

Suomenkielinen laitos

Lainsäädäntö

Sisältö

I Säädökset, jotka on julkaistava

.....

II Säädökset, joita ei tarvitse julkaista

Komissio

2004/275/EY:

- ★ **Komission päätös, tehty 10 päivänä lokakuuta 2001, keskittymän julistamisesta yhteismarkkinoille soveltumattomaksi — neuvoston asetus (ETY) N:o 4064/89 (Asia COMP/M.2283 — Schneider/Legrand) (tiedoksiannettu numerolla K(2001) 3014) ⁽¹⁾** 1

2004/276/EY:

- ★ **Komission päätös, tehty 30 päivänä tammikuuta 2002, yritysten erottamisesta toisistaan neuvoston asetuksen (ETY) N:o 4064/89 8 artiklan 4 kohdan nojalla (Asia COMP/M.2283 — Schneider/Legrand) (tiedoksiannettu numerolla K(2002) 360) ⁽¹⁾**..... 134

Hinta: 26 EUR

⁽¹⁾ ETA:n kannalta merkityksellinen teksti

FI

Säädökset, joiden otsikot on painettu laihalla kirjasintyyppillä, ovat maatalouspolitiikan alaan kuuluvia juoksevien asioiden hoitoon liittyviä säädöksiä, joiden voimassaoloaika on yleensä rajoitettu.

Kaikkien muiden säädösten otsikot on painettu lihavalla kirjasintyyppillä ja merkitty tähdellä.

II

(Säädökset, joita ei tarvitse julkaista)

KOMISSIO

KOMISSION PÄÄTÖS,

tehty 10 päivänä lokakuuta 2001,

keskittymän julistamisesta yhteismarkkinoille soveltumattomaksi

neuvoston asetus (ETY) N:o 4064/89

(Asia COMP/M.2283 — Schneider/Legrand)

(tiedoksiannettu numerolla K(2001) 3014)

(Ainoastaan ranskankielinen teksti on todistusvoimainen)

(ETA:n kannalta merkityksellinen teksti)

(2004/275/EY)

EUROOPAN YHTEISÖJEN KOMISSIO, joka

sekä katsoo seuraavaa:

ottaa huomioon Euroopan yhteisön perustamissopimuksen,

ottaa huomioon Euroopan talousalueesta tehdyn sopimuksen ja erityisesti sen 57 artiklan,

ottaa huomioon yrityskeskittymien valvonnasta 21 päivänä joulukuuta 1989 annetun komission asetuksen (ETY) N:o 4064/89 ⁽¹⁾, sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna 30 päivänä kesäkuuta 1997 annetulla neuvoston asetuksella (EY) N:o 1310/97 ⁽²⁾, ja erityisesti sen 8 artiklan 3 kohdan,

ottaa huomioon menettelyn aloittamisesta tässä asiassa 30 päivänä maaliskuuta 2001 tehdyn komission päätöksen,

on antanut asianomaisille yrityksille mahdollisuuden esittää huomautuksensa komission niitä vastaan esittämistä väitteistä,

ottaa huomioon keskittymiä käsittelevän neuvoa-antavan komitean lausunnon ⁽³⁾,

ottaa huomioon kuulemismenettelystä vastaavan neuvonantajan tässä asiassa antaman loppukertomuksen ⁽⁴⁾,

(1) Komissio sai 16 päivänä helmikuuta 2001 asetuksen (ETY) N:o 4064/89 4 artiklan mukaisen ilmoituksen keskittymähankkeesta, jolla Schneider Electric hankkisi neuvoston asetuksen (ETY) N:o 4064/89 (jäljempänä 'sulautuma-asetuksen') 3 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettua yksinomaisen määräysvallan Legrand-konsernissa 15 päivänä tammikuuta 2001 antamansa julkisen vaihtotarjouksen kautta.

(2) Ranskalainen osakeyhtiö Schneider Electric (jäljempänä 'Schneider') on sähkönjakelun, teollisuusvalvonnan ja automaation alojen tuotteita ja järjestelmiä valmistavan ja myyvän konsernin emoyritys. Sen toiminta on maailmanlaajuisia.

(3) Ranskalainen osakeyhtiö Legrand (jäljempänä 'Legrand') on pienjännitelaitteita valmistavan ja myyvän konsernin emoyritys. Sen toiminta on maailmanlaajuisia.

⁽¹⁾ EYVL L 395, 30.12.1989, s. 1. EYVL L 257, 21.9.1990, s. 13 (oikaisu).

⁽²⁾ EYVL L 180, 9.7.1997, s. 1. EYVL L 40, 13.2.1998, s. 17 (korjaus).

⁽³⁾ EYVL C 86, 6.4.2004.

⁽⁴⁾ EYVL C 86, 6.4.2004.

I TOIMENPITEEN OSAPUOLET

II KESKITTYMÄ

- (4) Schneider toteutti keskittymän antamalla julkisen vaihtotarjouksen kaikista yksityishenkilöiden hallussa olevista Legrandin osakkeista. Keskittymän tuloksena hankittiin yksinomainen määräysvalta toisessa yrityksessä sulautuma-asetuksen 3 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettulla tavalla. Vaihtotarjous oli voimassa 25 päivänä heinäkuuta 2001 asti, jolloin Schneider oli saanut halluunsa 98,1 prosenttia Legrandin osakepääomasta.

III YHTEISÖNLAAJUINEN KESKITTYMÄ

- (5) Kyseisten yritysten yhteenlaskettu maailmanlaajuinen liikevaihto on yli 5 000 miljoonaa euroa ⁽²⁾ (Schneider 8 750 miljoonaa euroa; Legrand 2 791 miljoonaa euroa). Kumpikin yritys teki yhteisössä yli 250 miljoonan euron liikevaihdon (Schneider 4 095 miljoonaa euroa ja Legrand 1 684 miljoonaa euroa), mutta kummankaan liikevaihdosta yli kahta kolmasosaa ei toteuteta yhdessä ja samassa jäsenvaltiossa. Toimenpide on siis yhteisön laajuinen.

IV MENETTELY

- (6) Ilmoituksen tutkittuaan komissio totesi keskittymän kuuluvan sulautuma-asetuksen soveltamisalaan ja epäilevänsä vakavasti sen soveltuvuutta yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan. Tämän seurauksena komissio aloitti 30 päivänä maaliskuuta 2001 tekemällään päätöksellä sulautuma-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan c alakohdan mukaisen menettelyn.
- (7) Voidakseen aloittaa ilmoitetun keskittymän tutkintamenettelyn komissio toimitti Schneiderille ja Legrandille 6 päivänä huhtikuuta 2001 päivätyllä kirjeellä sulautuma-asetuksen 11 artiklan mukaisen tietopyynnön. Vastaamista varten asetettu määräaika päättyi 18 päivänä huhtikuuta 2001. Schneider ja Legrand eivät kuitenkaan määräajan kuluessa olleet toimittaneet kaikkia niiltä pyydettyjä tietoja.
- (8) Sen vuoksi komissio teki kaksi sulautuma-asetuksen 11 artiklan 5 kohdassa tarkoitettua päätöstä, joista toi-

nen oli osoitettu Schneiderille ja toinen Legrandille. Sulautuma-asetuksen 10 artiklan 4 kohdan nojalla komissio lykkäsi saman asetuksen 8 artiklassa tarkoitettua päätöksen tekemistä 6 päivästä huhtikuuta 2001 25 päivään kesäkuuta 2001, johon mennessä komissio oli saanut kaikki vaaditut tiedot.

- (9) Komissio lähetti Schneiderille väitetiedoksiannon 3 päivänä elokuuta 2001. Osapuolet vastasivat siihen 16 päivänä elokuuta 2001 lähettämällään asiakirjalla (jäljempänä 'vastauskirjelmä'). Kuulemistilaisuus järjestettiin 21 päivänä elokuuta 2001.

V SOVELTUVUUS YHTEISMARKKINOILLE

A. PIENJÄNNITELAITTEIDEN TUOTANTOALA

A.1 JOHDANTO

- (10) Liiketoimen vaikutukset tuntuvat pääasiassa pienjännitelaitteiden tuotantoalalla, jolle koko Legrandin myynti ja lähes puolet Schneiderin toiminnasta kohdistuvat.
- (11) Tämä tuotannonala käsittää laitteet, joita käytetään teollisuus- ja liikerakennuksissa tai asuinrakennuksissa keskijänniteverkkoliitännästä myötävirtaan. Se kattaa kaikki laitteet, joita tarvitaan rakennusten sähkönjakeluun ja liittämiseen keskijänniteverkkoon (ryhmäkeskukset, virtakiskojärjestelmät, liitäntärasiat, pistorasiat ja kytkimet), tietoliikennejärjestelmien ja valvontajärjestelmien komponentit (ilmastointia, valaistusta jne. varten) sekä tietyt rakennuksiin asennettavat laitteet, kuten turva- ja suoja-järjestelmät, paloilmainsinjärjestelmät ja hälyttimet.
- (12) Tarkemmin sanottuna käsiteltävänä oleva liiketoimi koskee pääasiassa kolmea seuraavaa tuoteryhmää:

- a) Pienjännitesähkönjakokeskukset, joiden tehtävänä on olennaisesti syöttää sähköenergiaa laitteiston eri tasoihin (esimerkiksi rakennukseen, kerrokseen tai asuinhuoneistoon) sekä suojata laitteistoa ja käyttäjää ylivirran ja oikosulkujen vaaroilta.

