]* % | [10-20]* % | | | [10-20]* % |
| França | [0-10]* % | [80-90]* % | | | |
| Finlândia | [30-40]* % | | | | [30-40]* % |
| Grécia | [0-10]* % | [40-50]* % | | [10-20]* % | |
| Itália | [0-10]* % | [60-70]* % | | | [20-30]* % |
| Irlanda | | [10-20]* % | | | [0-10]* % |
| Luxemburgo | | | | | |
| Países-Baixos | | [0-10]* % | | | [30-40]* % |
| Portugal | [0-10]* % | [50-60]* % | | | |
| Reino Unido | [0-10]* % | [10-20]* % | [0-10]* % | | |
| Suécia | [40-50]* % | | | | [10-20]* % |
| CE | [10-20]* % | [30-40]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [10-20]* % |
| Noruega | [50-60]* % | | | | [10-20]* % |
| EEE | [10-20]* % | [20-30]* % | [0-10]* % | [0-10]* % | [10-20]* % |

*Fonte:* estimativa fornecida pelas partes.

([246]) Estes dados fornecidos pelas partes dizem respeito ao «segmento 5.A.1» e incluem portanto as tomadas de telefone e de televisão, as aparelhagens estanques e a parte das tomadas VDI vendida no âmbito da gama das tomadas e interruptores. As partes indicaram contudo que as quotas de mercado não variam de forma significativa se forem excluídas as tomadas de telefone, televisão e VDI e a aparelhagem estanque.

(690) Conclui-se destes dados que em França, a Legrand ocupa já uma posição dominante a um nível que se aproxima de um quase monopólio, com uma quota de mercado de [80-90]* %. Face a esta posição dominante, e na ausência quase completa da ABB e da Siemens do mercado francês, a Schneider, com uma quota de mercado de [0-10]* %, é o único concorrente que actualmente poderá constituir uma ameaça concorrencial credível e assim limitar a liberdade de comportamento da Legrand.

(691) Com efeito, a Schneider dispõe de duas marcas reconhecidas, a Alombard e a Sarel. A marca Alombard está particularmente bem instalada no alto de gama do mercado. Enquanto terceiro interveniente no mercado a nível europeu, com as suas posições fortes no Norte da Europa e, sendo simultaneamente um actor importante noutros mercados da distribuição eléctrica de baixa tensão em França, com acesso privilegiado aos grandes grupos grossistas, a Schneider tem potencialidades para estabilizar e mesmo aumentar a sua posição no mercado das tomadas e interruptores em França. Esse facto está aliás indicado no documentos internos da Legrand, que fazem referência à ameaça concorrencial exercida pela Schneider ([247]). A operação notificada levaria assim a eliminar a ameaça concorrencial da Schneider. Ora, existe apenas um outro interveniente capaz de se vir a desenvolver no mercado francês das tomadas e interruptores, uma vez que controla a tecnologia franco-belga: a empresa Niko (com uma quota de mercado [0-10]* % em 1999 ([248])). Contudo, […]*, o que torna menos fácil o exercício de uma pressão concorrencial forte entre estas duas marcas. Ao eliminar a concorrência da Schneider e ao conferir à entidade resultante da fusão uma quota de mercado de [90-100]* %, a operação notificada estabilizará e reforçará a posição dominante existente da Legrand em França de forma considerável.

(692) Na sua comunicação de objecções, a Comissão concluiu que a operação notificada criaria ou reforçaria também posições dominantes em Itália, Portugal e Grécia.

(693) Na sua resposta, as partes contestam esta análise, alegando que apesar das fortes posições da Legrand nos três mercados em causa, tendo em conta as quotas de mercado relativamente fracas da Schneider e a presença de outros concorrentes mais importantes, a transacção não teria qualquer efeito restritivo sobre a concorrência.

([247]) Ver citações supra, nota 210.

([248]) As quotas do mercado de todos os concorrentes no mercado das tomadas e interruptores que não figuram no quadro 37, correspondem a dados de 1999, fornecidos pelas partes no formulário CO.

(694) O raciocínio das partes pode ser aceite no que se refere aos mercados italiano e português. Contudo, no que diz respeito à Grécia, a conclusão apresentada na comunicação de objecções deve ser mantida.

(695) Em primeiro lugar, tal como foi referido supra, a Schneider constitui o único concorrente em condições de exercer uma pressão concorrencial sobre a Legrand no mercado das tomadas e interruptores a nível europeu. A posição actual por vezes fraca da Schneider em certos mercados nacionais não reflecte forçosamente o seu potencial concorrencial. Só nos casos em que a posição de partida da Schneider é verdadeiramente marginal comparativamente com a dos outros concorrentes, é que não podem ser comprovados os efeitos negativos da transacção em questão sobre a concorrência.

(696) Na Itália, a Legrand dispõe actualmente de uma posição preponderante, com uma quota de mercado de [60-70]* % e duas marcas bem implantadas, a BTicino e a Legrand. Contudo, a Schneider apenas dispõe actualmente nesse mercado de uma quota de mercado de [0-10]* %, enquanto outros intervenientes como a ABB (através da sua filial Vimar) com [20 a 30]* % e a Gewiss com [10 a 20]* % estão bastante mais bem implantadas neste mercado. Mesmo tomando em consideração a eliminação da concorrência potencial proveniente da Schneider, a sobreposição das quotas de mercado não é suficientemente significativa para que se possa concluir, com um nível suficiente de segurança, que a operação notificada alterará as condições de concorrência no mercado italiano das tomadas e interruptores, de forma a reforçar a posição dominante existente da Legrand.

(697) O mesmo acontece em Portugal, onde a Legrand dispõe actualmente de uma posição muito forte, com uma quota de mercado de [50 a 60]* % e quatro marcas bem implantadas, a Legrand, a BTicino, a Quintela e a Terraneo, mas onde a Schneider apenas detém 1 % de quota de mercado. Os principais concorrentes da Legrand neste mercado são a General Electric (GE), a Elapel e a JSL, com quotas de mercado de [20-30]* %, [10-20]* % e [0-10]* %, respectivamente. Nestas condições, não é possível estabelecer com um grau suficiente de certeza que a eliminação da concorrência actual e potencial da Schneider conduzirá à criação ou ao reforço de uma posição dominante.

(698) Contudo, a situação é diferente na Grécia. Também neste mercado, a Legrand possui com [40-50]* %, uma quota de mercado elevada, que se distancia consideravelmente da dos seus principais concorrentes, a Siemens ([10-20]* %), a Berker ([10-20]* %) e a Jung ([10-20]* %), mas que não lhe confere ainda uma posição preponderante comparável à que a Legrand dispõe por exemplo em Itália ou em Portugal. Através da sua marca, a Schneider é o quarto interveniente, com uma quota de

mercado de [0 a 10]* %. A Legrand considera-a o seu concorrente principal ([249]). A operação notificada eliminará este concorrente e criará um líder de mercado com uma quota de [40 a 50]* %, ou seja, três vezes superior à da Siemens e três vezes e meia superior à dos dois concorrentes seguintes. Paralelamente à entidade resultante da concentração, a Siemens será o único concorrente que dispõe de uma implantação significativa noutros mercados, quer de produtos quer geográficos; a Berker e a Jung, em contrapartida, são PME alemãs, especializadas nos mercados de equipamentos situados a jusante do quadro terminal.

(699) Resumindo, dada i) a posição actual forte mas ainda não claramente dominante, da Legrand, ii) a contribuição para esta posição da quota não negligenciável da Schneider e iii) a posição dos concorrentes restantes que são comparativamente, muito mais fracos, conclui-se que a transacção notificada virá alterar consideravelmente as condições de concorrência no mercado das tomadas e interruptores na Grécia e conduzir à criação de uma posição dominante da entidade resultante da fusão.

(700) Desta forma, a Comissão conclui que a operação notificada reforçará uma posição dominante no mercado das tomadas e interruptores em França e criará uma posição deste tipo na Grécia.

C.3.3 ***Aparelhagem estanque***

(701) No mercado da aparelhagem estanque, existem sobreposições de quotas de mercado das partes na Alemanha, em Espanha, em França e na Grécia. Embora estas sobreposições não sejam susceptíveis de criar problemas de concorrência na Alemanha (a Legrand disporia nesse mercado de [0 a 10]* % e a Schneider de [0 a 10]* %, segundo as partes) e na Grécia (a Legrand disporia nesse mercado de [20 a 30]* % e a Schneider de [0 a 10]* %, segundo as partes), as quotas de mercado das partes são substancialmente mais elevadas em França e em Espanha.

(702) Em França, as partes indicam que relativamente a 2000, a quota de mercado da Legrand seria de [80-90]* % e a da Schneider de [0-10]* %. Esta informação corresponde globalmente às estimativas contidas no Plano a Médio Prazo da Legrand para 2001-2005, relativo a França, segundo as quais a Legrand (incluindo a Arnould) deteria uma quota de mercado de [90 a 100]* % e a Schneider de [0 a 10]* %. De acordo com todas estas estimativas, a Legrand é amplamente dominante no mercado francês das aparelhagens estanques. A operação notificada virá eliminar qualquer concorrência ainda subsistente neste mercado e, consequentemente, reforçará esta posição dominante.

(703) No que se refere a Espanha, as partes estimaram a quota de mercado da Legrand em 2000 em [30-40]* % e a da Schneider em [0-10]* %, com base numa estimativa da dimensão de mercado de [10 a 30]*milhões de euros. Contudo, no plano a médio prazo 2001-2005 BTicino Espanha, a dimensão do mercado é estimada em [1 000-3 000]*milhões de pesetas, ou seja [0 a 10]* milhões de euros; segundo este mesmo documento, a Legrand (incluindo a BTicino) teria uma quota de mercado de [60 a 70]* % e a Schneider, a Simon e a Gewiss de [0 a 10]* % cada uma.

(704) A Legrand explicou que os dados incluídos nos planos a médio prazo eram estimativas por parte das forças de venda que desenvolviam actividades nos respectivos países que teriam por fontes principais os grossistas e, que teriam assim tendência para subestimar a dimensão total do mercado. Contudo, a Legrand admitiu que, no que se refere às aparelhagens estanques, a quota distribuída através dos grossistas seria certamente preponderante e, desta forma, a estimativa global do mercado deveria estar mais ou menos correcta ([250]). Com efeito, a Legrand não indicou que vende aparelhagens estanques através de uma outra via para além dos grossistas ([251]).

(705) Segundo a Schneider, a quota de mercado da Legrand seria de [40 a 50]* %, a da Schneider de [0 a 10]* % e a dimensão do mercado de [1 000-3 000]* milhões de pesetas, ou seja, [0 a 10]* milhões de euros.

(706) Além disso, um terceiro forneceu estimativas de quotas de mercado que se situam entre [50 a 80]* % para a Legrand e abaixo de [0 a 10]* % para a Schneider; segundo este terceiro, a dimensão do mercado corresponde a um montante que se situa em [0 a 10]* milhões de euros ([252]).

(707) Comparando estas diferentes estimativas relativas à dimensão e à estrutura do mercado espanhol das aparelhagens estanques, a Comissão chega à conclusão de que os dados fornecidos pelas partes no âmbito do presente processo devem sobrestimar a dimensão do mercado e, por conseguinte, subestimar a quota de mercado da Legrand. Em contrapartida, as estimativas incluídas no plano a médio prazo para a Espanha da Legrand estão muito próximas das estimativas do terceiro mencionado supra e também das estimativas fornecidas pela Schneider, pelo menos no que se refere à dimensão do mercado.

([249]) Plano a médio prazo da Legrand Grécia, citado na nota de pé de página 211.

([250]) Resposta de 10 de Julho de 2001, pergunta 21, que remete para as respostas às perguntas 20 e 4.

([251]) Resposta de 10 de Julho de 2001, pergunta 19.

([252]) Resposta da Simon ao questionário dos concorrentes de segunda fase (segmento 5)

(708) Assim, a Comissão conclui que a dimensão do mercado das aparelhagens estanques em Espanha não ultrapassa significativamente o montante de [0 a 20]* milhões de euros. Acrescentando uma margem de segurança de [10 a 20]* % a favor das partes, poderá assim ser quantificada em [0 a 20]* milhões de euros. Nesta hipótese, e partindo dos dados fornecidos pelas próprias partes no que se refere aos seus volumes de negócios (Legrand: [0 a 10]* milhões de euros, Schneider: [0 a 10]* milhões de euros), a quota de mercado da Legrand pode ser estimada em [40 a 50]* %, no mínimo, e a da Schneider em [0 a 10]* %, no mínimo.