⁽²⁾ Liikevaihto on laskettu yrityskeskittymien valvonnasta annetun asetuksen 5 artiklan 1 kohdan ja liikevaihdon laskemisesta annetun komission tiedonannon mukaisesti (EYVL C 66, 2.3.1998, s. 25). Jos tiedot koskevat ennen 1.1.1999 toteutunutta liikevaihtoa, ne lasketaan ecut keskipurssin mukaan ja muunnetaan euroiksi yhden suhteessa yhteen.

Kyseiset sähköjakokeskukset, jotka koostuvat pääosin kaapista ja katkaisijoiden, varokkeiden tai johtosuoja-automaattien kaltaisista suojakomponenteista, voidaan puolestaan jakaa kolmeen eri tuoteryhmään, jotka vastaavat sähköjakelun eri tasoja: (i) pääkeskukset suurten liike- tai teollisuusrakennusten liittämiseksi keskijänniteverkkoon, (ii) nousukeskukset, joita käytetään yleensä kerrostasolla, sekä (iii) ryhmäkeskukset, joita käyttää sellainen loppukäyttäjä, jolla on vähäinen energian tarve, kuten huoneiston asukas.

- b) Kaapelihyllyt ja asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät, joita käytetään sähkökaapeleiden johdattamiseksi rakennuksen kellarissa, teknisessä vahvisteessa tai sisäkatossa.
- c) Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevat sähkölaitteet, joihin kuuluvat seuraavat kuusi tuoteryhmää: (i) vastaanottopään laitteet, jotka muodostavat sähkölaitteiston viimeisen osan (pistorasiat, kytkimet yms.), (ii) valvontajärjestelmät, jotka ohjaavat eri-

tyistä sovellusta, kuten lämmitystä, rakennuksen tietyssä osassa, (iii) turvajärjestelmät, joilla varmistetaan tavaroiden ja ihmisten turvallisuus (hälytysjärjestelmät, paloilmalaimimet, turvavalaistus yms.), (iv) datapistorasiat tietoliikennejärjestelmiä varten (datapistorasiat, ristikytkentäkaapit yms.), (v) kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet, joiden avulla laitteet voidaan liittää, kiinnittää ja kaapeloida myötävirtaan ryhmäkeskuksesta ja (vi) komponentit kaapelien kulun ohjaukseen (kourut, lattiarasiat tai sähköpylväät).

- (13) Ilmoitetulla keskittymällä on vaikutuksia myös muun tyyppisiin teollisuuskäyttöön tarkoitettuihin tuotteisiin, joita ovat erityisesti valvonta- ja merkinantoapuvälineet sekä sähkön syöttämiseen ja muuntamiseen käytettävät laitteet.
- (14) Osapuolet ovat sopineet jakavansa asianomaisen teollisuudenalan alla olevassa taulukossa esitetyllä tavalla. Tätä jakoa käytetään myöhemmin lähtökohtana merkityksellisten markkinoiden määrittelyssä.

Taulukko 1

Segmentti	Nimi	Tuotteet	
Segmentti 1	Pienjännitepääkeskukset	Kaappielementit, virrankatkaisijat, varokkeet jne.	
Segmentti 2	Nousukeskukset	Kaappielementit, virrankatkaisijat, varokkeet jne.	
Segmentti 3	Kaapelihyllyt ja asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät	Kaapelihyllyt ja asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät	
Segmentti 4	Ryhmäkeskukset	Kaappielementit, virrankatkaisijat, varokkeet, johtosuoja-automaatit ja vikavirtasuojakytkimet yms.	
Segmentti 5	Segmentti 5A	Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevat sähkölaitteet	Vastaanottopään laitteet Valvontajärjestelmät Turva- ja suojajärjestelmät Tietoliikenneverkkojärjestelmien komponentit
	Segmentti 5B	Väliintulevat asennustarvikkeet	Liitäntärasiat, kiinnitys- ja kaapelointitarvikkeet, jotka tulevat ryhmäkeskuksesta myötävirtaan ja laitteistosta vastavirtaan
	Segmentti 5C	Kaapelitiet	Lattiarasiat, seinäkourut, lattiapylväät jne.
Teollisuuden komponentit	Muuntajat ja teholahteet Valvonta- ja merkinantoapuvälineet	Laitteet, joilla varmistetaan vaihtovirran tai tasavirran syöttö teollisuuslaitteisiin Kytkeälaiteet, joilla varmistetaan teollisuuslaitteiden ohjaus	

A.2 TUOTANNONALAN ESITTELY

sesta myötävirtaan sijaitsevat sähkölaitteet ja kaapelihyllyt).

A.2.1 *Toimijat*

- (15) Asianomaisten laitteiden tarjonnan ja kysynnän perusteella voidaan erottaa kuusi erityyppistä toimijaryhmää: valmistajat, tukkukauppiat, sähkösuunnittelijat, sähköasentajat, rakennusprojektin johtajat (arkkitehdit, suunnittelutoimistot jne.) sekä loppuasiakkaat.

A.2.2 *Pienjännitelaitteiden valmistajat*

- (16) Sähkölaitteiden valmistajat ovat teollisuuskonserneja, jotka kehittävät ja tuottavat kyseisiä laitteita. Schneiderin sisäisen jaottelun ⁽⁶⁾ mukaan valmistajat voidaan jakaa kolmeen ryhmään: "suurtoimijoihin", "muuttuviin toimijoihin" ja "vakiintuneisiin toimijoihin".
- (17) Schneiderin kuvailemien suurten kansainvälisten konsernien (tai "suurtoimijoiden") erityispiirteitä ovat suuri koko, monipuolinen tuotevalikoima ja kyky mittaviin toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Schneiderin itsensä lisäksi tähän luokkaan kuuluvat seuraavat maailmanlaajuisesti toimivat konsernit: ABB, Siemens, General Electric, Tyco, Matsushita ja Emerson. Vain neljällä niistä on merkittävää toimintaa pienjännitelaitteiden Euroopan markkinoilla. Nämä ovat Schneider, ABB, Siemens ja GE, joilla kaikilla on laaja valikoima pienjännitustuotteita sekä merkittävää toimintaa keski- tai korkeajänniteasennuksiin tarkoitettujen tuotteiden markkinoilla. Samoin on syytä panna merkille, että ABB, Siemens ja GE ovat tietyssä määrin vertikaalisesti integroituneita ja tarjoavat myös asennus- ja/tai suunnittelupalveluja. Emerson toimii lähinnä Yhdysvalloissa, Matsushitalla ei ole juuri lainkaan toimintaa Euroopassa ja Tycokin toimii siellä vain muutamilla kapeilla erikoisaloilla (ryhmäkeskuk-

- (18) Schneiderin määritelmän mukaan "muuttuvat toimijat" [...] (*) ovat hieman erikoistuneempia yrityksiä, jotka toimivat pääasiassa suhdanneherkillä aloilla [...] * ja kärsivät tilapäisestä kasvupysäyksestä. Niille ovat samaten ominaisia merkittävät toimintokokoonpanon muutokset. Nämä yritykset eivät ole onnistuneet muodostamaan yhtenäistä konsernia, mikä näkyy niiden markkina-arvon merkittävänä laskuna.
- (19) "Vakiintuneet toimijat" [...] * puolestaan ovat pienjännitelaitteisiin erikoistuneita pienyrityksiä. Niillä on yleensä vakiintunut toimintokokoonpano, jossa tapahtuu vähän muutoksia, mutta niiden liikevaihto kasvaa tasaisesti yritysosojen ansiosta. Tämän tyyppinen kuvaus sopisi myös [...] *.
- (20) Edellä kuvailtu jaottelu perustuu pääasiassa kokoon ja tuotevalikoiman monipuolisuuteen, mikä vastaa Schneiderin liikeajatusta ja strategiaa. Kolmas jaottelun selittäjä on näiden jokseenkin kansainvälisesti toimivien yritysten maantieteellinen jakauma. "Suurtoimijat", erityisesti Schneider, ABB ja Siemens, toimivat yleensä monissa eri jäsenvaltioissa, kun taas tiettyjen "vakiintuneiden toimijoiden" liiketoiminta on useimmiten keskittynyt muutamisiin harvoihin maihin. Niinpä [...] * tuotantolaitokset sijaitsevat enimmäkseen Ranskassa, Saksassa, Alankomaissa ja Portugalissa, kun taas [...] * tekee yli puolet liikevaihdostaan Saksassa ja [...] * puolestaan toimii pääasiassa Italiassa.
- (21) Suurimpien valmistajien tuotantotoimintaa voidaan kuvata tiivistetysti seuraavalla taulukolla (***) = laaja tuotevalikoima, jota myydään useimmissa jäsenvaltioissa, ** = aukkoja tuotevalikoimassa tai maantieteellisessä kattavuudessa, * = suuria aukkoja tuotevalikoimassa ja maantieteellisessä kattavuudessa):

⁽⁶⁾ "Tärkeimpien kilpailijoidemme strategisen aseman kehitys".

(*) Tästä asiakirjasta on poistettu kohtia, jotka sisältävät luottamuksellisia tietoja. Kyseiset kohdat on merkitty hakasulkeilla ja tähtimerkillä.

Taulukko 2

Nimi	Pääkeskukset	Nousukeskukset	Kaapelihyllyt ja asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät	Ryhmäkeskukset	Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevat sähkölaitteet
Schneider	***	***	***	***	**
Legrand		**	*	***	***
ABB	***	***	*	***	**
Siemens	***	***		**	*
GE	***	***		**	*
Hager		**	*	***	*
Moeller	**	**	**	**	*
Gewiss		*		*	*

A.2.3 Tukkukauppiat

- (22) Tukkukauppiat ovat paikallisia jälleenmyyjiä, jotka tarjoavat sähköasentajille ja sähkösuunnittelijoille sähköasennusten toteuttamiseksi tarpeellisten tarvikkeiden valikoimaa. Kuten osapuolet kuvailevat, tukkukauppiat vastaavat tuotteiden edelleenjakelusta ja logistiikasta, mutta myös tuotelajitelmista ja muutamien tuotteiden ja asiakkaiden (etenkin pienten asennusliikkeiden) osalta myös tuotehankintojen rahoituksesta ja jopa teknisestä tuesta. Tukkukauppiat tekevät hankintoja suoraan valmistajalta.
- (23) Tukkukauppioiden ja valmistajien suhteet määrittävät yleensä noin vuoden välein uudistettavassa sopimuksessa. Sopimuksia neuvotellaan eri maantieteellisillä tasoilla (lähinnä kuitenkin paikallisella ja valtakunnallisella tasolla) ja eri tuoteryhmistä. Pääsääntöisesti niissä määrätään tuotelinjakohtaisista alennuksista valmistajien listahintoihin. Alennukset myönnetään suhteessa tuotteiden myyntivolyymiin. Tämän ensimmäisen alennusryhmän lisäksi tukkukauppioiden kanssa tehdyissä sopimuksissa määrätään (esimerkiksi progressiivisista) lisähyvityksistä, joilla kannustetaan tietyn tuotelinjan kehittämistä tai kyseisen valmistajan tuotteiden yleisen myynnin kasvattamista. Alennukset lasketaan aina kauden lopussa. Toisinaan jakelusopimuksia voidaan säännellä Euroopan laajuisella kattosopimuksella, mutta ne ovat usein melko yleisluontoisia eikä niissä määrätä taloudellisista ehdoista.
- (24) Tukkukauppioiden asema ja merkitys logistiikkaketjussa vaihtelee merkittävästi tarviketyypistä riippuen. Osapuolten toimittamien ja komission omien selvitysten vahvistamien tietojen mukaan tukkukauppiat eivät juuri osallistu pääkeskuksiin tarkoitettujen tuotteiden jakeluun, mutta hoitavat noin 80 prosenttia nousukeskuslaitteiden ja kaapelihyllyjen jakelusta sekä vastaavat lähes kokonaan ryhmäkeskusten ja ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien sähkölaitteiden myynnistä (yli 90 prosenttia).
- (25) Nämä erot näyttävät selittyvän pääasiassa sillä, että sähköasentajilla on taipumus hankkia suurin osa tuotteista tukkukauppiailta, kun taas suuret teollisuusasiakkaat tai sähkösuunnittelijat asioivat yleensä suoraan valmistajien kanssa. Valmistajat myyvät siis pääosan pienten ja keskisuuren sähköasennus- tai sähkösuunnitteluliikkeiden tarvitsemista tuotteista (nousu- ja ryhmäkeskusten komponentit, kaapelihyllyt ja asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät, ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevat sähkölaitteet) tukkukauppioiden kautta. Sen sijaan suuret teollisuusasiakkaat ja sähkösuunnittelijat hankkivat tarvitsemansa tuotteet (esimerkiksi pääkeskusten komponentit) yleensä suoraan valmistajalta.
- (26) Komission tutkinnan tulokset osoittavat niin ikään, että tukkukauppioiden koko ja keskittymisaste voivat vaihdella merkittävästi jäsenvaltioiden välillä. Ranskassa jakelutoiminta on voimakkaasti keskittynyt Rexel- ja Sone-

par-konserneille, mutta Espanjassa ja Portugalissa se näyttää paljon hajautuneemmalta. Osapuolten sisäisten asiakirjojen (7) mukaan nämä rakenne-erot vaikuttavat väistämättä tukkukauppioiden käyttäytymiseen kyseisissä maissa. Vaikuttaa siltä, että Portugalin kaltaisissa maissa, joissa tukkukauppiat ovat kaikkein hajautuneimpia, tukkukauppioiden välinen kilpailu johtaa helposti hintasotaan. Se heijastuu myös valmistajien toimintaan.

A.2.4 Sähkösuunnittelijat

- (27) Sähkösuunnittelijat ovat ammattilaisia, jotka kokoavat yhteen sähkönjakokeskuksen eri osat rakennuksessa. Heillä on käytännössä neljä eri tehtävää, jotka ovat: (i) keskuksen suunnitteleminen ja mukauttaminen kunkin asennuksen erityistarpeiden mukaan, (ii) keskuksen rakenneosien hankkiminen ja kokoaminen (kaappielementit, katkaisijat, varokkeet yms.), (iii) keskuksen kaapelointi ja (iv) kokonaisuuden hyvän toiminnan varmistaminen. Sähkösuunnittelijat luovuttavat tämän jälkeen käyttövalmiit kaapit asentajille, jotka käyvät asentamassa ne loppuasiakkaan luona. Käytännössä sähkösuunnittelijat ottavat pääasiassa osaa vain pääkeskusten ja nousukeskusten kokoamiseen. Asentajat huolehtivat yleensä suoraan ryhmäkeskusten mukauttamisesta ja kokoamisesta.
- (28) Sähkösuunnittelijoiden koko ja määrä vaihtelee virtamäärän (ja siis asennustyön vaikeuden) mukaan. Osapuolten mukaan Ranskassa on noin 3 000 sähkösuunnittelijaa, joilla on valmiudet koota alle 630 ampeerin keskuksia, mutta 1 600 ampeerin keskusten asennuksiin pystyviä sähkösuunnittelijoita on vain 300. Lisäksi sähkösuunnittelijat voivat olla vertikaalisesti integroituneita. Esimerkiksi joillakin ABB:n ja Siemensin kaltaisilla valmistajilla on joissakin maissa omat suunnittelutoimistonsa. Samoin tietyt suunnittelijat voivat itse valmistaa tai muuttaa joitakin keskuksiin tulevia lisälaitteita (kuten tukitankoja ja suojaevyjä) tai jopa osallistua suoraan asennukseen.
- (29) Lopuksi on huomattava, että monimutkaisia asennustöitä (kuten pääkeskusasennuksia) hoitavat suuret sähkösuunnittelijat hankkivat tuotteet yleensä suoraan valmistajalta, kun taas pääasiassa nousukeskuksia kokoavat pienet ja keskikokoiset suunnittelijat ostavat komponenttinsa useimmiten tukkukauppiailta. Logistiikkasyistä tukkukauppiat voivat toisinaan huolehtia suurten sähkösuunnittelijoiden suoraan valmistajalta hankkimien tuotteiden kuljetuksesta (ne siis tarjoavat sähkösuunnittelijalle vain tämän logistiikkapalvelun).

- (30) Sähkösuunnittelijat voivat saada valmistajilta hyväksynnän. Hyväksynnällä valmistaja todistaa sähkösuunnittelijan tekniset valmiudet käyttää tuotteitaan. Useimmissa tapauksissa sähkösuunnittelijan on hyväksynyt vain yksi valmistaja, joka tästä syystä on sen päähankkija.