(709) Com base nestes dados, a Legrand é actualmente já o líder de mercado indubitável, beneficiando de uma distância considerável entre a sua quota de mercado e a dos seus principais concorrentes (Simon e Gewiss), que o plano a médio prazo da Legrand estima em [0 a 10]* % cada um ([253]). A esta posição já forte, a operação notificada vem acrescentar a da Schneider. Ora, a quota de mercado actual, relativamente fraca, da Schneider no mercado espanhol das aparelhagens estanques não representa de forma completa o potencial concorrencial da Schneider nesse mercado, uma vez que a Schneider apenas nele entrou em 1999. Em contrapartida, o facto de a Schneider ter podido conquistar, apenas em dois anos, uma quota de mercado de pelo menos [0 a 10]* %, num mercado em que estava completamente ausente anteriormente, revela que esta empresa está bem posicionada para exercer uma pressão concorrencial significativa face à Legrand. Ao eliminar esta concorrência entre a Schneider e a Legrand, a presente transacção é susceptível de conferir à entidade resultante da fusão uma posição dominante.

(710) Na sua resposta à comunicação de objecções, as partes contestam esta análise, baseando-se em dois argumentos:

(711) A associação da quota de mercado da Schneider apenas viria reforçar de forma muito reduzida a posição da Legrand e não teria assim qualquer efeito restritivo sobre a concorrência.

(712) O êxito relativamente rápido da Schneider no mercado espanhol das aparelhagens estanques revela a grande abertura deste mercado e a fácil penetração de qualquer novo concorrente.

(713) Contudo, a quota de mercado de [0 a 10]* %, actualmente detida pela Schneider não é de forma alguma negligenciável. Como foi explicado supra, reflecte um potencial de crescimento considerável, tendo em vista a sua entrada relativamente recente no mercado em questão. Além disso, a quota de mercado da Schneider representa já actualmente uma posição significativa comparativamente com a dos seus principais concorrentes, a Simon ([0 a 10]* %) e a ABB/Niessen ([0 a 10]* %) ([254]), sobretudo se se tiver em consideração que a Simon é o líder do mercado das tomadas e interruptores normais em Espanha, nele detendo uma quota de [40 a 50]* %.

(714) Em resposta ao segundo argumento acima referido, é forçoso concluir que o êxito rápido da Schneider no mercado espanhol da aparelhagem estanque, comparado com a relativa fraqueza de concorrentes como a Simon e a ABB/Niessen, que têm no entanto fortes posições no mercado da aparelhagem normal, ilustra muito mais a força concorrencial da Schneider do que a pretendida ausência de barreiras à entrada. É necessário recordar a este respeito que a Schneider não é de forma alguma «um novo participante» nos mercados da distribuição eléctrica de baixa tensão em Espanha. Com efeito, a Schneider detém uma posição bem estabelecida em Espanha nos mercados das componentes de quadros eléctricos. Por outro lado, dispõe de uma gama de aparelhagens estanques já comercializada com êxito no mercado francês, a partir do qual são aliás importadas as aparelhagens estanques vendidas em Espanha sob a marca Eunea. Não existe nenhum outro concorrente que, simultaneamente, esteja já fortemente implantado noutros mercados de produtos em Espanha e disponha de uma marca reconhecida e de uma gama completa de aparelhagens estanques.

(715) Desta forma, a Comissão conclui que a operação notificada reforçará uma posição dominante no mercado da aparelhagem estanque em França e criará uma posição dominante no mesmo mercado em Espanha.

### C.3.4 *Iluminação de segurança/Blocos autónomos de iluminação de segurança*

(716) No mercado dos sistemas iluminação de segurança, as actividades das partes sobrepõem-se de forma significativa em França, onde a Legrand (incluindo as suas filiais URA e Lumatic) atinge uma quota de mercado de [50 a 60]* % e a Schneider de [0 a 10]* %. Se se analisarem apenas os blocos autónomos de iluminação de segurança, as quotas de mercado são de [60 a 70]* % para a Legrand e [0 a 10]* % para a Schneider. Enquanto a Legrand fabrica ela própria estes produtos, a Schneider adquire-os, no que se refere ao mercado francês principalmente junto da empresa Kaufel. Os principais concorrentes das partes são a Cooper (marca: Luminox; [10 a 20]* %) e a Chubb ([0 a 10]* %), detendo todos os outros concorrentes quotas de mercado inferiores a [0 a 10]* %. Desta forma, a Legrand é já o líder incontestado deste mercado, com uma quota de mercado quase quatro vezes superior à do seu próximo concorrente. Tendo

([253]) As partes não forneceram uma estimativa das quotas de mercado destes concorrentes no âmbito do presente processo.

([254]) Quotas de mercado de acordo com o memorando das partes, ponto 659.

em conta esta posição, pode afirmar-se que a Legrand beneficia de uma posição dominante neste mercado. Em contrapartida, a Schneider, só recentemente entrou no mercado francês da iluminação de segurança e em 1997 detinha apenas uma quota de mercado de [0-10]* %; nessa altura, a Legrand dispunha ainda de [70 a 80]* % do mercado. Esta situação mostra que a Schneider se pode tornar um concorrente sério da Legrand apenas num período de alguns anos. A Schneider proporcionou ao líder do mercado uma quota de mercado significativa e esta empresa pode por conseguinte exercer uma pressão apreciável sobre o comportamento da Legrand. Esta situação é confirmada por um documento interno da URA, filial da Legrand, que recorda a dificuldade de manter os preços devido à banalização dos produtos e ao ataque da Schneider que exerce uma dupla pressão negativa: pressão sobre os preços em geral […]*; pressão sobre o «pacote», uma vez que a Schneider baseou o seu ataque nos produtos «básicos» ([255]).

(717) A aproximação entre a Schneider e a Legrand virá eliminar esta pressão concorrencial e proporcionará à entidade resultante da fusão uma quota de mercado de quase [50 a 60]* % na iluminação de segurança no seu conjunto e de mais de [60 a 70]* % unicamente no mercado dos blocos autónomos de iluminação de segurança. Assim, a entidade resultante da fusão reforçará a sua posição dominante de tal modo que os outros concorrentes, empresas especializadas que não dispõem de recursos e de acesso aos grossistas comparáveis aos da Schneider, ou novos participantes potenciais, estarão ainda menos em condições de controlar o seu comportamento no mercado. Como indica um terceiro ([256]), o sistema de cálculo de descontos praticados pela Schneider não permitirá que os seus concorrentes continuem a ser competitivos.

(718) No seu Memorando de Resposta, as partes não contestaram esta análise enquanto tal, mas alegaram apenas a inexistência de qualquer efeito negativo da operação sobre a concorrência, baseando-se num mercado de produto alargado dos sistemas de segurança das pessoas (que abrange simultaneamente a iluminação de segurança e a detecção de incêndios). Tal como foi demonstrado supra, esta posição das partes não é sustentável.

(719) Assim, a Comissão conclui que a operação notificada reforçará uma posição dominante no mercado da iluminação de segurança ou num possível mercado mais restrito dos blocos autónomos de iluminação de segurança em França.

([255]) SAFT URA — Plano a médio prazo 2001-2005.

([256]) Kaufel, mensagem electrónica de 3 de Julho de 2001.

C.3.5 ***Análise do impacto da concentração sobre a concorrência nos mercados dos materiais de fixação e de derivação***

(720) A entidade combinada Schneider/Legrand será o principal interveniente no mercado dos materiais de fixação e de derivação a nível europeu. Deterá uma quota de mercado cumulada a nível do EEE de [20 a 30]* % e uma presença em onze Estados membros. As partes explicam que o seu principal concorrente a nível europeu será a Hager, com uma quota de mercado de [10 a 20]* %, mas presente apenas num só Estado-Membro, a Alemanha. Contudo, a Hager indicou que não desenvolve actividades nesse mercado de produtos ([257]).

(721) A operação notificada conduzirá à adição de quotas de mercado muito significativas no mercado francês dos materiais de derivação e de fixação.

**A entidade resultante da fusão deterá uma quota de mercado particularmente elevada no mercado francês**

(722) A entidade Schneider/Legrand deterá uma quota de mercado de [70 a 80]* % no mercado francês dos materiais de fixação e de derivação. A Legrand dispõe neste mercado de uma quota de mercado de [50 a 60]* %, a que se virá juntar [20 a 30]* % das quotas de mercado detidas pela Schneider (valores de 2000). As partes não identificaram os outros intervenientes nesse mercado.

(723) Além disso, a entidade Schneider/Legrand disporá de quotas de mercado ainda mais elevadas em certas categorias de produtos de fixação e de derivação. Desta forma, a Schneider detém [20 a 30]* % e a Legrand [40-50]* % (dados relativos a 2000) do mercado francês das caixas de encastramento e de derivação ([258]). As partes não identificaram os seus concorrentes a nível das caixas de encastramento e de derivação. A Legrand explica que esta categoria de produtos representa cerca de 40 % do total do mercado em causa ([259]).

(724) Desta forma, a transacção proposta tem por consequência o agrupamento das quotas de mercado dos dois principais intervenientes no mercado em causa.

([257]) Resposta da Hager de 6 de Março de 2001.

([258]) Resposta das partes à pergunta 239 do questionário de 6 de Abril de 2001.

([259]) Anexo Legrand à pergunta 239 do questionário de 6 de Abril de 2001.

**A entidade resultante da fusão disporá de uma panóplia de marcas sem equivalente**

(725) A entidade Schneider/Legrand desenvolverá actividades no mercado francês dos materiais de fixação e de derivação, com quatro marcas que beneficiam todas de uma forte notoriedade. Desta forma, às marcas Alombard e Sarel detidas pela Schneider, a Legrand virá juntar as marcas Legrand e Arnould. Essas marcas são bem conhecidas dos instaladores porque representam a maior parte das vendas de tomadas e interruptores realizadas em França.

(726) Esta situação permitirá que o novo grupo desenvolva uma política comercial multimarcas, a fim de dar resposta de forma particularmente adaptada a cada segmento da procura. Assim, a Sarel está desde já mais especificamente posicionada na parte da procura proveniente do sector industrial, enquanto a Alombard beneficia de uma imagem de marca no alto da gama. A Legrand e a Arnould, por seu turno, beneficiam de uma excelente imagem no sector residencial. A entidade Schneider/Legrand estará assim em condições de fazer face às acções dos seus concorrentes, posicionando uma das suas marcas no centro do seu mercado, podendo continuar a utilizar as suas outras marcas nos outros segmentos do mercado.

**A entidade resultante da fusão disporá de fortes posições no conjunto dos mercados franceses dos produtos situados a jusante do quadro de distribuição terminal.**

(727) A entidade Schneider/Legrand será particularmente forte em França, no conjunto dos mercados de produtos situados a jusante do quadro terminal. Em especial, o novo grupo deterá uma quota de mercado superior a [80 a 90]* % no mercado das tomadas e interruptores. Deterá igualmente uma quota de mercado de [40 a 50]* % no mercado da instalação no exterior (valores de 1999).

(728) Os materiais de derivação e de conexão são comercializados através dos mesmos canais de distribuição que os outros materiais eléctricos situados a jusante do quadro terminal e a procura destes produtos provém principalmente dos instaladores. As partes explicam com efeito que os fabricantes realizam [90 a 100]* % do seu volume de negócios relativo aos produtos situados a jusante do quadro terminal com os grossistas e que os instaladores representam [90 a 100]* % da procura dirigida aos grossistas ([260]).

(729) Consequentemente, o novo grupo poderá utilizar o seu poder no conjunto dos mercados franceses dos equipamentos eléctricos situados a jusante do quadro terminal para manter ou reforçar a sua posição no mercado dos materiais de fixação e de derivação, uma vez que estes produtos são, no seu conjunto, fortemente complementares. Em especial, as caixas de derivação e de encastramento destinam-se a receber ou a ser integradas nos outros produtos ultra-terminais. Desta forma, num catálogo da Legrand, a oferta de tomadas e interruptores, a oferta de produtos para instalação no exterior e a oferta de materiais de fixação e de derivação são apresentadas de forma agrupada ([261]). Da mesma forma, um catálogo da Arnould explica quais são as séries de tomadas e interruptores que podem ser montadas em caixas de encastramento da série Igloo ([262]).

**A entidade resultante da fusão disporá de um acesso privilegiado aos grossistas**

(730) As partes explicam que, em média, os materiais de fixação e de derivação são comercializados a [90-100]* % através dos grossistas ([263]). A Schneider/Legrand disporá de um acesso privilegiado à distribuição no que se refere à sua oferta de materiais de fixação e de derivação. Com efeito, o novo grupo será um fornecedor incontornável pelo menos para os principais grossistas que desenvolvem actividades em França.

(731) Desta forma, a Rexel, primeiro distribuidor de materiais eléctricos em França, com uma quota de mercado estimada em [40 a 50]* %, indica que a Schneider/Legrand representará entre [40-50]* % das suas vendas ([264]) (ver supra quadro 31).