A.2.5 Sähköasentajat

- (31) Sähköasentajat ovat ammattilaisia, jotka huolehtivat pienjännitelaitteiden asentamisesta loppuasiakkaan luokse. Asentajat valitsevat myös tuotevalikoiman ja merkin, lukuun ottamatta suurten sähkönjakokeskusten komponentteja, jotka valitsee sähkösuunnittelija tai rakennusprojektin johtaja. Teollisuusrakennuksissa ja asuinrakennuksissa näkyvillä olevat komponentit (pistorasiat, kytkimet jne.) valitsee perinteisesti rakennusprojektin johtaja, pientalojen tapauksessa yhdessä asiakkaan kanssa.
- (32) Tämä toimijaryhmä on suhteellisen hajautunut ja epäyhtenäinen, sillä siihen kuuluu suuri määrä toimijoita (yli 30 000 toimijaa Ranskassa), jotka vaihtelevat yksin työskentelevistä asentajista yli 10 työntekijän asennusliikkeisiin, joilla on oma suunnitteluyksikkö. Osapuolten mukaan yrityksen koolla on yhteys sille toimeksiannettujen asennustöiden vaikeuteen, kuten sähkösuunnittelijoiden tapauksessa. Pienasentajat asentavat tavallisesti pienten rakennusten ryhmäkeskuksia ja vastaanottopään laitteita (pistorasioita, kytkimiä jne.). Koska ryhmäkeskusten tekniikka on osapuolten selvityksen mukaan yksinkertaisempaa kuin nousukeskusten, "asennusliikkeet ovat useimmiten kahden tai kolmen työntekijän yrityksiä, jotka koostuvat omistajasta sekä työntekijästä ja/tai harjoittelijasta; omistajan puoliso hoitaa tilaukset jakelijalle. Saatavuussyistä ja asennustyön helpottamiseksi ne hankkivat kaikki [sähkönjakokeskuksen osat saman tuotemerkin valmistajalta]*" (8). Keskisuuret asennusliikkeet (3—10 työntekijää) hoitavat tavallisesti nousukeskusten kokoamiseen liittyviä hankkeita. Suurten asennusliikkeiden (vähintään 10 työntekijää) toiminta keskittyy pääkeskuksiin. Lisäksi niillä voi olla yhteyksiä sähkösuunnittelijoihin.
- (33) Kuten edellä osoitettiin, asentajat tekevät hankintansa lähes yksinomaan paikallisilta tukkukauppiailta. On kui-

(7) Legrand, "Plans Moyen Terme".

(8) Osapuolten muistio, 25. heinäkuuta 2001.

tenkin huomattava, että asentajat pitävät yleensä hyvin niukasti tuotteita varastossa. Tukkukauppiat voivat tarjota perinteisten logistiikkapalvelujensa lisäksi erilaisia maksuhelpotuksia (yleensä asentajalle maksetaan asennustyöstä vasta sen jälkeen, kun se on valmis). Vaikuttaa myös siltä, että asentajat voivat yhä useammin pyytää tukkukauppiailta teknistä tukea ja jopa ohjeistusta varsinkin monimutkaisten järjestelmien asennukseen.

- (34) Lisäksi asentajat turvautuvat yhä useammin erilaisiin apuohjelmistoihin, joita valmistajat toimittavat niille joko maksutta tai vastikkeellisesti sähköasennuksen suunnittelua varten. Ohjelmistot säästävät asentajien aikaa laitteiston suunnittelussa ja tuotteiden valinnassa, ja ne ovat valmistajakohtaisia. Komission tutkinnassa ilmeni asentajien rajoittuvan käytännössä enintään yhden tai kahden eri valmistajan ohjelmistoon, koska tämä lyhentää tuotteiden käytön oppimiseen kuluva aikaa ja säästää siten myös kuluja. Ohjelmistojen levittämisen tarkoituksena ja vaikutuksena on siis asentajien merkittävyyden vahvistaminen.

A.2.6 Rakennusprojektien johtajat

- (35) Rakennusprojektien johtajat ovat niistä hankkeista, joiden yhteydessä sähkölaitteet asennetaan, vastuussa olevia arkkitehtejä, suunnittelutoimistoja, rakennusyhtiöitä tai rakennuttajia. Ne osallistuvat useimmiten suurehkoihin rakennushankkeisiin (niin teollisuusrakennusten kuin liike- ja asuinrakennustenkin asennustöihin), mutta eivät itse osta tuotteita. Koska rakennusprojektien johtajat määräävät laitteiston tekniset eritelmat (ja toisinaan myös tuotemerkit), hekin voivat toimia tilaajan roolissa.

A.2.7 Asiakkaat

- (36) Loppuasiakkaat ovat niitä henkilöitä tai yrityksiä, jotka omistavat rakennukset, johon sähkölaite asennetaan. Perinteisen segmentoinnin mukaan (jota Schneider ja Legrand käyttävät) loppuasiakkaat voidaan jakaa kahteen pääryhmään: teollisuusasiakkaisiin ja rakennusalan yrityksiin. Rakennusala voidaan vielä jakaa palvelualan yhtiöihin ja kotitalousasiakkaisiin.

- (37) Joitakin yksinomaan teollisuuskäyttöön tarkoitettuja komponentteja (kuten valvonta- ja merkinantoapuvälineet sekä muuntajia ja teholähteitä) lukuun ottamatta pienjännitelaitteita (esimerkiksi katkaisijoita) voidaan käyttää kummassakin asiakasryhmässä samaan tarkoitukseen. Näin on etenkin sähköjakokeskuksen osien, kaapelihyllyjen ja useimpien väliintulevien asennustarvikkeiden kohdalla.

- (38) Teollisten hankkeiden ja rakennusprojektien välillä on kuitenkin merkittäviä eroja. Rakennushankkeissa tarvitaan pääasiassa pienikokoisia laitteistoja, jotka kuljettavat verrattain pieniä (nousu- tai ryhmäkeskusten tasoisia) virtamääriä. Tämäntyyppisissä hankkeissa loppuasiakkaalla ja tilaajalla ei ole merkittävää roolia näkyvillä olevien tarvikkeiden (pistorasioiden, katkaisijoiden, ilmastointiputkien jne.) valikoiman ja merkin valinnassa. Tuotemerkin ja muiden tarvikkeiden (keskusten komponenttien, kaapelihyllyjen jne.) valinta jää lähinnä asentajan tai tarvittaessa sähkösuunnittelijan tehtäväksi.

- (39) Teollisuushankkeissa sen sijaan käsitellään hyvin suuria virtamääriä (samansuuruisia kuin pääkeskuksissa). Nämä hankkeet eivät välttämättä rajoitu pelkästään sähköjakeeluun tai -siirtoon, vaan niihin voi sisältyä myös automaatio- ja prosessinvalvontajärjestelmien tyyppisten erityislaitteistojen asennusta. Loppuasiakkaan tai rakennusprojektin johtajan vaikutus tuotemerkin valintaan on niissä merkittämpi.

- (40) Teollisuussovelluksiin tarkoitettujen laitteiden koko voi toisin sanoen poiketa liike- ja asuinrakennusten laitteista. Teollisuusasiakkailta tuleva kysyntä (virtamäärä, sopimuksen arvo) voi samaten olla merkittävästi suurempi kuin keskitasoisessa rakennussopimuksessa, ja jopa lähennellä suurimpia rakennussopimuksia.

- (41) Tästä seuraa, että useimmissa teollisuusopimuksissa ja suurissa rakennussopimuksissa valmistajat myyvät asianomaiset sähkölaitteet suoraan joko (suurien teollisuuslaitosten osalta) loppuasiakkaalle tai suurille sähkösuunnittelijoille. Tilanne siis poikkeaa perinteisistä rakennusalan sopimuksista, joissa hankinnat tehdään yleensä tukkukauppioiden välityksellä. Lisäksi teollisuusalan sopimukset ovat helpommin ennakoitavissa, sillä niitä tehdään harvemmin ja, (mikäli Schneiderin sisäisiin asiakirjoihin⁽⁹⁾ on luottamista), [...] kuin useimmat rakennus-

⁽⁹⁾ Schneiderin asiakirja (vastaus kysymykseen 316): "Developing switchboard business".

alan hankkeet. Myös tekniset eritelvät saattavat olla eri tavalla muotoiltuja, ja niissä saatetaan esimerkiksi painottaa enemmän yhteisön standardeja kuin kansallisia standardeja tai asennuskäytäntöjä.

- (42) Edellä esitetystä voidaan päätellä, että vaikka valmistajilla voi olla toimintaa kaikilla segmenteillä, niiden maine ja kilpailuasema voivat käytännössä vaihdella huomattavasti sovellustyyppistä riippuen. Esimerkiksi Legrandilla on erinomainen maine asuinrakennusten alalla, kun taas Siemens ja ABB ovat perinteisesti suuntautuneet teollisuusasiakkaisiin.

A.3 TEKNISTEN STANDARDIEN MERKITYS

- (43) Sähkövirtaan kosketuksissa olevien tuotteiden osalta on kustakin pienjännitelaitteiden ryhmästä annettu sääntöjä, joilla pyritään varmistamaan, ettei niiden käytöstä aiheudu vaaraa ihmisten terveydelle, hengelle tai omaisuudelle. Nämä säännöt vaikuttavat tuotteiden valmistustapaan. Mikäli ETA-alueella sovellettavien standardien välillä on eroja, ne vaikuttavat myös mahdollisuuksiin saattaa kyseisiä tuotteita markkinoille eri jäsenvaltioissa.
- (44) Tätä varten on olemassa useita eri säännöstöjä ja standardikokeelmia:

A.3.1 Pienjännitedirektiivi

- (45) Ensinnäkin asiasta on annettu joitakin pakollisia sääntöjä ja standardeja. Niistä säädetään tietyllä jännitealueella toimivia sähkölaitteita koskevan jäsenvaltioiden lainsäädännön lähentämisestä 19 päivänä helmikuuta 1973 annettussa neuvoston direktiivissä 73/23/ETY⁽¹⁰⁾ (jäljempänä 'pienjännitedirektiivi'), sitä seuranneissa myöhemmissä direktiiveissä sekä niissä jäsenvaltioiden säädöksissä, joilla nämä direktiivit on saatettu osaksi kansallista lainsäädäntöä.
- (46) Pienjännitedirektiivi ei sisällä tarkkoja säännöksiä tuotteiden valmistuksesta, vaan siinä rajoitetaan määrittelemään tietyt turvallisuusvaatimukset ("olennaiset vaatimukset"), jotka näiden tuotteiden on täytettävä, jotta ne voidaan laskea vapaasti liikkeelle ETA-alueella. Direktiivin nojalla komissio voi antaa eurooppalaisille tarkastuslaitoksille, kuten Euroopan sähkötekniikan standardointikomitealle (Cenelec) toimeksiannon laatia yhdenmukaistettuja eurooppalaisia standardeja, jotka eivät ole

lainvoimaisia mutta jotka tarjoavat valmistajille ja kuluttajille lailliseen olettamaan perustuvat takeet siitä, että tuotteet täyttävät lainsäädännön vaatimukset.

A.3.2 Standardointielinten antamat tuotestandardit

- (47) Yhteisön oikeuteen perustuvien ja direktiivien olennaiset vaatimukset täyttävien yhdenmukaistettujen standardien lisäksi on käytössä muitakin standardeja, joita antavat erilaiset kansainväliset ja kansalliset standardointielimet, kuten kansainvälinen sähkötekniikan toimikunta (IEC), Cenelec, Ranskan Union technique de l'électricité (UTE), Saksan Deutsche Elektrotechnische Kommission im DIN und VDE (DKE) jne. Näissä vaatimuksissa ja standardeissa määritellään tarkat säännöt kyseisten tuotteiden valmistustavoista. Nämäkään säännöt eivät ole oikeudellisesti sitovia.
- (48) Standardointielimissä ovat edustettuina tärkeimmät eturyhmät (valmistajat, kuluttajat jne.). IEC vastaa kansainvälisestä standardoinnista, ja Euroopan tasolla kansallisten standardointilaitosten keskusjärjestönä toimii Cenelec. Kummassakin järjestössä on eri tuoteryhmiä käsitteleviä teknisiä komiteoita ja alakomiteoita, jotka muodostuvat vastaavien kansallisten komiteoiden ja alakomiteoiden valtuuskunnista. Komiteoiden ja alakomiteoiden puheenjohtajat ja sihteerit nimitetään määräyksi toimikaudeksi, mutta kansallisia standardointielimiä edustavien valtuuskuntien jäsenet nimitetään vain väliaikaisesti yhtä kokousta tai kokoussarjaa varten. Valmistajat pyrkivät yleensä olemaan edustettuina niissä komiteoissa, joissa käsitellään niiden valmistamia tuotteita. Näin ne voivat osallistua standardointiprosessiin. Kansainvälisyydestä on yrityksille suurta etua tässä prosessissa, koska ne voivat sen kautta vaikuttaa asioiden kulkuun monilla eri tasoilla. Osapuolet käyttävätkin huomattavasti varoja osallistuakseen standardointiprosessiin.
- (49) Cenelec antaa yleensä (80 prosentissa tapauksista⁽¹¹⁾) standardeja vasta sen jälkeen, kun IEC on vahvistanut omat standardinsa. Cenelecin standardit vastaavat pääosin IEC:n standardeja, joskus tietyin mukautuksin. Nämä standardit sitovat kansallisia standardointielimiä, ja ne on siirrettävä sellaisinaan kansallisiksi standardeiksi. Ne kansalliset standardit, jotka eivät ole asiaa koskevien Cenelecin standardien mukaisia, on kumottava⁽¹²⁾.

⁽¹⁰⁾ EYVL L 77, 26.3.1973, s. 29–33.

⁽¹¹⁾ www.cenelec.org/Info/about.htm.

⁽¹²⁾ www.dke.de/en/wir/normung.

- (50) Osapuolet vahvistavat, että suurimmalle osalle sähkönjakelutuotteista on vahvistettu yhdenmukaistetut eurooppalaiset standardit. Eurooppalaisten standardien yhdenmukaistamisprosessi on kuitenkin vielä kesken. Eurooppalaisissa standardeissa ei monestikaan ole yhdenmukaistettu tuotteen kaikkia ominaisuuksia. Esimerkiksi liitännän nastajärjestyksen yhdenmukaistamista ei vielä ole edes aloitettu.

A.3.3 Asennussäännöt ja -käytännöt

- (51) Asennussäännöillä ja -käytännöillä ei säännellä tuotteen valmistustapaa, vaan sitä, millä tavalla tuote on liitettävä sähköverkkoon (esimerkiksi nollapisteen maadoitustapaa), ja tämä vaikuttaa usein itse tuotteen sijoitteluun. Yleensä asennussäännöt vahvistaa standardointielin (IEC, Cenelec tai kansallinen elin). Joskus niitä antavat myös julkiset viranomaiset (esimerkiksi 2 päivänä lokakuuta 1978 annettu Ranskan asetus, johon sisältyy yleisölle avointen rakennusten turvavalaistusta koskevia sääntöjä⁽¹³⁾). Kyse voi olla myös pelkistä tavoista tai perinteistä, joita kyseisen maan sähköasentajilla on tapana noudattaa. Vaikka nämä käytännöt eivät ole velvoittavia, ne tosiasiallisesti pakottavat valmistajat rakentamaan tuotteensa määrättyllä tavalla, mikäli ne aikovat saada ne hyvin kaupaksi kyseisessä maassa.

- (52) Asennussäännöistä ja -käytännöistä voidaan samaten mainita yritysten antamat asennusohjeet. Esimerkiksi sähkölaitokset voivat antaa ohjeita yleiseen sähköverkkoon liitettäväksi tarkoitetuista laitteista. Nämä ohjeet, jotka käytännössä ovat sähkötarvikevalmistajia sitovia, voivat olla valtakunnallisia, kuten Electricité de Francen (EDF) tapauksessa, tai niitä voidaan määrittellä alueellisesti tai paikallisesti, kuten muutamit Saksan tai Itävaltan alueelliset sähköyhtiöt ovat tehneet.

A.3.4 CE-merkki ja kansalliset laatumerkit

- (53) On olemassa kahdenlaisia laatumerkintöjä: CE-merkki ja kansalliset laatumerkit.
- (54) Yhteisön direkttiivien mukaan kaikkiin pienjännitedirektiivin soveltamisalaan kuuluviin tuotteisiin on kiinnitet-

tävä CE-merkki. Valmistaja kiinnittää sen täysin omalla vastuullaan vakuuttaakseen, että tuote on direktiivin vaatimusten mukainen. Vaatimukset koskevat tuotteiden ominaisuuksia sekä vaatimustenmukaisuuden arviointimenettelyjä, jotka on läpäistävä ennen tuotteen saattamista markkinoille. Valmistajat voivat vedota ns. "yhdenmukaistettuihin" standardeihin osoittaakseen tuotensa olevan direktiivin olennaisten vaatimusten mukaisia, mutta itse arviointimenettelyt voivat edellyttää kolmannen elimen mukaantuloa. CE-merkillä siis taataan, että tuotteet liikkuvat laillisesti ETA-alueella.