(732) Desta forma, o novo grupo disporá de uma posição única na distribuição. Tendo em conta o que foi explicado supra no que se refere aos mecanismos de descontos e de abatimentos, os grossistas terão um incentivo para, pelo menos, manterem as suas vendas de materiais de fixação e de derivação do novo grupo.

**A entidade resultante da fusão disporá de uma gama completa de materiais de fixação e de derivação (barreira à entrada)**

(733) O mercado dos materiais de fixação e de derivação caracteriza-se pelo número importante de produtos que

([260]) Formulário CO, página 102.

([261]) Catálogo 2001 da Legrand, páginas 206 e seguintes.

([262]) Catálogo geral da Arnould 2001.

([263]) Formulário CO página 102. Ver igualmente o anexo Legrand à pergunta 132 do questionário de 6 de Abril de 2001.

([264]) Resposta da Rexel ao questionário de segunda fase da Comissão.

abrange. Estes dividem-se num número ainda mais importante de referências. O facto de deter uma gama completa de produtos representa uma vantagem concorrencial importante por dois motivos.

(734) Em primeiro lugar, é mais fácil e mais rápido para o instalador adquirir o conjunto ou pelo menos a maior parte dos materiais de fixação e derivação de que necessita junto do mesmo fornecedor. Com efeito, o instalador que optasse por se abastecer junto de diferentes fornecedores deveria, quer consultar diversos catálogos de fabricantes diferentes, quer visitar as secções consagradas a cada fabricante nos grossistas. Tal implicaria um investimento importante em termos de tempo que não justificaria o fraco preço dos produtos em causa.

(735) Em segunda lugar, um fabricante que detém uma gama completa de produtos beneficia da forte complementaridade destes produtos entre si. Desta forma, um catálogo da Sarel explica que as caixas de derivação da gama «Murabox podem ser facilmente equipadas com a barra de ligação Sarel» e com «o pólo de ligação Sarel» ([265]).

(736) Por último, o facto de possuir uma gama completa de produtos familiariza os instaladores com a utilização dos produtos do fabricante em causa.

**Conclusão**

(737) A transacção proposta conduz à eliminação do factor essencial das condições de concorrência no mercado francês dos materiais de fixação e de derivação. Traduz-se, com efeito, pela aproximação entre os números um e dois incontestados neste mercado. A entidade resultante da fusão disporá de todos os meios necessários para controlar o mercado francês dos materiais de fixação e de derivação. Estará nomeadamente em condições de impor os seus preços no mercado. Tendo em conta o seu peso na distribuição, os grossistas não estarão em condições de se opor a um tal aumento de preços (ver supra). A operação notificada provoca assim a criação de uma posição dominante no mercado francês da venda de materiais de fixação e de derivação. No seu Memorando de Resposta, as partes não contestaram esta conclusão.

C.3.6 ***Análise do impacto da concentração sobre a concorrência nos mercados dos produtos de transformação***

(738) As actividades das partes nestes mercados sobrepõem-se principalmente em França, através de vendas, por parte da Legrand, de produtos que ela própria fabrica e de vendas, por parte da Schneider, de produtos adquiridos junto de um fabricante alemão, a Murrelektronic.

(739) No seu Memorando de Resposta, as partes forneceram o quadro que se segue que apresenta as quotas de mercado das partes e dos seus principais concorrentes nos dois mercados dos transformadores e das fontes de alimentação em França:

*Quadro relativo às quotas de mercado no sector dos transformadores e das fontes de alimentação*

| FRANÇA | Transformadores e fontes de alimentação | Transformadores | Fontes de alimentação |
|---|---|---|---|
| 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]* % |

([265]) Catálogo geral 2001 da Sarel, páginas 448 e 449.

| FRANÇA | Transformadores e fontes de alimentação | Transformadores | Fontes de alimentação |
|---|---|---|---|
| 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]* % | |
| OUTROS (Cerca de 50) | [20-30]* % | | |

(740) Conclui-se destes dados que a Legrand é actualmente o líder incontestável do mercado dos transformadores em França, com uma quota de mercado cinco vezes mais elevada que a do seu próximo concorrente, a Siemens, e seis a sete vezes mais elevada que a dos terceiro e quarto intervenientes, a Schneider e a Cecla. O resto do mercado, que corresponde a [40-50]* % da totalidade, está atomizado, não detendo nenhum outro concorrente uma quota de mercado superior a [0-10]* %. A transacção notificada eliminará, assim, um dos três únicos concorrentes da Legrand cuja posição no mercado não é negligenciável. Além disso, aumentará a diferença entre a quota de mercado da entidade resultante da fusão e a dos concorrentes próximos num factor de seis (para a Siemens) e de oito (para a Cecla).

(741) À quota de mercado da nova entidade vem juntar-se o acesso privilegiado à distribuição de que beneficiará. Este aspecto desempenha um papel menos pronunciado na análise do mercado em causa, uma vez que os clientes finais são industriais que têm capacidade para se abastecerem fora do canal dos grossistas e, com efeito, uma parte considerável ([30-70]* %) dos produtos em causa são na verdade vendidos directamente pelos fabricantes aos clientes finais. Contudo, decorre das respostas de concorrentes durante o inquérito, que o acesso aos grossistas influencia o funcionamento da concorrência no mercado dos transformadores. Na realidade, segundo um concorrente, a Schneider controla cada vez mais os canais de distribuição através dos grossistas, o que torna impossível que outras marcas encontrem canais de distribuição ([266]). Segundo um terceiro, a fusão permitirá que a entidade objecto da fusão tenha a possibilidade de expulsar os seus concorrentes, em primeiro lugar do mercado das vendas aos grossistas e seguidamente do mercado em geral.

([266]) Polylux, resposta de 9 de Julho de 2001.

(742) No seu Memorando de Resposta, as partes alegam que apesar desta estrutura do mercado, a operação não criará nem reforçará uma posição dominante.

(743) Em primeiro lugar, as partes alegam que a Schneider apenas está presente no mercado dos transformadores através da revenda de produtos fabricados por um concorrente. Contudo, este facto não altera a análise de mercado, uma vez que a quota de mercado da Schneider reflecte a força concorrencial desta empresa e não a do fabricante terceiro.

(744) Da mesma forma, o argumento das partes segundo o qual o mercado dos transformadores enquanto tal está em regressão devido à substituição progressiva dos transformadores por fontes de alimentação, não exclui nem a possibilidade de criação ou reforço de uma posição dominante nesse mercado, nem a necessidade, no âmbito do controlo das concentrações, de manter um nível suficiente de concorrência enquanto o mercado em questão existe.

(745) As partes defendem também que mesmo após a transacção notificada, a existência de um grande número de concorrentes de diferentes dimensões, que vão de grandes grupos como a Siemens, a Moeller, a Omron ou a Phoenix que oferecem uma gama completa de produtos, até pequenos concorrentes a nível local, exerceria uma pressão concorrencial suficiente sobre a entidade resultante da fusão. O mesmo aconteceria com a concorrência, pelo menos potencial, por parte de fabricantes de fontes de alimentação.

(746) Contudo, à excepção da Siemens, os grandes grupos mencionados estão ausentes do mercado francês dos transformadores ou detêm nesse mercado apenas uma posição marginal. Além disso, a operação em questão,

ao eliminar um dos concorrentes de dimensões não negligenciáveis, irá reduzir significativamente a possibilidade dos restantes concorrentes, e nomeadamente dos numerosos pequenos fabricantes locais, limitarem a liberdade de comportamento da entidade resultante da fusão. Quanto à concorrência de substituição proveniente do mercado vizinho das fontes de alimentação, é forçoso concluir que dos principais fabricantes de fontes de alimentação que desenvolvem actividades no mercado francês, três (a ELC, a Lambda e a Lutze), que detêm, cada um, uma quota do mercado das fontes de alimentação de [0 a 10]* %, estão totalmente ausentes do mercado dos transformadores. Por outro lado, através da operação notificada, a Schneider/Legrand tornar-se-á também o líder do mercado das fontes de alimentação, com uma quota de mercado de [10 a 20]* %.

(747) A Comissão conclui, por conseguinte, que a operação em questão criará uma posição dominante no mercado francês dos transformadores.

C.4 ANÁLISE DO IMPACTO DA CONCENTRAÇÃO SOBRE A CONCORRÊNCIA NOS MERCADOS DOS AUXILIARES DE CONTROLO E DE SINALIZAÇÃO

(748) A entidade Schneider/Legrand será o principal interveniente no mercado europeu dos auxiliares de controlo e de sinalização, com uma quota de mercado de [20 a 30]* % (Schneider [20 a 30]* % e Legrand [0 a 10]* %). Os seus concorrentes principais serão a Moeller e a Siemens, com quotas de mercado respectivas de [0 a 10]* % e [0 a 10]* % a nível do EEE. Tal como acontece com os seus dois principais concorrentes, a Schneider/ /Legrand estará presente em todos os países membros do EEE.

(749) A transacção notificada conduz a adições de quotas de mercado muito significativas no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização.

C.4.1 ***A entidade resultante da fusão disporá de uma quota de mercado particularmente elevada***

(750) Tal como foi referido no quadro supra a entidade Schneider/Legrand disporá de quotas de mercado sensivelmente mais elevadas que as dos seus concorrentes no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização.

*Quadro 38*

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

*Fonte:* partes.

(751) Por conseguinte, a transacção projectada conduz ao agrupamento dos dois principais concorrentes em termos de quotas de mercado no mercado francês. Leva à criação de um interveniente que disporá de uma quota de mercado de [60-70]* %, muito à frente dos seus dois concorrentes principais, a K&N e a Moeller que terão, respectivamente, uma quota de mercado de [0-10]* %.

C.4.2 ***A entidade resultante da fusão disporá de uma panóplia de marcas sem equivalente***

(752) A Schneider/Legrand desenvolverá actividades no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização através de quatro marcas. A Schneider é proprietária das marcas Télémécanique e Mafalec. Por seu turno, a Legrand comercializa os produtos em causa sob as marcas Baco e Legrand.

(753) Esta panóplia de marcas permitirá ao novo grupo cobrir, de forma particularmente adequada, cada segmento do mercado. O interesse de poder assim segmentar a procura foi aliás salientado num documento interno da Schneider que explica que, no que se refere «às gamas de produtos convencionais, a segmentação permite combinar crescimento e rentabilidade» ([267]). Em especial, conclui-se deste documento que possuir diversas marcas permite conduzir políticas de gamas e políticas de preços diferenciadas para cada uma das marcas. Além disso, o mesmo documento explica que dispor de diversas marcas permite «tirar proveito de uma abordagem dupla multiespecialista/especialista». Ora, a Baco define-se como o «líder» no mercado dos comutadores de cames, com uma quota de mercado superior a [10-20]* % ([268]).

(754) A entidade resultante da fusão poderá assim reproduzir o que a Schneider realizou com a aquisição de Mafelec. Todavia, será conveniente salientar que os efeitos benéfi-

([267]) Acta do Comité de Aquisições de 17 de Outubro de 1997. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 Junho de 2001.

([268]) Plano a Médio Prazo 2001-2005 France Baco, página 9. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.

cos para o novo grupo da associação das marcas Legrand e Baco às marcas Télémécanique e Mafelec serão significativamente mais importantes que aqueles que a Schneider obteve através da aquisição de Mafelec, por dois motivos principais. Em primeiro lugar, a Schneider/Legrand disporá de quatro marcas, o que lhe permitirá conduzir uma política multimarcas ainda mais sofisticada. Além disso, os concorrentes que subsistem no mercado terão uma presença significativamente mais fraca.

(755) No seu Memorando de Resposta ([269]), as partes alegaram que a associação da Baco à Schneider, em especial à sua filial Télémécanique, seria negligenciável. Segundo afirmam, a força comercial da marca Télémécanique, presente em diversos continentes, não será em nada reforçada pela marca Baco, cuja notoriedade e actividade estão essencialmente limitadas à França. Além disso, os produtos comercializados pela Baco seriam produtos clássicos, normalizados e harmonizados, não vindo, por conseguinte, acrescentar nada de novo à gama de produtos Schneider.

(756) Em primeiro lugar, deverá salientar-se que as partes não contestam o argumento segundo o qual a detenção, pela entidade resultante da fusão, de uma grande panóplia de marcas, sem equivalente nos seus concorrentes, constitui uma vantagem concorrencial. A esse respeito, é significativo que a Schneider tenha mantido a marca Mafelec após a sua tomada de controlo desta empresa em 1997 ([270]). É um facto que a marca Télémécanique beneficia de uma notoriedade e de uma presença geográfica que excedem muito amplamente as marcas Baco e Legrand, no que se refere aos produtos em causa. Mas estas duas marcas beneficiam de uma boa notoriedade no território francês, o que constituirá uma vantagem directa para a entidade resultante da fusão e virá reforçar a sua panóplia de marcas.