- (55) Laatumerkin (kuten Ranskan NF-merkin, Saksan VDE-merkin tai Belgian CEBEC-merkin) myöntää valmistajan pyynnöstä riippumaton varmentamislaitos hyväksytyssä laboratorioissa suoritettujen testien jälkeen, ja merkin käytöstä peritään maksu. Laatumerkki vahvistaa, että tuote on sovellettavien (kansainvälisten, eurooppalaisten tai kansallisten) standardien mukainen.

- (56) Laatumerkin hankkiminen ei yleensä ole pakollista. Tähän sääntöön on kuitenkin poikkeuksia. Esimerkiksi Ranskassa laatumerkin hankkiminen turvavalaistusjärjestelmille on pakollista. Vaikka valmistajia ei oikeudellisesti veloiteta hankkimaan tietyn valtion laatumerkkiä voidakseen saattaa tuotteitaan sen markkinoille, laatumerkin hankkiminen on kaupallisesti välttämätöntä. Asentajat ja loppuasiakkaat nimittäin usein vaativat sitä, koska se takaa tuotteen turvallisuuden ja luotettavuuden. Tämä on erityisen tärkeää sähkölaitteissa, jotka viallisina voivat aiheuttaa vakaviakin onnettomuuksia. Luottamusta kansallisiin laatumerkkeihin lujittaa myös se, että ne (toisin kuin CE-merkki) ovat riippumattomien elinten antamia.

- (57) CE-merkin ja laatumerkin suhteellisesta arvostuksesta asentajien ja kuluttajien piirissä kertoo niiden kiinnityspaikka ja erottuvuus sähkölaitteissa. Valmistaja pyrkii asettamaan laatumerkin selvästi näkyville, kun taas CE-merkki on usein paljon huomaamattomammassa paikassa. Tehonkatkaisijoissa laatumerkki asetetaan tuotteen etupuolelle, ja se on yleensä hyvin värikäs. CE-merkki

⁽¹³⁾ Osapuolten vastaus, 21. kesäkuuta 2001, kysymys 187.

sen sijaan kiinnitetään tuotteen sivupuolelle, eikä se juuri erotu taustasta.

- (58) Legrandin tytäryritys Arnould kuvailee kuluttajien käsitystä kansallisista laatumerkeistä seuraavasti ⁽¹⁴⁾:

”Valmistaja saa NF-merkin sitoutuessaan vapaaehtoisesti asettamaan tuotteensa tiukkaan varmentamismenettelyyn. **NF-merkki on todiste siitä, että tuote on ranskalaisten ja eurooppalaisten standardien mukainen.** Sen antaa riippumaton varmentamislaitos kattavien tuotetestien ja tuotantolaitoksessa tehtyjen tarkastuskäyntien jälkeen. Merkin käyttölopua jatketaan, jos säännöllisissä tarkastuksissa saadaan tyydyttävä tulos. **NF-merkki takaa muutakin kuin tuotteen turvallisuuden. Se takaa sähkötarvikkeiden luotettavuuden ja laadun.** Käytännössä NF-merkillä varustettujen sähkölaitteiden käyttö on laitteiston moitteettoman toiminnan tae.”

- (59) Legrandin vuoden 2000 tuoteluettelossa CE-merkinnän tarkoitusta selitetään seuraavasti ⁽¹⁵⁾:

”Kaikissa Legrandin sähkötuotteissa ja elektronisissa tuotteissa tai niiden pakkauksissa on CE-merkki. Sen kiinnittäminen on pakollista Euroopan yhteisöjen neuvoston direktiivien nojalla. [...]*. CE-merkki ei missään tapauksessa korvaa laatumerkkiä. Ranskassa tulliviranomaiset ja petostarkastajat (DGCCRF) voivat sen perusteella sallia tuotteen laskemisen vapaasti liikkeelle. Valmistaja kiinnittää CE-merkin tuotteeseen tai pakkaukseen vain omalla vastuullaan. Merkin myöntäminen ei edellytä ulkopuolisen elimen varmennusta siitä, että valmistajan tuotanto on vaatimusten (siis kansallisten ja kansainvälisten turvallisuus- ja suoritusarvostandardien) mukaista.”

- (60) Belgialainen varmentamislaitos CEBEC toteaa seuraavaa ⁽¹⁶⁾:

”Belgian laissa ja yhteisön oikeudessa säädetään, että tuotteiden on oltava yhteisön direktiivien mukaisia, minkä osoitukseksi ne saavat CE-merkin. Kaikissa tuotteissa on siis oltava CE-merkki. Tuotteita, joissa ei sitä ole, ei saa myydä markkinoilla. CE-merkki siis mahdol-

listaa sen, että tuote voidaan saattaa markkinoille, mutta mitään muuta sisältöä sillä ei ole [...]”.

Monissa sähkölaite-direktiiveissä säädetty vaatimustenmukaisuuden arviointimenettelyt eivät vaadi minkään riippumattoman laboratorion tai hyväksytyyn varmentamislaitoksen osallistumista. CE-merkki on siis pelkkä valmistajan vakuutus siitä, että tuote täyttää direktiivien olennaiset vaatimukset.

CEBEC-merkki tarkoittaa sitä, että riippumaton ja arvostettu varmentamislaitos valvoo jatkuvasti, että tuote täyttää kansainväliset turvallisuusstandardit.

Kuluttajat vaativat, että sähkölaitteiden täytyy olla riippumattoman elimen varmentamia. Laitevalmistajien ja asentajien on noudatettava pysyvästi kansainvälisiä standardeja. CEBEC-merkki takaa sen, mutta CE-merkki ei.”

- (61) Kansalliset varmentamislaitokset vastaavat useimmissa jäsenvaltioissa myös tuotteiden standardoinnista. Joissakin maissa (esimerkiksi Saksassa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa) toimii useita varmentamislaitoksia.

- (62) Useimpien Cenelecin jäsenlaitosten kanssa tehdyn yleis-sopimuksen (Cenelec Certification Agreement (CCA)) nojalla kaikille Cenelecin jäsenlaitoksen myöntämän laatumerkin saaneille tuotteille voidaan pyynnöstä myöntää laatumerkki mistä tahansa toisesta jäsenlaitoksesta alennettua maksua vastaan ilman, että tuotteelle on tarpeen tehdä uusia testejä. Tosiasia kuitenkin on, että jokaisella ETA-alueen jäsenvaltiolla on erilainen laatumerkki ja että sähkölaitteet on varustettu nimenomaan sen valtion kansallisella laatumerkillä, jossa laite on saatettu markkinoille.

A.4 ALAN TOIMINTA

A.4.1 Vertikaalisen tuotantoketjun kuvaus

- (63) Nämä eri toimijat yhdistävä tuotantoketju voidaan tiivistää seuraavasti. Asiakas tekee tilauksen, jossa sähkölaitteiston asennustyö annetaan toimeksi joko asentajalle tai suuremmissa projekteissa rakennusprojektin johtajalle. Kun asennussuunnitelma on valmis, asentaja valitsee, ostaa ja kokoaa sähkölaitteet. Ne hankitaan useimmiten paikalliselta tukkukauppiaalta, joka voi kuulua kansain-

⁽¹⁴⁾ Yleisluettelo 2001, s. 319 (lihavointi alkuperäisessä tekstissä).

⁽¹⁵⁾ Tuoteluettelo 2000, s. 800.

⁽¹⁶⁾ www.cebec.be/leaflets/cebec.html.

väliseen tukkuketjuun. Se puolestaan hankkii tuotteensa eri sähkölaitteiden valmistajilta (kuten Schneiderilta tai Legrandilta).

- (64) Jos asennettavana on sähkönjakokeskuksia, ne on mukautettava asiakkaan erityistarpeisiin. Mukauttaminen tarkoittaa sähkönjakokeskuksen kokoonpanoon tarvittavien osien (katkaisijat, varokkeet, johtosuoja-automaatit) tyyppin, määrän ja ominaisuuksien määrittelyä. Kuten edellä osoitettiin, asentajat huolehtivat yleensä suoraan ryhmäkeskusten mukauttamisesta ja kokoamisesta, koska tuotteet ovat verrattain yksinkertaisia. Pää- ja nousukeskusten kokoaminen on sen sijaan hankalampaa, ja se on annettava asiantuntijan eli sähkösuunnittelijan tehtäväksi. Tässä tapauksessa osat valitsee sähkösuunnittelija, joka hankkii ne tukkukauppiailta tai suuremmissa hankkeissa suoraan valmistajalta.