(757) Em segundo lugar, não é contestado que as diferentes categorias de auxiliares de controlo e de sinalização comercializadas pelo grupo Legrand são igualmente comercializadas pela Schneider. Apesar disso, a operação notificada conduzirá a um reforço significativo das posições da Schneider, pelo menos numa categoria de produtos: os comutadores de cames, relativamente aos quais a Baco dispõe de uma quota de mercado superior a [20-30]* %.

(758) Em conclusão, a adição das marcas Baco e Legrand às marcas Télémécanique e Mafelec, já detidas pela Schneider, irá conferir à entidade resultante da fusão uma vantagem concorrencial substancial.

### C.4.3 *A transacção proposta elimina o factor essencial da concorrência no mercado francês*

(759) A transacção proposta traduz-se na supressão dos números um e dois incontestados no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização. A rivalidade entre os grupos Schneider e Legrand constituía o elemento determinante da estrutura da concorrência nesse mercado. Esta conclusão é corroborada pelos documentos internos de ambas as partes.

(760) Desta forma, decorre de um documento interno da Baco ([271]), filial da Legrand que agrupa a parte essencial da actividade de auxiliares de controlo e de sinalização deste grupo, que a Schneider é o seu principal concorrente neste mercado. Este documento indica que «no que diz respeito aos auxiliares, a posição concorrencial tradicionalmente difícil face à Schneider, assim permanecerá a curto/médio prazo devido ao aparecimento de uma nova gama dessa empresa» ([272]). Com efeito, o documento explica que a Baco permanecerá numa «posição defensiva até à saída da nova gama em 2003, face à gama Harmony da Schneider» ([273]). Por último, o documento salienta que a Schneider é «muito agressiva em todos os segmentos de clientes de produtos industriais (distribuição — técnicos de quadros - incorporadores)» ([274]), o que inclui os auxiliares de controlo e de sinalização.

(761) Além disso, um documento interno da Schneider ([275]) indica que a aquisição da empresa Mafelec veio ao encontro da vontade da Schneider de fazer face à Baco no mercado em causa. Assim, este documento indica que o objectivo da Schneider ao realizar esta aquisição consistia, por um lado, em «captar o segmento das máquinas repetitivas» e, por outro lado, «evitar a penetração dos concorrentes provenientes do segmento das máquinas repetitivas nos mercados das máquinas de utilização industrial e das máquinas especiais». Ora, a Baco está presente, juntamente com a Omron, como especialista no mercado das máquinas repetitivas. Aliás, é significativo verificar que o nome Baco está sublinhado em

([269]) Ponto 798 e seguintes.

([270]) Documento interno da Schneider fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 10 de Julho de 2001. Acta do Comité de aquisição Schneider de 17 de Outubro de 2001, página 5.

([271]) Plano a Médio Prazo 2001-2005 France Baco. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.

([272]) Página 11.

([273]) Página 9.

([274]) Página 5.

([275]) Acta do Comité de Aquisições de 17 de Outubro de 1997. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.

negrito, contrariamente ao da Omron. A aquisição de Mafelec pela Schneider destinava-se assim a reforçar a sua posição no mercado das máquinas repetitivas, tendo em vista concorrer com a Baco no núcleo do seu mercado e evitar assim que esta empresa atacasse as suas posições nos mercados conexos das máquinas de utilização industrial e das máquinas especiais.

(762) No seu Memorando de Resposta ([276]), as partes contestaram a conclusão segundo a qual a transacção proposta eliminaria o factor essencial da concorrência no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização.

(763) Em primeiro lugar, as partes salientaram que a quota de mercado da Legrand ([0 a 10]* %) é relativamente fraca e próxima das da K&N ([0 a 10]* %) e da Moeller ([0 a 10]* %). Por outro lado, tendo em conta a importância da quota de mercado detida pela Schneider no mercado em causa ([50 a 60]* %), a sua posição seria apenas ligeiramente reforçada na sequência da transacção proposta. Em segundo lugar, as partes explicam que a referência a um documento interno da Baco que qualificava a Schneider como «principal concorrente» é irrelevante na medida em que a Schneider é o líder europeu no mercado causa e que qualquer interveniente deverá fazer referência à Schneider nas suas análises concorrenciais do mercado. Por último, em terceiro lugar, as partes sublinham que a aquisição da Mafelec pela Schneider não tinha por objectivo fazer face à Baco no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização, mas antes penetrar num mercado de nicho em que estava ausente, ou seja, o dos teclados de membranas.

(764) Esta argumentação das partes não resiste a uma análise. A título preliminar, convém salientar que a Legrand é o segundo interveniente, a seguir à Schneider, no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização, apesar da sua quota de mercado ser apenas ligeiramente superior às da K&N e da Moeller. A transacção proposta leva assim à reunião dos dois principais concorrentes no mercado em causa.

(765) Por outro lado, a Baco distingue-se da K&N e da Moeller, por três séries de razões principais.

(766) Em primeiro lugar, a Baco, contrariamente à K&N e à Moeller, realiza a maior parte do seu volume de negócios, no que se refere aos produtos em causa em, França ([277]). Contrariamente aos dois concorrentes acima citados, a manutenção da sua quota de mercado em França constitui assim para a Baco uma exigência essencial, ou mesmo vital, o que a coloca numa relação de concorrência directa específica com a Schneider. Com efeito, a K&N e a Moeller dispõem de posições importantes fora da França. Este país representa apenas uma reduzida parte das suas vendas no que se refere aos produtos em causa ([278]). Assim, em termos de concorrência, não têm os mesmos incentivos que a Baco face à Schneider no mercado francês.

(767) A Baco beneficia igualmente da força do grupo Legrand, no que se refere ao acesso à distribuição em França, vantagem concorrencial de que não dispõem nem a Moeller, nem a K&N, que apenas representam, relativamente a todas as categorias de produtos, uma parte ínfima do volume de negócios dos grossistas estabelecidos em França. Desta forma, um documento interno da Legrand ([279]) indica por diversas ocasiões que o acesso à distribuição constitui um dos pontos fortes da Baco.

(768) Por último, a Baco dispõe de uma marca que goza de uma boa notoriedade no território francês e de uma posição de líder, com uma quota de mercado superior a [10-20 %] no que se refere aos comutadores de cames. Um documento interno da Legrand ([280]) indica, por conseguinte, em diversas ocasiões que a Baco beneficia «de uma legitimidade apoiada na antiguidade, na competência e na experiência». Por conseguinte, a Baco pode apoiar-se nesta posição forte no mercado dos interruptores de cames como uma alavanca para desenvolver as suas vendas de outros produtos da sua gama. Desta forma, um documento interno da Legrand ([281]) indica em diversos locais que as sinergias entre as diferentes categorias de auxiliares de controlo e de sinalização constituem um dos pontos fortes da Baco.

(769) Por todas estas razões, a Baco parece ser o concorrente mais activo e mais perigoso para a Schneider no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização.

(770) Pode extrair-se uma conclusão idêntica da análises dos documentos internos da Schneider. Desta forma, um documento confidencial Schneider ([282]) indica que a segunda prioridade do grupo para o período 2000-2003

([276]) Pontos 801 e seguintes.

([277]) Ver quadro 26 supra e o Memorando de Resposta à comunicação de objecções, ponto 799.

([278]) Ver quadro 26 supra.

([279]) Plano a Médio Prazo 2001-2005 Baco França, pp. 39 e 41. Documento entregue em resposta à pergunta 113 do questionário de 10 de Julho de 2001.

([280]) Plano a Médio Prazo 2001-2005 France Baco, pp. 39, 41 e 43. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 10 de Julho de 2001.

([281]) Plano a Médio Prazo 2001-2005 France Baco, pp. 39, 41 e 43. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.

([282]) Plano de Oferta Produtos-Serviços 2000 Diálogo Electromecânico da Schneider. Anexo 8 fornecido em resposta à pergunta 40 do questionário de 20 de Março de 2001.

é […]*. Ora, a Baco corresponde precisamente a esta dupla qualificação, uma vez que esta empresa realiza a maior parte do seu volume de negócios em França e que está particularmente bem situada num segmento específico do mercado: os comutadores de cames. Desta forma, num outro documento confidencial Schneider ([283]), a Baco é apresentada como um especialista. Deste ponto de vista, e independentemente das motivações que estão na origem da aquisição da Mafelec pela Schneider, a estratégia da Schneider no mercado francês para os anos subsequentes consistia, de facto, em atacar prioritariamente a Baco.

(771) Por todas estas razões, a rivalidade entre a Schneider e a Legrand constituem, na realidade, o factor essencial de concorrência no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização.

C.4.4 ***A organização do mercado não permite o aparecimento de um poder de compra susceptível de contrabalançar o poder da entidade resultante da fusão***

(772) Os fabricantes de auxiliares de comando e de sinalização comercializam os seus produtos através de dois canais principais: os grossistas e a venda directa.

(773) Decorre de um documento interno da Legrand que a Baco realiza [40 a 50]* % das suas vendas de auxiliares de controlo e de sinalização através da distribuição e a Legrand [90 a 100]* % ([284]). Decorre de um documento da Schneider que a Mafelec realiza [50 a 60]* % das suas vendas directamente, enquanto os produtos da Schneider são vendidos a [50 a 60]* % através dos grossistas ([285]).

(774) As partes explicam que os auxiliares de controlo e de sinalização são distribuídos pelos mesmos grossistas que os outros produtos eléctricos abrangidos pela transacção ([286]). A força do novo grupo nos outros mercados franceses de materiais eléctricos (ver supra, nomeadamente o quadro 30) conferir-lhe-á, assim, uma posição privilegiada no canal da venda através dos grossistas.

(775) No que se refere às vendas directas, estas são essencialmente realizadas junto dos fabricantes de máquinas industriais (OEM) e mais marginalmente junto dos fabricantes de quadros e dos instaladores ([287]). Estes consumidores não estarão em condições de contrabalançar a força da Schneider/Legrand no mercado francês por duas séries de razões.

(776) Em primeiro lugar, as partes não forneceram qualquer indicação sobre o facto de um ou alguns destes consumidores representar uma fracção suficientemente importante do mercado para que pudessem ser considerados como um verdadeiro poder de compra. De facto, embora as partes contem entre os seus clientes alguns grandes grupos industriais, a grande maioria deles é constituída por grandes PME especializadas no fabrico de máquinas industriais.

(777) Em segundo lugar, poder-se-ia defender que tais consumidores poderiam, com relativa facilidade, mudar de fornecedores e, portanto, suscitar entre estes uma concorrência mais forte. Partindo do pressuposto de que uma alteração de fornecedor de auxiliares de controlo e sinalização seria na prática fácil de realizar, será conveniente verificar que os principais fabricantes europeus de auxiliares de controlo e sinalização (Moeller e Siemens) estão já presentes no mercado francês, com quotas de mercado particularmente fracas. Tudo indica que estes fabricantes optaram por uma estratégia que consistiu em beneficiar dos preços elevados praticados em França pelas partes (ver supra) em vez de tentar ganhar quotas de mercado face aos dois intervenientes dominantes. Nada indica que, no futuro, estes concorrentes irão alterar a sua estratégia e a sua política de preços para se tornarem verdadeiros concorrentes activos no mercado.

(778) No seu Memorando de Resposta ([288]), as partes alegaram que não existe nenhuma razão para considerar que os clientes directos das partes continuariam a estar ligados à entidade resultante da fusão se esta decidisse aumentar os seus preços de venda. Segundo as partes, a Schneider e a Legrand enfrentam actualmente uma concorrência real e potencial por parte dos concorrentes, cujos produtos estão presentes em França e nos Estados-Membros vizinhos, que será no futuro exercida sobre a nova entidade. Além disso, as partes consideram que nada indica que, no futuro, esses concorrentes não tentarão conquistar quotas de mercado, apesar de actualmente se contentarem em seguir as iniciativas da Schneider. Assim, segundo as partes, a Moeller teria atacado de forma significativa um segmento específico do mercado,

([283]) Acta do Comité de Aquisições de 17 de Outubro de 1997, página 2. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.

([284]) Plano a Médio Prazo 2001-2005 France Baco, página 20. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.

([285]) Acta do Comité de Aquisições de 17 de Outubro de 1997, página 6. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 de Junho de 2001.

([286]) Resposta das partes à pergunta 13 do questionário de 15 de Março de 2001.

([287]) Resposta das partes de 20 Julho de 2001 a um pedido da Comissão de 10 de Julho de 2001.

([288]) Pontos 806 e seguintes.

ou seja, o dos auxiliares de controlo e sinalização destinados às máquinas agrícolas, através de uma baixa dos preços e de uma melhor adequação dos produtos às necessidades dos clientes.

(779) A argumentação desenvolvida supra pelas partes baseia-se implicitamente no princípio de que as barreiras à entrada no mercado em causa seriam fracas e de que os concorrentes das partes poderão exercer no futuro uma concorrência actual ou potencial suficiente que impedirá as partes de lançar aumentos de preços rentáveis. Ora, tal como já foi explicado supra, o mercado dos auxiliares de controlo e sinalização caracteriza-se por fortes barreiras à entrada, em especial o acesso à distribuição e a necessidade de manter uma relação de proximidade com os clientes finais. A existência destas barreiras à entrada, no que se refere ao mercado francês, traduz-se aliás nas reduzidas quotas de mercado da Siemens e da Moeller e no nível elevado dos preços dos produtos em causa, o que aliás não é contestado pelas partes ([289]). Assim, existem factores estruturais que limitam a intensidade da concorrência no mercado dos auxiliares de controlo e de sinalização, independentemente do comportamento dos clientes finais.

(780) O conjunto dos elementos acima expostos apontam todos no sentido da afirmação incluída num documento interno da Legrand ([290]), segundo o qual o mercado em causa é […]*..

C.4.5 ***Conclusão***

(781) A entidade Schneider/Legrand disporá de vantagens substanciais relativamente aos seus concorrentes, que lhe permitirão controlar a concorrência no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização. Assim, o novo grupo estará em condições de aumentar os preços dos seus produtos sem que tal provoque perdas de quotas de mercado que tornariam este aumento não rentável. Com efeito, confrontados com uma situação semelhante, é provável que os concorrentes seguissem o aumento de preços iniciado pelo líder do mercado, em vez de tentar conquistar quotas de mercado. Além disso, seria possível que o novo grupo aumentasse os preços dos produtos vendidos apenas no que se refere a uma parte das suas marcas, por forma a que a fracção da procura que se deslocaria, o faria em proveito das suas outras marcas. Por último, não existe qualquer poder de mercado susceptível de contrabalançar a força da Schneider/Legrand no mercado em causa. A operação notificada conduz, por conseguinte, à criação de uma posição dominante no mercado francês da venda de auxiliares de controlo e sinalização.

([289]) Memorando de resposta à comunicação de objecções, ponto 807.

([290]) Plano a Médio Prazo 2001-2005 France Baco, página 34. Documento fornecido em resposta à pergunta 113 do questionário de 29 Junho de 2001.

D. *CONCLUSÃO GERAL*

(782) Pelas razões atrás expostas, a Comissão chegou à conclusão de que a operação notificada criará uma posição dominante, o que terá como consequência limitar de forma significativa a concorrência efectiva nos seguintes mercados:

— Mercado dos disjuntores em caixa moldada, disjuntores miniatura e armários destinados aos quadros divisionários de distribuição eléctrica na Itália;

— Mercado dos disjuntores miniatura, interruptores diferenciais e caixas destinadas aos quadros terminais de distribuição eléctrica na Dinamarca, em Espanha, Itália e Portugal;

— Mercado dos disjuntores de ligação em França e em Portugal;

— Mercado dos suportes para cabos no Reino Unido;

— Mercado das tomadas e interruptores na Grécia;

— Mercado das aparelhagens estanques em Espanha;

— Mercado dos materiais de fixação e de derivação em França;

— Mercado dos produtos de transformação eléctrica em França;

— Mercado dos auxiliares de controlo e de sinalização em França.

(783) Além disso, pelas razões acima expostas, a Comissão chegou à conclusão de que a operação notificada reforçará uma posição dominante, o que terá como consequência limitar de forma significativa a concorrência efectiva nos mercados seguintes:

— Mercado dos disjuntores em caixa moldada, disjuntores miniatura e armários destinados aos quadros divisionários de distribuição eléctrica em França;

— Mercado dos disjuntores miniatura, interruptores diferenciais e caixas destinadas aos quadros terminais de distribuição eléctrica em França;

— Mercados das tomadas e interruptores em França;

— Mercados das aparelhagens estanques em França;

— Mercado dos sistemas de iluminação de segurança ou dos blocos autónomos de iluminação de segurança em França.

## VI. **MEDIDAS DE CORRECÇÃO**

### A. *ASPECTOS PROCESSUAIS*

(784) Em 14 de Setembro, a parte notificante apresentou à Comissão propostas de compromissos. Estes compromissos (designados «propostas iniciais de compromissos») incidem sobre cada um dos mercados referidos nos pontos 782 e 783 supra. A Comissão procedeu a um inquérito junto das partes e de terceiros para avaliar estas propostas de compromissos.

(785) O inquérito da Comissão invalidou os compromissos apresentados pelas partes em 14 de Setembro. A Comissão deu conhecimento deste facto às partes, que apresentaram em resposta propostas alternativas em 24 de Setembro. Este novo texto de compromissos intitulado «compromissos "segunda fase" da Schneider Electric de 14 de Setembro de 2001, clarificados com soluções alternativas de 24 de Setembro de 2001» (seguidamente designados «propostas alternativas de compromissos»).

(786) Essas propostas alternativas de compromissos deverão ser analisadas no âmbito do ponto 43 da Comunicação sobre as soluções ([291]) Este ponto 43 estabelece condições rigorosas relativamente à admissibilidade dos compromissos, tanto quanto ao fundo (a Comissão deve poder verificar inequivocamente, sem ter de recorrer a uma nova consulta dos intervenientes do mercado, que os compromissos alterados eliminarão os problemas de concorrência identificados), como quanto à forma (os compromissos alterados devem ser apresentados de forma suficientemente atempada para permitir uma consulta dos Estados-Membros).

(787) Tal como será explicado infra, a Comissão considera que a proposta alternativa não preenche as condições expostas no ponto 43 da Comunicação sobre as soluções.

### B. *ANÁLISE*

*O mercado dos quadros divisionários e terminais e suas componentes na Dinamarca, Espanha, França, Itália e Portugal*

As propostas iniciais de compromissos eram insuficientes

(788) As propostas iniciais de compromissos diziam respeito às actividades designadas «Legrand Puissance» (quadros divisionários em França, grupo Legrand), «Bticino Puissance» (quadros divisionários em Itália, grupo Legrand), «Legrand Lexic» (quadros terminais em França, Espanha, Portugal e Dinamarca; grupo Legrand), «Multi 9» (quadros terminais em Itália, grupo Schneider) e a empresa Baco (diferenciais, grupo Legrand). As partes propunham i) transferir designações de gama na Europa, bem como as marcas Sarel e Saip no que se refere à Itália; ii) oferecer uma opção para uma utilização temporária (três anos) respectivamente, da marca Legrand Puissance, da marca Bticino Puissance, da marca Legrand Lexic e da marca Merlin Gerin Modulaire; iii) transferir a unidade de produção dos produtos fundamentais dos quadros divisionários (disjuntores em caixa moldada), para uma unidade de produção de armários para quadros divisionários destinados ao mercado italiano, uma unidade de produção de disjuntores miniatura situada em […]* e uma unidade na região de […]* a criar no que se refere às caixas e outros componentes dos quadros terminais (uma vez que estes últimos não se destinam ao mercado italiano dos quadros terminais); iv) partilhar a utilização de direitos de propriedade intelectual e industrial; e v) oferecer equipas de vendas e contratos comerciais com os grossistas, uma vez que estes direitos de comercialização eram direitos exclusivos nos territórios objecto da comunicação de objecções e não exclusivos no resto da Europa no que se refere às propostas Legrand Puissance, Bticino Puissance e Legrand Lexic.

(789) O inquérito da Comissão revelou que essa proposta suscitava fortes incertezas quanto à autonomia e à capacidade concorrencial das entidades propostas para uma

([291]) Comunicação 2001/C 68/03 da Comissão sobre as soluções passíveis de serem aceites nos termos do Regulamento (CEE) n.º 4064/89 do Conselho e do Regulamento (CE) n.º447/98 da Comissão.

cessão. Estas dúvidas devem-se em grande parte, ao facto de a maioria das entidades propostas para uma cessão não serem anteriormente autónomas.

(790) Em primeiro lugar, o grupo Schneider/Legrand teria conservado, pelo menos em parte, a propriedade e o acesso ao conjunto das tecnologias utilizadas pelas entidades propostas. Esta situação justificar-se-ia sem dúvida na sua opinião devido ao facto de conservar por um lado, as mesmas actividades baseadas nas mesmas tecnologias fora da Europa e, por outro lado, as actividades relacionadas com os quadros terminais e suas componentes sob a marca Bticino na Europa e, por último, as actividades Merlin Gérin fora da Itália. As partes comprometeram-se a não entrar em concorrência com a entidade cedida nos mercados relevantes em causa, oferecendo os mesmos produtos. Contudo, na ausência de qualquer definição da noção de «mesmo produto» teria sido suficiente que a Schneider/Legrand fizessem evoluir a tecnologia inicial da Legrand para poder propor produtos concorrentes aos cedidos. Além disso, a entidade cedida poderia ter de fazer imediatamente face a uma oferta Schneider/Legrand de produtos idênticos nos mercados europeus relativamente aos quais a Comissão não tivesse levantado objecções. Por conseguinte, as actividades cedidas poderiam sofrer um enfraquecimento da sua imagem de marca e a concorrência poderia ser prejudicada pelo fornecimento de «clonos». Essa situação teria posto em risco a viabilidade de uma parte das actividades cedidas.

(791) Por outro lado, o facto do grupo Schneider/Legrand conservar actividades baseadas em produtos idênticos aos cedidos teria provocado problemas importantes, nomeadamente no que se refere à competitividade económica das unidades de produção objecto de uma proposta de cessão.

(792) Por um lado, as partes propunham conservar unidades de produção que fabricam produtos idênticos aos cedidos. Como a produção tinha sido optimizada a nível europeu pela Legrand, tal implicava a reorganização da produção entre as fábricas cedidas e as que continuariam no grupo Schneider/Legrand. Segundo as partes, o custo desta reorganização […]* e teria levado mais de […]*. A esta situação veio juntar-se o projecto de reorganizar as unidades de produção […]* que não fabricam só os produtos visados. Segundo as partes, esta reorganização […]*.

(793) Por outro lado, as unidades de produção cedidas teriam de continuar a fornecer de forma substancial o grupo Schneider/Legrand, para que este pudesse continuar a vender os produtos em causa nos mercados onde tivesse conservado direitos de comercialização (na Europa e fora da Europa). Desta forma, entre [20-60]* % da produção destas unidades teria sido vendida à Schneider/Legrand. A viabilidade destas fábricas estaria assim dependente, em larga medida, das vendas à Schneider/Legrand. Inversamente, o adquirente da entidade proposta teria de continuar a abastecer-se junto das fábricas conservadas pela Schneider/Legrand (nomeadamente uma fábrica situada em Nápoles) até que as linhas de produção fossem transferidas e trocadas entre essas diferentes unidades de produção.

(794) Por último, as partes propunham ceder de forma independente a empresa Baco, que possui uma unidade de produção que deveria fornecer interruptores diferenciais ao adquirente das actividades Legrand Puissance-Bticino Puissance-Legrand Lexic e conceder-lhe componentes para que uma das fábricas cedidas pudesse continuar a produzir disjuntores diferenciais. A realização dos compromissos, quanto a este ponto, dependia assim da boa vontade de um terceiro.

(795) Quanto à proposta relativa à Itália no que se refere aos quadros terminais, os terceiros interrogados expressaram, na sua grande maioria, sérias dúvidas sobre a qualidade intrínseca desta proposta. Em primeiro lugar, é obvio, que com excepção das marcas Sarel e Saip, este compromisso ficava muito aquém da proposta, ainda insuficiente, relativa aos outros mercados de quadros supra descritos. Esta proposta suscitava consequentemente as mesmas dúvidas que as anteriormente expostas, com problemas suplementares.

(796) Desta forma, deverá salientar-se que a Schneider/Legrand continuaria a estar presente, sob a marca Merlin Gerin, nos mercados dos quadros divisionários em Itália. Para além da confusão da imagem de marca e da necessidade de coordenar as abordagens de *marketing* em mercados extremamente próximos, os quadros divisionários representam 78 % das vendas dos produtos da gama Multi 9. Uma vez que a venda destes produtos (disjuntores miniatura) depende comercialmente da venda de caixas moldadas (que continuam controladas pela Merlin Gerin), uma parte preponderante das vendas do adquirente estaria assim inteiramente dependente do grupo Schneider/Legrand.