- (65) Jotta tuotantoketjusta saataisiin mahdollisimman kokonainen kuva, on syytä mainita, että valmistajat voivat joskus myydä tuotteita suoraan loppuasiakkaalle (esimerkiksi muutamit pienjännitelaitteita käyttävien koneiden tai laitteiden valmistajat myyvät suoraan sähköpistorasioita tai valvonta- ja merkinantoapuvälineitä). Jotkut asiakkaat haluavat itse valita ja asentaa sähkölaitteensa, jotka he ostavat yleensä suurmyymälöistä tai rakennustarvikeliikkeistä. Tämä myynti on kuitenkin vaatimatonta, eikä se kyseenalaista edellä esitettyä tuotantoketjun kuvausta.

A.4.2 Asentajien ja sähkösuunnittelijoiden merkitys

- (66) Kuten edellä osoitettiin, loppuasiakas ja rakennusprojektin johtaja osallistuvat yleensä vain näkyvillä olevien laitteiden (pistorasioiden, kytkinten, ilmastointiputkien jne.) valintaan. Legrandin sisäisten asiakirjojen⁽¹⁷⁾ mukaan tärkeimmät valintaperusteet ovat tässä tapauksessa laitteen "ulkonäkö ja toimivuus".
- (67) Yleensä sähkösuunnittelija valitsee ja ostaa suoraan pää- ja nousukeskusten rakenneosat. Muut tarvikkeet (ryhmäkeskuksen komponentit, kaapelihyllyt jne.) valitsee asentaja.

- (68) Tästä päätellen asentajilla (ja jossakin määrin myös sähkösuunnittelijoilla) on hallitseva asema sähkölaitteiden valinnassa. Kuten Legrand⁽¹⁸⁾ toteaa, "Legrandin tuotteiden kysyntä määräytyy pääasiassa sen mukaan, missä määrin sähköasentajat ja rakennusprojektien johtajat kysyvät Legrandin tuotteita tukkukauppiailta".

- (69) Tämän toimijaryhmän suosio on siis yksi ratkaisevista sähkölaitteiden valmistajien väliseen kilpailuun vaikuttavista tekijöistä. Sen merkitystä korostaa vielä se, että pienet asennus- ja suunnitteluliikkeet ovat yleensä hyvin uskollisia sille tuotemerkille, jota ne ovat tottuneet käyttämään.

A.4.3 Tukkauppioiden merkitys

- (70) Kuten edellä esitettiin, pienet ja keskisuuret sähköasentajat ja sähkösuunnittelijat hankkivat tarvikkeensa lähellä omaa toimipaikkaansa sijaitsevilta tukkukauppiailta. Vain suuret teollisuusasiakkaat ja (pääkeskuksia asentavat) sähkösuunnittelijat ovat kiinnostuneita ostamaan tuotteita suoraan valmistajilta.

- (71) Suuret hankkeet (tai suurta virtamäärää käsittelevien laitteistojen asennushankkeet), joissa valmistaja myy asianomaiset sähkölaitteet suoraan joko loppuasiakkaalle tai suurille sähkösuunnittelijoille, ja sellaiset muut asennukset, joiden kohdalla tukkukauppias toimii valmistajien ja sähköasentajien (tai sähkösuunnittelijoiden) välisenä välttämättömänä välikätenä, on siis erotettava toisistaan. Kuten edellä selitettiin, tukkukauppiat eivät jakele pääkeskusten komponentteja, mutta niiden osuus kaikkien muuntotyypisten sähkölaitteiden jakelusta on 80—90 prosenttia.

- (72) Tästä seuraa, että myynti tukkukauppiaille on äärimmäisen tärkeä menestystekijä sähkölaitteiden valmistajille, pääkeskusten osien valmistajia lukuun ottamatta. Onkin tärkeää panna merkille, että osapuolten mukaan kaikki valmistajat eivät välttämättä käy kauppaa samojen tukkukauppioiden kanssa. Suuret valmistajat tekevät yhteistyötä lähinnä kansainvälisten tukkuketjujen (Ranskassa esimerkiksi Rexelin, Soneparin tai Hagemayerin) kanssa,

⁽¹⁷⁾ Legrandin asiakirja, "Synthèse PMT juillet 2000".

⁽¹⁸⁾ Legrand, lomake 20-F SEC.

kun taas niiden pienemmät kilpailijat toimivat paikallisesti ja ovat tekemisissä pienempien tukkuliikkeiden kanssa.

A.4.4 Valintaperusteet

- (73) Edellä esitetystä voidaan päätellä, että eri valmistajien kilpailuasema määräytyy suurelta osin seuraavien tekijöiden perusteella: (i) kyky ylläpitää asentajien ja sähkösuunnittelijoiden merkkiuskollisuutta ja siis täyttää niiden odotukset ja (ii) myynti tukkukauppiaille (ainakin niissä jäsenvaltioissa, joissa valmistajien asema on riittävän vakiintunut).
- (74) Joidenkin analyytikoiden selvitysten ⁽¹⁹⁾ ja niitä tukevien Legrandin asiakirjojen ⁽²⁰⁾ mukaan asentajille tärkeimmät valintaperusteet ovat (i) laitteen laatu ja turvallisuus, (ii) asennusohjelmisto (lyhentää asennusaikaa ja sitä kautta kustannuksia), (iii) paikallisten käytäntöjen ja vaatimusten noudattaminen, (iv) tuotteiden saatavuus pitkällä aikavälillä (vikaantuneet osat voidaan vaihtaa samanlaisiin eikä jokaista toimeksiantoa varten tarvitse etsiä uutta valmistajaa).
- (75) Komission tutkinnan tulokset vahvistavat näiden tekijöiden merkityksen. Tuotteen laatu ja turvallisuus ovat olennaisia vaatimuksia, joita ilman valmistajilla ei ole toivoa saada tuotteitaan kaupaksi. Lisäksi valintaperusteiden painotus voi vaihdella asentajasta ja suunnittelijasta riippuen. Tuotteen välitön saatavuus on määräävä peruste niille asentajille, joilla ei ole tuotevarastoa, mutta sen merkitys on vähäisempi sähkösuunnittelijoille. Samoin sähkösuunnittelijoille tuotemerkillä näyttää olevan vähemmän merkitystä kuin asentajille.
- (76) Komission tutkinnan tulokset vahvistavat niin ikään, että useimmissa jäsenvaltioissa hinta ei ole asentajille tärkein valintaperuste. Tämä selittyy sillä, että (i) sähkölaitteiden kustannukset muodostavat vain suhteellisen pienen osuuden (yleensä noin 20 prosenttia) asentajan sopimuksesta, ja loppu koostuu pääasiassa työvoimakustannuksista, (ii) asentaja (kuten rakennusprojektin johtaja ja sähkösuunnittelijakin) pyrkii painottamaan laitteiston turvallisuutta ja laatua (vahinkovastuusyistä, välttääkseen korjauskäyntejä työmaalla jne.) ja (iii) hintaeroa voivat

tasoittaa muut tekijät, kuten asennusaika (kun otetaan huomioon työvoimakustannusten osuus sopimuksen kokonaisarvosta, asennusajan lyhentäminen 10 prosentilla on asentajalle kannattavampaa kuin 10 prosentin alennus tarvikkeiden hinnasta).

- (77) Nämä valintaperusteet sitä paitsi selittävät suurelta osin sen, miksi asentajat ja sähkösuunnittelijat ovat niin merkkiuskollisia. Kuten eräs valmistaja ⁽²¹⁾ toteaa, "tuotantoketjun toimijoiden asenne on hyvin konservatiivinen. Laatu, turvallisuus ja tuotevastuukysymykset ovat varmasti vahvoja vaikuttimia tunnettujen tuotemerkkien ostoon". Asentajia ja sähkösuunnittelijoita kannustaa samanmerkkisten tuotteiden tai vain harvojen tuotemerkkien käyttöön vielä se, että tuotteet tulevat paremmin tutuiksi, mikä puolestaan säästää huomattavasti asennusaikaa ja sitä kautta työvoimakustannuksia.
- (78) Tukkukauppiat noudattavat luonnollisesti samoja valintaperusteita kuin asiakkaansa eli asentajat ja sähkösuunnittelijat. Niihin kuitenkin liittyy joitakin nimenomaan tukkumyynnille ominaisia tekijöitä. Osapuolet mainitsevat erityisesti sen, että tukkukauppiat pyrkivät kussakin tuoteryhmässä pitämään tavarantoimittajiensa ja jakelemiensa tuotemerkkien määrän mahdollisimman pienenä kustannuksiin, varastointiin, tietotekniikkaan, myyjien tekniseen ja kaupalliseen koulutukseen jne. liittyvistä syistä. Tämä tukkukauppioiden pyrkimys suosii markkinoiden vakiintuneimpia tuotemerkkejä ja laajaa tuotevalikoimaa tarjoavia valmistajia.