(797) Os problemas suplementares dizem igualmente respeito à não cessão de capacidade de produção e à não cessão de direitos de propriedade intelectual e industrial. A Schneider teria continuado a comercializar, fora da Itá-

lia, produtos idênticos sob a marca Merlin Gerin e a designação de gama Multi 9 e teria total liberdade para fazer evoluir estes produtos como entendesse, sem ter em conta as necessidades específicas do adquirente. Além disso, o âmbito da cláusula de não concorrência não excluía claramente uma eventual evolução posterior dos produtos cedidos, o que poderia ter permitido uma reentrada mais rápida no mercado. Desta situação resultaria que o adquirente teria sido, de alguma forma, um revendedor dos produtos Schneider relativamente aos quais não teria qualquer controlo de produção ou a nível tecnológico. Se desejasse instalar-se de forma duradoura e independente no mercado, o adquirente teria, por conseguinte, que produzir os seus próprios quadros. Uma vez que as barreiras à entrada são demasiado elevadas, só poderia tratar-se de um interveniente já presente no mercado. Um tal interveniente teria num curto espaço de tempo de, proceder i) a uma alteração da marca; ii) realizar um ajustamento das capacidades de produção destinadas ao mercado italiano; iii) persuadir o mercado de que a alteração de marca e de tecnologia não punha em causa a fiabilidade e a qualidade dos seus produtos.

(798) Além disso, as propostas relativas à Sarel e à Saip suscitavam problemas específicos. A marca Sarel, que comercializa na realidade os produtos Multi 9, teria sido objecto de uma partilha entre o adquirente destas actividades, o adquirente da actividade «tomadas e interruptores» em França e a Schneider/Legrand, no que se refere às actividades de armários universais (ver infra). Esta situação teria criado uma incerteza sobre o valor desta marca. Por seu turno, no âmbito dos quadros terminais, a marca Saip apenas existe no que se refere às caixas. Por outro lado, afigura-se que a marca Saip é utilizada noutros mercados de produtos de baixa tensão em Itália. As partes propunham ceder maquinaria de produção sem no entanto ceder uma fábrica. Esta situação teria vindo acrescentar novas incertezas relacionadas com a necessidade de reproduzir uma unidade de produção.

(799) A nível do acesso ao mercado, a proposta inicial das partes acumulava incertezas.

(800) Em primeiro lugar, enquanto no seu conjunto, os mercados em causa apresentam uma fidelidade importante às marcas, a proposta de soluções não incluía uma cessão de marca mas antes a cessão de designações de gama, com a possibilidade de fazer figurar durante um período limitado a marca Legrand nos produtos vendidos. O adquirente destas actividades teria, assim, não só de ultrapassar a incerteza técnica (com o tempo e os custos que lhes estão associados) para alterar o aparelho industrial cedido, mas também de assumir os custos substanciais da mudança da marca dos seus produtos, procurando simultaneamente tranquilizar o mercado quanto ao facto de que todas estas alterações simultâneas não afectariam a qualidade e a fiabilidade da sua oferta. O inquérito da Comissão confirmou o inconveniente de não beneficiar, desde o início, de uma marca própria e revelou que o adquirente teria necessidade de um longo período (da ordem dos 7 anos) para realizar com êxito a substituição da marca proposta. Paralelamente, o inquérito da Comissão revela que um adquirente deveria estar protegido através de cláusulas de não reentrada nos mercados em causa, sob a marca inicial, durante um período superior a 10 anos.

(801) Seguidamente, a proposta das partes era afectada pela integração central de certas funções (como a venda, o *marketing* e a logística) no âmbito do grupo Legrand. A proposta inicial de compromisso não incidia, assim, sobre as funções de *marketing* e de logística e incluía um número muito reduzido de equipas de vendas […]*. Não existia uma proposta precisa no que se refere às equipas de vendas da Legrand Lexic fora de França. Estes efectivos incluíam pessoas «dedicadas» e pessoas parcialmente encarregadas de tais vendas. Os critérios de selecção não estavam definidos. Uma vez que esta proposta não abrangia todos os vendedores, a Legrand e a Schneider teriam conservado uma ligação com os clientes. Esta ligação seria ainda mais forte nos mercados onde a Legrand vende igualmente produtos ultra-terminais (tomadas, etc.) e dispõe de posições importantes. Desta forma, a entidade objecto da fusão estaria em condições de redireccionar os seus clientes para a oferta de quadros que permanecia no grupo Schneider/Legrand. No que se refere às funções centrais (e aos sistemas de informação com elas relacionados), o inquérito da Comissão revelou que uma transferência sem estas funções é possível mas que provoca riscos significativos.

(802) Por último, as partes propunham transferir os contratos de venda com os grossistas. O inquérito da Comissão levantou dúvidas quanto à capacidade de os adquirentes beneficiarem de um acesso suficiente aos grossistas (ou seja, em condições equivalentes às que dispunham as entidades cedidas anteriormente). Desta forma, as partes oferecem descontos […]*. Segundo as partes, estes descontos situar-se-iam em [0-10]* %. Não é de forma alguma seguro que um adquirente pudesse estar em condições de imitar tais descontos, uma vez que a sua dimensão relativa teria sido muito inferior à do grupo Schneider/Legrand. Se não pudesse oferecer condições semelhantes, os grossistas poderiam escolher manter as condições de oferta preferenciais que proporcionam já à

Schneider e à Legrand. De notar que esta situação não provocaria necessariamente a exclusão dos adquirentes, mas seria susceptível de pôr em causa a sua capacidade de estabelecer condições de concorrência equivalentes àquelas de que dispunha a entidade cedida quando estava associada à Schneider ou à Legrand.

(803) Este problema era extremamente grave em França. Com efeito, a Schneider é já dominante nos mercados dos quadros (com posições da ordem dos [40-70]* % nos mercados dos quadros divisionários e da ordem dos [40-70]* % nos mercados dos quadros terminais) e a Legrand é já dominante na maior parte dos outros mercados de materiais de baixa tensão (dispondo, por exemplo, de [70-100]* % no mercado das tomadas e interruptores). Tal como foi explicado na comunicação de objecções (de realçar que as partes não contestaram esta conclusão), a combinação destas duas empresas conduz a uma posição preponderante face aos grossistas (entre [30-60]* % das compras totais dos grossistas) em França. É um facto que os compromissos propostos teriam um impacto negativo sobre esta posição combinada face aos grossistas. Contudo, a nova entidade continuaria dominante na maior parte dos mercados em causa e teria conservado a sua posição preponderante. Sendo um parceiro incontornável dos grossistas, o grupo Schneider/ /Legrand estaria assim em condições de controlar o acesso aos grossistas do adquirente das actividades Legrand Puissance-Bticino Puissance-Legrand Lexic, garantindo, por exemplo, que este acesso não lhe permita exercer uma pressão concorrencial activa equivalente à que a Legrand exercia anteriormente.

(804) Em conclusão, no que se refere às propostas de compromissos que incidem sobre o mercado dos mercados divisionários e suas componentes em França e em Itália e os mercados dos quadros terminais e suas componentes na Dinamarca, Espanha, França, Itália e Portugal, a proposta das partes assemelhava-se a uma mistura de actividades resultantes de cortes incertos do seu grupo de origem, cuja capacidade de existir de forma autónoma e enquanto força concorrencial capaz de restabelecer as condições de concorrência iniciais suscitava sérias dúvidas.

As propostas alternativas de compromissos apresentadas em 24 de Setembro

(805) Em resposta às sérias dúvidas emitidas pela Comissão quanto ao efeito dos compromissos iniciais, a parte notificante propôs ceder […]*. Esta proposta é acompanhada da cessão temporária da marca […]* em toda a Europa e da venda de uma unidade de produção suplementar […]* e de transferências suplementares de unidades de produção […]*. Por outras palavras, as partes propõem ceder […]*.

(806) Esta proposta tem o mérito de suprimir de forma clara […]* a sobreposição de actividades no conjunto dos mercados relativamente aos quais a operação notificada conduz à criação ou ao reforço de posições dominantes. Contudo, não elimina um certo número de dúvidas e de riscos relacionados com a ausência do carácter autónomo e de pleno exercício da entidade proposta.

(807) Em primeiro lugar, esta proposta alternativa suscita as mesmas questões relativas ao carácter exaustivo e de separação do […]* que as propostas iniciais. Tal como referido supra, algumas funções centrais (*marketing*, apoio comercial, relações com os distribuidores, logística, etc.) não seriam transmitidas na sua integralidade. Além disso, tal como foi referido supra relativamente à proposta inicial, a proposta alternativa não abrange todas as equipas de vendas em causa e subsistem os problemas relacionados com a partilha da marca.

(808) Seguidamente, a proposta alternativa impõe transferências de actividades entre fábricas. Por exemplo, […]*. Da mesma forma, as linhas de produção […]* seriam transferidas para a unidade de produção de […]*. Por último, tal como anteriormente, […]* ficariam agrupados […]* numa ou duas unidades. Estas transferências suscitam dúvidas quanto à continuidade das operações em questão, por um lado devido às incertezas industriais inerentes a tais transferências e, por outro, devido às perdas de saber-fazer […]*. Acresce que a Comissão não está em condições de avaliar se as unidades receptoras podem acolher de forma competitiva (espaço disponível, custos de produção, disponibilidade de fornecimentos, etc.) as novas actividades em causa.

(809) Por último, a proposta alternativa restringe-se à Europa, enquanto as instalações industriais em causa realizam uma parte […]* do seu volume de negócios com exportações fora da Europa. Segundo as soluções propostas, estas vendas fora da Europa continuarão a ser realizadas pelo grupo Schneider/Legrand. As partes chamaram assim a atenção da Comissão para o facto de que, relativamente a um montante de vendas totais de [300-500]* milhões de euros, a entidade proposta realiza actualmente um volume de negócios de [50-250]* milhões de euros fora da Europa. Tal implica que o conjunto das

unidades de produção propostas para uma cessão continuaria a fornecer o grupo Schneider/Legrand relativamente, em média, a um quarto da sua produção actual. Esta dependência é por exemplo particularmente flagrante no que se refere à fábrica de […]* com mais de [40-70]* % da sua produção vendida fora da Europa. Para resolver este problema, as partes propõem […]*. Tanto num caso como noutro, tal teria por efeito restringir imediatamente ou a prazo a produção das unidades em causa e assim aumentar os seus custos unitários. Um tal aumento dos custos unitários prejudicaria a sua competitividade em termos de margens. Os efeitos de uma perda de competitividade das unidades de produção da entidade cedida não seriam semelhantes em todos os países. Desta forma, nos mercados franceses em que a Schneider é já dominante, o impacto seria grave, enquanto nos mercados italianos dos quadros terminais a dimensão das quotas de mercado objecto da cessão poderia absorver essa perda de competitividade.

(810) Para além dos problemas já referidos, a proposta alternativa não resolve as dificuldades identificadas de acesso ao mercado, nomeadamente em França. As condições de acesso ao mercado de que beneficiava a Legrand antes da operação não estavam só relacionadas com a sua posição nos quadros (relativamente modesta comparativamente com a Schneider, sobretudo no que se refere aos quadros divisionários), mas também à sua força considerável nos mercados das aparelhagens ultra-terminais (tomadas, interruptores, etc.). O inquérito da Comissão concluiu que nenhum outro operador no mercado está em condições de oferecer aos grossistas condições comparáveis às da Legrand (dominante nos equipamentos situados a jusante do quadro de distribuição terminal) e da Schneider (dominante nos quadros). Segue-se que o adquirente da actividade não teria podido beneficiar das condições concedidas pelos grossistas […]* para os produtos em causa, o que (de acordo com o inquérito da Comissão) teria podido afectar significativamente a sua competitividade. Este risco seria tanto mais grave quanto após a realização da concentração o adquirente teria de fazer face a uma entidade que combinava as forças da Schneider e da Legrand.

(811) Em França, a Comissão concluiu que a operação levaria a um reforço de posição dominante da Schneider nos mercados dos quadros divisionários e terminais. Tal como foi analisado supra nas partes relativas à análise concorrencial da transacção proposta, este reforço resultava nomeadamente de dois factores: a adição das quotas de mercado da Legrand às da Schneider (esta adição seria eliminada no âmbito da proposta alternativa) e o reforço da posição da Schneider face aos distribuidores de equipamentos eléctricos decorrente da adição das vendas e da posição preponderante da Legrand no sector dos equipamentos situados a jusante do quadro de distribuição terminal. Tal como exposto supra, o adquirente da actividade proposta não estaria de forma alguma em condições de poder reproduzir a pressão concorrencial que exercia a Legrand sobre a Schneider (forçosamente, face à nova entidade combinada Schneider/Legrand). Nestas condições, os compromissos propostos não eliminam os efeitos anti-concorrenciais da operação nos mercados.

(812) Para concluir, a proposta alternativa da parte notificante não elimina todos os riscos suscitados pela proposta inicial (alguns destes riscos podem, por si só, pôr em causa o carácter efectivo da solução) e não resolve as objecções apresentadas relativas aos mercados dos quadros e suas componentes em França. De qualquer forma, esta proposta não permite que a Comissão se pronuncie sobre a sua admissibilidade sem um novo inquérito (excluído nesta fase do processo).

*Os mercados francês e português dos disjuntores de ligação*

(813) A proposta de compromisso inicial consiste em ceder a totalidade da empresa Baco, incluindo a totalidade dos seus activos corpóreos e incorpóreos, o pessoal e os contratos de venda. A Baco desenvolve também actividades nos domínios dos interruptores diferenciais e dos auxiliares de controlo. Os seus produtos são comercializados sob as marcas Baco e Legrand. A produção é realizada numa fábrica situada em Estrasburgo.

(814) O compromisso proposto suprime a sobreposição concorrencial com o grupo Schneider nos mercados dos disjuntores de ligação. Além disso, a Baco é uma empresa de pleno exercício, cujo funcionamento parece autónomo. Todavia, tal como foi referido supra, uma parte da produção da Baco está interdependente das outras actividades da Legrand no domínio dos quadros. Em especial, afigura-se que um quarto do volume de negócios da Baco resulta de subcontratação para o resto do grupo Legrand. O inquérito da Comissão revelou,

por conseguinte, que a venda da Baco deveria ser associada à das actividades de quadros da Legrand. Indicou também que, mediante esta reserva, a proposta das partes permitia resolver as dificuldades concorrenciais nos mercados francês e português dos disjuntores de ligação.

(815) A proposta alternativa das partes propõe cortar os fornecimentos da Baco para o resto da Legrand em […]* e deixa aberta a possibilidade de uma cessão ligada à […]*. Contudo, a proposta de venda da Baco deve ser associada à venda das outras actividades de quadros e, por este motivo, esta proposta não é aceitável enquanto tal.

*O mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização*

(816) A proposta de compromisso consiste em ceder a Baco. O compromisso proposto suprime a sobreposição concorrencial com o grupo Schneider no mercado francês dos auxiliares de controlo e de sinalização. Os comentários supra, apresentados relativamente à Baco, continuam válidos.

*O mercado francês das tomadas e interruptores*

Os compromissos propostos inicialmente eram insuficientes

(817) A proposta de compromissos inicial consistia em ceder as empresas Alombard e Scanelec, ambas filiais do grupo Schneider. A Alombard está especializada no fabrico de tomadas e interruptores, mas desenvolve igualmente actividades no mercado dos materiais de fixação e de derivação. A Alombard dispõe das suas próprias instalações de produção e de I&D em Orléans. A proposta de compromisso incidia sobre a totalidade dos activos corpóreos e incorpóreos da Alombard. A actividade da Scanelec consiste na comercialização dos equipamentos situados a jusante do quadro de distribuição terminal junto das grandes superfícies. A proposta de compromisso incidia sobre a totalidade dos activos corpóreos e incorpóreos da Scanelec.

(818) O inquérito da Comissão revela que esta proposta não seria susceptível de restabelecer uma concorrência efectiva nos mercados em causa.

(819) Em primeiro lugar, afigura-se que, entre as gamas oferecidas pela Alombard, o mercado considera que as gamas próprias desta empresa são obsoletas. As outras gamas foram desenvolvidas por outras entidades do grupo Schneider (que não serão transferidas).

(820) Além disso, estas propostas de cessão suscitavam problemas importantes de autonomia das duas entidades em causa, devido à sua actual integração no grupo Schneider. A Alombard abastece-se, no que se refere à maior parte das suas componentes, junto de outras empresas do grupo Schneider. A não ser que permanecesse dependente da Schneider/Legrand, um adquirente teria assim de lançar novas linhas de produtos para integrar a Alombard, o que levaria entre um e dois anos e necessitaria de investimentos importantes. Além disso, as equipas de vendas e um certo número de funções centrais da Alombard são […]*. Um adquirente, teria assim também de restabelecer as equipas de vendas e substituir as suas funções centrais.

(821) A Scanelec abastece-se exclusivamente junto do grupo Schneider, oferece produtos sob as marcas da Schneider e […]* do seu pessoal é contratado pela Schneider. Será difícil imaginar que esta empresa pudesse sobreviver sem estar associada ao grupo Schneider durante um período substancial. Ora, a venda da Scanelec é indissociável da venda da Alombard, uma vez que representam cada uma [10-30]* % da actividade da outra. O inquérito da Comissão confirmou esta análise.

(822) Por último, afigura-se que a Alombard e a Scanelec apenas representam uma reduzida quota do mercado francês das tomadas e interruptores (cerca de [0-10]* %), contra cerca de [80-100]* % no que se refere à entidade resultante da fusão. Face à posição preponderante da Schneider/Legrand relativamente aos grossistas franceses no conjunto dos mercados de produtos eléctricos de baixa tensão, seria muito improvável que a entidade cedida estivesse em condições de exercer uma pressão concorrencial comparável à que era exercida pelo grupo Schneider (uma vez que este último podia apoiar-se sobre a sua força a nível dos quadros eléctricos para encorajar os grossistas a vender as suas tomadas).

(823) Em conclusão, a proposta de compromisso relativa a uma cessão da Scanelec e da Alombard não seria susceptível de restabelecer as condições de concorrência iniciais.

As propostas alternativas de compromissos apresentadas em 24 de Setembro 2001

(824) Os compromissos alternativos consistem […]*. Segundo indicações fornecidas à Comissão […]*.

(825) A proposta alternativa teria assim por efeito eliminar mais do que a sobreposição concorrencial existente entre a Schneider e a Legrand. Todavia, suscita duas questões importantes.

(826) Em primeiro lugar, coloca-se a questão da competitividade […]*. Em especial, afigura-se que […]* realiza uma parte significativa (20-30 %) do seu volume de negócios no domínio dos fornecimentos de componentes a outras filiais […]*. As partes propõem separar esta actividade do fornecimento antes do desinvestimento […]*, mas subsistem dúvidas no que se refere ao impacto desta separação sobre a rendibilidade […]* e sobre a competitividade da sua oferta. Uma análise precisa destes pontos exigiria um novo inquérito.

(827) Além disso, antes da operação, a Legrand ocupava uma posição dominante no mercado francês das tomadas e interruptores (com uma quota total de [80-90]* % […]*). O seu principal concorrente era a Alombard ([0-10]* %), que beneficiava de uma associação ao grupo Schneider (tanto em termos de produtos, através da Lexel, como em termos de acesso aos grossistas). Após a operação e a realização do compromisso, a situação será […]*. Afigura-se improvável que a nova entidade esteja em condições de conservar estas quotas de mercado. Em primeiro lugar, a Schneider tinha como objectivo, nos seus documentos internos, uma quota de mercado da ordem dos [10-20]* % no que se refere a […]*. O efeito sobre a concentração consiste em suprimir esta dinâmica. Seguidamente, o grupo Schneider/Legrand poderá exercer o mesmo efeito de diferenciação de marcas […]* que exercia anteriormente no mercado e restringir […]*. Desta forma, tendo em conta a importância da posição dominante da Legrand antes da operação, o facto de a entidade objecto da fusão continuar a beneficiar de duas marcas principais (Legrand e […]*) e o carácter incontornável da nova entidade face aos grossistas, o que importa é saber se a cessão […]* permite restabelecer uma situação comparável à existente antes da operação.

(828) A Comissão considera que […]*, tal não acontecerá. Por um lado, tal como foi referido no que se refere aos quadros terminais, não é certo que o adquirente pudesse beneficiar de condições de acesso aos distribuidores comparáveis àquelas de que beneficiava […]*. Este fenómeno seria tanto mais importante quanto, após a realização da operação, as forças da Legrand virão juntar-se às da Schneider. Esta situação poderia afectar significativamente a força concorrencial que podia exercer […]* após a operação. Por outro lado, […]* encontrar-se-á face à entidade resultante da fusão, que disporá de uma gama de produtos de aparelhagem pelo menos comparável à sua e que beneficiará da combinação de duas marcas (Legrand e […]*). Esta situação poderia permitir que a entidade objecto da fusão iniciasse acções específicas contra […]*.

(829) Em conclusão, a Comissão tem sérias dúvidas quanto à capacidade da proposta alternativa para reproduzir a pressão concorrencial existente antes da operação e eliminar os efeitos anticoncorrenciais da operação no mercado. De qualquer forma, a Comissão não pode aceitar esta nova proposta sem um novo inquérito (excluído nesta fase do processo).

*O mercado grego das tomadas e interruptores*

Os compromissos inicialmente propostos eram insuficientes

(830) A proposta de compromissos inicial consistia em transferir para a Alombard (ver pontos anteriores) o contrato de distribuição exclusiva concluído pela Elko, filial do grupo Schneider, com a empresa grega terceira […]*, no que se refere à importação de tomadas e interruptores para a Grécia.

(831) O inquérito da Comissão revela que a viabilidade real desta transferência é incerta tanto a nível jurídico como a nível técnico e comercial. Com efeito, a calibragem das tomadas e interruptores utilizadas na Grécia (schuko) é diferente da utilizada em França (franco-belga), onde a Alombard realiza a quase totalidade das suas vendas. Além disso, a marca Alombard é actualmente desconhecida na Grécia e os terceiros interrogados expressaram vivas inquietações quanto à sua capacidade de restabelecer a concorrência anteriormente proporcionada pela Elko. Por último, nada indica que o importador grego esteja de acordo com uma tal retoma.

As propostas alternativas de compromissos apresentadas em 24 de Setembro 2001

(832) A proposta alternativa consiste em […]* e em dar a possibilidade a […]*de empregar a marca […]* na Grécia. Todavia, esta proposta suscita as mesmas incertezas que a oferta inicial. Nomeadamente, […]*. Não é de modo algum certo que o adquirente […]* deseje investir numa linha de produção de tomadas Schuko para a qual apenas lhe poderia ser proposto um mercado modesto (na Grécia).

(833) Desta forma, a Comissão considera que estes compromissos não resolvem as dificuldades concorrenciais identificadas no mercado grego das tomadas e interruptores. De qualquer forma, a Comissão não pode aceitar esta nova proposta sem um novo inquérito (excluído nesta fase do processo).

*O mercado francês das aparelhagens estanques*

(834) A proposta de compromisso consiste em ceder a actividade «produtos de instalação» da Sarel. A Sarel dispõe de uma actividade de produção de invólucros para automatismos industriais e de uma actividade de fabrico de produtos «de instalação» (tomadas e interruptores estanques e material de fixação e de derivação). […]*.

(835) A proposta de compromisso prevê a cessão de todos os activos corpóreos e incorpóreos da Sarel relacionados com a actividade «produtos de instalação» da Sarel, bem como a cessão da marca «Sarel» no que se refere a esta categoria de produtos. Deverá realçar-se que a entidade resultante da fusão conservará as actividades de invólucros da Sarel e a propriedade de uma marca «Sarel Enveloppes».

(836) A parte «produtos de instalação» da Sarel representa […]* do volume de negócios da Schneider no mercado francês das aparelhagens estanques. A proposta de compromisso resolve assim, totalmente, a sobreposição concorrencial neste mercado.

(837) O inquérito da Comissão forneceu resultados pouco claros quanto à partilha da marca Sarel e ao corte desta actividade (separação das unidades de produção e, na generalidade, das actividades de caixas universais, que permanecem na Schneider, e da aparelhagem, que é transferida). De qualquer forma, esta proposta suscita as mesmas dificuldades que as relativas aos quadros em França ou às tomadas e interruptores, quanto à capacidade do adquirente para restabelecer as condições de concorrência anteriores.

*O mercado espanhol das aparelhagens estanques*

(838) A proposta de compromisso (que não foi alterada) consiste em ceder à actividade «produtos de instalação» fabricados pela Sarel (que será igualmente cedida — ver supra) a marca Estanca 55, utilizada em Espanha pela Eunea Merlin Gerin, filial da Schneider, para comercializar as aparelhagens estanques. Será também conveniente notar que a Eunéa Merlin Gerin representa a totalidade da actividade da Schneider no mercado em causa.

(839) A proposta de compromisso apenas abrange o fabrico dos produtos e a designação de gama específica (Estanca 55) sob a qual os produtos são vendidos em Espanha. Em contrapartida, não abrange nem a cessão do *goodwill* (equipas de vendas não definidas e que não parecem […]*) nem a marca geral (Eunea Merlin Gerin), que poderá assim ser novamente utilizada pela entidade resultante da fusão para comercializar uma nova oferta de produtos de origem Legrand. O inquérito revela claramente que, sem a associação a um grupo que disponha de um peso comparável ao da Schneider em Espanha, esta gama de produtos não estará em condições de obter um acesso competitivo à distribuição.

*O mercado francês dos materiais de derivação e de fixação*

(840) A proposta de compromisso consiste em ceder separadamente […]* e a actividade «produtos de instalação» da Sarel. Estas cessões suprimem totalmente a sobreposição concorrencial no mercado francês dos materiais de derivação e de fixação, no qual a Legrand dispunha de uma posição dominante. Esta proposta de compromisso não suscita outros comentários para além dos apresentados supra no que se refere ao mercado francês das tomadas e interruptores.

*O mercado francês da iluminação de segurança*

(841) A proposta de compromisso consiste em ceder a actividade de iluminação de segurança da Schneider à entidade que retomará as actividades «produtos de instalação» da Sarel (que é objecto de uma proposta de com-

promisso — ver supra). É necessário notar que a Schneider não dispõe de qualquer unidade de produção para este tipo de produtos, mas que os adquire junto de um terceiro. O contrato de fornecimento seria igualmente transferido para o adquirente. Os produtos de iluminação de segurança são comercializados pela Schneider sob a marca Merlin Gerin. Actualmente, a marca Sarel não é utilizada para comercializar este tipo de produtos.

(842) Por outro lado, as partes propõem ceder o *goodwill* Lumatic, incluindo a marca Lumatic, ao adquirente da actividade «produtos de instalação» da Sarel. A Lumatic era uma empresa independente, que comercializava os seus produtos sob esta marca, e que faz agora parte de uma filial da Legrand, a URA/Lumatic, especializada na iluminação de segurança. A supressão, durante 2001, da marca Lumatic, em benefício da marca URA, foi contudo decidida pelo grupo Legrand já em 2000.

(843) O inquérito relativo à proposta inicial revela que a substituição da marca Merlin Gerin pelas marcas Sarel (inexistente neste mercado) e/ou Lumatic (em vias de desaparecimento) não permite restabelecer as condições de concorrência iniciais neste mercado (em que a Legrand detém uma posição dominante, com uma quota de mercado superior a [40-60]* %).

(844) Nas propostas alternativas de compromissos, a parte notificante propõe confiar […]* a tarefa de comercializar os blocos autónomos de iluminação de segurança actualmente vendidos pela Merlin Gerin. […]*, a Comissão tem sérias dúvidas quanto a esta proposta. Com efeito, as questões de acesso à distribuição e de capacidade para restabelecer condições de concorrência efectivas são idênticas às expostas no que se refere aos outros mercados da aparelhagem e dos quadros em França. Além disso, uma solução desta natureza não forneceria nenhuma garantia quanto aos incentivos do adquirente […]* para desenvolver a concorrência no mercado em causa. De qualquer forma, a Comissão não está em condições de aceitar esta proposta sem um novo inquérito (excluído nesta fase do processo).

*O mercado francês dos transformadores de baixa tensão*

(845) A proposta de compromisso inclui uma alternativa. Em primeiro lugar, as partes propõem transferir o *goodwill* da actividade de transformadores de baixa tensão da Schneider para o seu fornecedor actual, a Murelektronic. Convém salientar que a Schneider comercializa estes produtos sob a marca Télémécanique. O compromisso proposto consiste, assim, em manter os produtos da Murelektronic que fazem já parte do catálogo comercial da Télémécanique, comercializando-os sob a marca Murelektronic.

(846) Em alternativa, a parte notificante propõe transferir, para o Baco, o contrato de fornecimento que vincula a Schneider à Murelektronic (que é objecto de uma proposta de compromisso — ver supra).

(847) O aumento do poder de mercado não poderá ser eliminado através da primeira parte desta alternativa. Inversamente, se a transferência, para a Baco, do contrato de distribuição tem a vantagem de eliminar o aumento das quotas de mercado, impõe não obstante o lançamento de uma nova marca, o que suscita incertezas quanto à viabilidade e à capacidade concorrencial dos compromissos propostos. Da mesma forma, será conveniente questionar a capacidade da Murelektronik para agir independentemente da Schneider, que comercializa a maior parte da sua oferta, sabendo que, tal como as partes admitem, esta empresa desapareceria se a Schneider deixasse de a distribuir. Além disso, uma solução deste tipo não forneceria qualquer garantia quanto aos incentivos do adquirente da Baco para desenvolver a concorrência no mercado em causa.

*O mercado britânico de suportes para cabos*

(848) A proposta de compromisso consiste, no âmbito da rescisão do contrato de venda de fornecimento dos produtos Cablofil da Métal Déployé à Mita, em transferir para a empresa Métal Déployé, o *goodwill* e as equipas de vendas da MITA, filial da Schneider, afectadas à venda destes produtos. Além disso, a parte notificante compromete-se a não retomar a comercialização desta categoria de produtos durante um prazo de 5 anos. De notar que a venda dos produtos Cablofil representa cerca de [50-70]* % do volume de negócios da Schneider no mercado em causa.

(849) Tendo em conta as posições normalmente moderadas da Schneider e da Legrand no Reino Unido, é provável que uma redução da quota de mercado consequente, acompanhada de uma cláusula de não concorrência, possa resolver o problema de concorrência.

C. *CONCLUSÃO*

(850) O inquérito demonstrou claramente o carácter insuficiente da proposta inicial, tanto no que se refere aos aspectos de autonomia e de pleno exercício das entidades propostas, como no que se refere aos riscos que incidem sobre o acesso ao mercado das entidades objecto de cessão. As propostas alternativas de compromissos das partes apenas resolvem de forma parcial os riscos suscitados pela proposta inicial. Por conseguinte, não podem ser aceites tal como foram propostas. Com efeito, as propostas alternativas de compromissos i) continuam a ser claramente insuficientes em determinados mercados, como as tomadas e interruptores na Grécia, as tomadas estanques em Espanha, os transformadores de baixa tensão em França e a iluminação de segurança ou blocos autónomos de iluminação de segurança em França; ii) suscitam um número significativo de sérias dúvidas quanto à viabilidade das entidades objecto da cessão; e iii) deixam subsistir sérias dúvidas quanto à capacidade de as entidades manterem a sua posição actual e restabelecerem condições de concorrência efectiva nos mercados em causa. Estes dois últimos pontos são aplicáveis ao conjunto dos mercados em causa, excepto no que se refere ao mercado da venda de suportes para cabos no Reino Unido. Além disso, no que se refere aos novos compromissos incluídos nas propostas alternativas de compromissos (como, nomeadamente, os relativos aos quadros e às tomadas e interruptores normais), a Comissão não pode, de qualquer forma, aceitar esta proposta sem um novo inquérito, o que é excluído nos termos do n.º 43 da Comunicação da Comissão sobre as soluções.

VII. **CONCLUSÃO GERAL**

(851) Pelas razões atrás expostas, a concentração notificada levará à criação ou ao reforço de posições dominantes de que resultará uma restrição significativa da concorrência efectiva. Os compromissos propostos não permitem à Comissão concluir que tornarão a concentração compatível com o mercado comum e com o funcionamento do Acordo EEE. A Comissão conclui, por conseguinte, que a concentração notificada é incompatível com o mercado comum e com o funcionamento do Acordo EEE,

ADOPTOU A PRESENTE DECISÃO:

*Artigo 1.º*

A concentração notificada à Comissão pela Schneider em 16 de Fevereiro de 2001, que lhe permitiria adquirir o controlo exclusivo da Legrand, é declarada incompatível com o mercado comum e com o funcionamento do Acordo EEE.

*Artigo 2.º*

É destinatária da presente decisão:

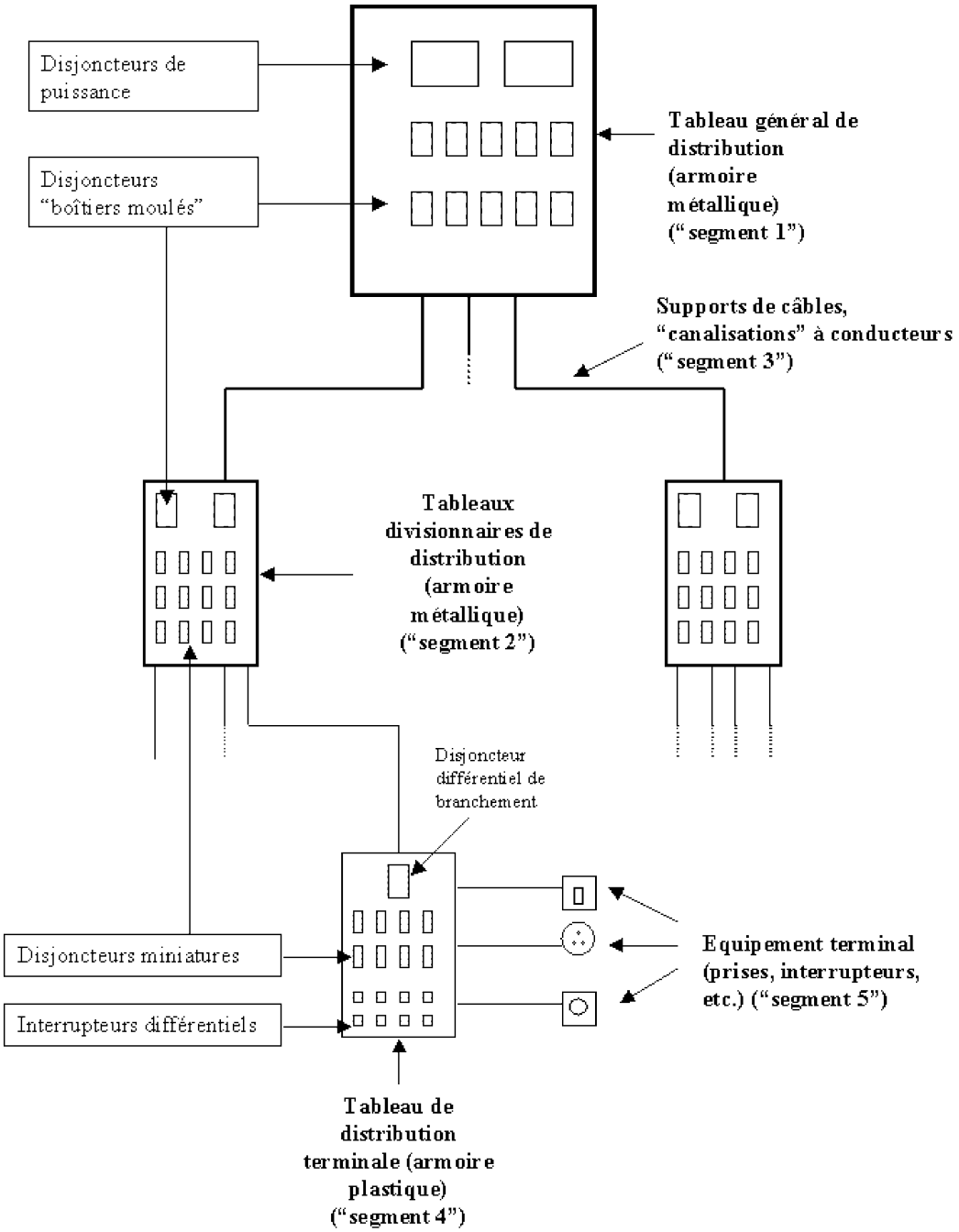
SCHNEIDER ELECTRIC S.A.
43-45, boulevard Franklin Roosevelt
F-92500 Rueil-Malmaison

Feito em Bruxelas, em 10 de Outubro de 2001.

*Pela Comissão*
Mario MONTI
*Membro da Comissão*

*ANEXO 1*

**ESQUEMA GERAL: EQUIPAMENTOS DE DISTRIBUIÇÃO ELÉCTRICA**



*ANEXO 2*

**MARCAS DETIDAS PELAS PARTES**

| SCHNEIDER | | LEGRAND | |
|---|---|---|---|
| Marca | Territórios | Marca | Territórios |
| Alombard | F | Arnould | F |
| Boige&Vignal | F | Bticino | F-SP-P-D-B-A-F-NL |
| Dalcotech | DK | Legrand | Todos os países |
| Eljo | S | Ortronics | I-UK-F |
| Elko | S-FIN-GR | Planet-Watthom | F-NL-A-DK-S-FIN-D |
| Elso | D-GR | Quintela | SP-P-D-B |
| ESMI | FIN-S-DK-D | Tenby | |
| Eunea | SP-P | Tegui | UK-IR |
| Gardy | F-B | Terraneo | I-SP-P-D-B-A-F-NL |
| JoJo (in GSB) | DK-UK-S-FIN-F (sob a marca Jo) | URA | F-SP-B-S |
| Lexel | S-FIN-DK | Wiremold | UK |
| LK | DK | | |
| May&Steffen | D | | |
| Merlin Gerin | Todos os países | | |
| Mita | UK-B-IR | | |
| Multisignal | S | | |
| Normabarre | F-I | | |
| Sarel | F-I-A-B | | |
| Schyller | Todos os países excepto Luxemburgo | | |
| Square D | UK | | |
| Stago | NL-B | | |
| Strömfors | FIN-D-S-DK | | |
| Télémécanique | Todos os países | | |
| Telesafe | S-D-NL | | |
| Thorsman | S-FIN-DK-UK-IR-D-NL-B | | |
| Wibe | S-FIN-DK-UK-B-A-P | | |