A.5 PÄÄTELMÄT

- (79) Pienjännitelaitteita käytetään siis kolmentyyppisissä sovelluksissa: teollisuus-, liike- ja asuinrakennuksissa. Teollisuussopimuksissa ja suurissa rakennussopimuksissa käsitellään suurta virtamäärää, mikä edellyttää pienjännitepääkeskuksen asentamista. Laitteet valitsee yleensä rakennusprojektin johtaja tai sähkösuunnittelija, ja ne toimitetaan suoraan tehtaalta. Muissa sopimuksissa sähköasentaja tai sähkösuunnittelija valitsee ja ostaa suoraan suurimman osan laitteista (paikalliselta tukkukauppialta), ja asiakas osallistuu yleensä vain näkyvillä olevien tuotteiden valintaan, jonka perusteina ovat ulkonäkö ja toiminnot.

⁽¹⁹⁾ Crédit Suisse First Bostonin raportti Legrandista (11. syyskuuta 2000), Williams de Broën raportti Schneiderista (4. tammikuuta 2000).

⁽²⁰⁾ Legrand, lomake 20-F SEC.

⁽²¹⁾ Hager, vastaus I vaiheen kyselylomakkeeseen.

- (80) Pääkeskuksia lukuun ottamatta valmistajien haasteena on toisaalta saada tukkukauppiat ottamaan valikoimiinsa riittävästi tuotteitaan ja toisaalta houkutellessa asentajia ja sähkösuunnittelijoita valitsemaan tuotteitaan tuotemerkin maineen, laajojen tuotevalikoimien ja tuotteiden saatavuuden perusteella.
- (81) Asentajat ovat tarkkoja tuotteiden turvallisuudesta, luotettavuudesta, saatavuudesta ja asennushelpoudesta, mikä tekee niistä melko merkkiuskollisia. Tukku kauppiat myötäilevät asiakkaidensa (asentajien ja sähkösuunnittelijoiden) toiveita ja etsivät sellaisia tavarantoimittajia, joilla on mahdollisimman laaja tuotevalikoima.
- (82) Valmistajien välinen kilpailu käydään siis pääasiassa tuotemerkeillä, joilla valmistajat yrittävät erottautua kilpailijoistaan ja saada asentajat ja sähkösuunnittelijat pysymään uskollisina samalle tuotemerkillä. Valmistajat pyrkivät myös pitämään tuotevalikoimansa mahdollisimman laajana, mikä sähköjakokeskusten tapauksessa on välttämätöntä. Se on merkittävä etu myös muuntuyppisissä komponenteissa.
- (83) Nämä erityispiirteet ovat yhteisiä kaikkien niiden tuotteiden markkinoille, joita ilmoitettu keskittymä koskee, ja ne luovat merkittäviä markkinoille pääsyn esteitä (myynti tukkukauppiaille, tuotemerkki ja laaja valikoima). Muille markkinoille tunkeudutaan useimmiten laajentamalla ulkoisesti (yritysostoilla). Markkinat ovat kaikkialla muuttumassa yhä keskittyneemmiksi.
- (86) Pienjännitesähköjakojärjestelmä rakentuu siis eritasoisista sähköjakokeskuksista, joiden ketju laajenee säteittäisesti pääkeskuksesta (tai pienemmissä laitteistoissa nousukeskuksesta) ryhmäkeskuksiin päin mentäessä. Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevat vastaanottopään laitteet, kuten pistorasiat tai kytkimet, jotka on yhdistetty keskukseen kaapeleilla ja muilla liitännätarvikkeilla.
- (87) Sähköjakokeskukset ovat sähköverkon solmukohtia, joiden tehtävänä on syöttää sähköenergiaa sekä suojata laitteistoa ja/tai käyttäjää. Eritasoiset keskukset on yhdistetty toisiinsa sähkökaapeleilla. Kaapeleissa ja jakokeskuksissa kulkeva sähkövirta on sitä pienempi, mitä etäämpänä ne sijaitsevat kytkentäpisteestä, joka yhdistää ne ulkoiseen siirtoverkkoon. Pääkeskuksessa kulkee suurin sähkövirta. Sähkövirran voimakkuus heikkenee portaittain mentäessä nousukeskuksesta ryhmäkeskukseen ja lopulta vastaanottopään laitteisiin. Liitteessä 1 on esimerkkikaavio pienjännitepääkeskuksen rakenteesta ja jäljempänä kuvailtujen eri laitteiden sijainnista keskuksessa.

B. MERKITYKSELLISTEN MARKKINOIDEN MÄÄRITTELY

B.1 SÄHKÖNJAKOKESKUKSET

- (84) Tässä osassa arvioidaan keskittymän vaikutuksia sähköjakokeskusten eli pienjännitepääkeskusten, nousukeskusten ja ryhmäkeskusten markkinoihin. Schneider ja Legrand toimivat kumpikin nousu- ja ryhmäkeskusten markkinoilla. Schneiderilla on toimintaa myös pienjännitepääkeskusten markkinoilla.
- (88) Sähköjakokeskukset ovat suojalaitteita, jotka muodostuvat erilaisista (metalli- tai muovivalmisteiseen) kaappiin kootuista komponenteista. Niitä ovat katkaisijat, varokkeet (suojaavat laitteita), vikavirtasuojakytkimet (suojaavat käyttäjää) sekä erinäiset muut osat.

B.1.1 Sähköjakelun järjestäminen

- (85) Rakennusten (asuinrakennusten, liikerakennusten, tehtaiden jne.) sähköjakelua ohjataan sarjaankytketyillä laitteistoilla, joiden kautta syötetään sähköä ulkoisen sähköverkon kytkentäpisteestä rakennuksessa käytettyihin laitteisiin.
- (89) Näiden komponenttien tyyppi, määrä ja mitoitus riippuu olennaisesti sähköjakelun tasosta ja jakokeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden tyypistä. Pääkeskukset kootaan pääasiassa suurjännitekatkaisijoista ja koteloituista katkaisijoista. Nousukeskuksissa käytetään lähinnä niihin tarkoitettuja koteloituja katkaisijoita ja pienoiskat-

kaisijoita. Ryhmäkeskuksissa käytetään pienoiskatkaisijoita ja johtosuoja-automaatteja.

- (90) Käytännössä jokainen jakokeskus on koottava suojattavan laitteiston yksilöllisten tarpeiden mukaan (jotka puolestaan määräytyvät tilan ja käyttötarkoituksen perusteella). Mitoitus riippuu myötävirtaan sijaitsevien laitteiden ominaisuuksista (sähkötehosta, piirien määrästä jne.). Tästä syystä kukin jakokeskus on oma ainutkertainen ratkaisunsa, ja sen komponenttien kokoonpano voi vaihdella merkittävästi sopimuksesta riippuen. Schneiderin ⁽²²⁾ toimittamien tietojen mukaan tiettyä keskuksen komponenttia käytetään yleensä alle viidesosassa keskuksista (vaikka se olisi yksi myydyimmistä komponenteista).

- (91) Pienjännitepääkeskukset sijaitsevat myötävirtaan keskijänniteverkosta, yleensä aivan muuntamon vieressä. Pääkeskuksilla ohjataan lähinnä suurten (yli 5 000 m²) liikerakennusten sähkönjakelua. Nousukeskusten tehtävänä on ohjata sähkön jakelua liikerakennuksen tiettyyn kerrokseen, ja sähkönjakojärjestelmässä ne sijaitsevat siis myötävirtaan pääkeskuksesta. Ryhmäkeskukset muodostavat sähkönjakelujärjestelmän alimman suojaus- ja ohjaustason. Tämäntyyppiset jakokeskukset sijoitetaan yleensä yksittäiseen asuntoon tai pieneen toimistotilaan. Toisin kuin suurempitehoiset pää- ja nousukeskukset, ryhmäkeskukset asennetaan yleensä tiloihin, joissa ne ovat kenen tahansa ulottuvilla, joten niiden turvallisuusvaatimukset ovat tiukemmat kuin muiden.

- (92) Pienjännitepääkeskukset kootaan pääasiassa (i) suurjännitekatkaisijoista, joiden nimellisteho on 630—6 300 ampeeria, (ii) koteloiduista katkaisijoista, joiden nimellisteho on 400—1 600 ampeeria, (iii) varokkeista (400—1 600 ampeeria), (iv) kaapeista ja kaappielementeistä sekä (v) johdoista.

- (93) Pienjännitejakelussa käytettävät nousukeskukset koostuvat pääasiassa (i) koteloiduista katkaisijoista, joiden nimellisteho on 100—250 ampeeria, (ii) pienoiskatkaisijoista, joiden nimellisteho on enintään 125 ampeeria;

(iii) varokkeista, (iv) kaapeista ja kaappielementeistä (yleensä metallia) sekä (v) johdoista.

- (94) Ryhmäkeskukset muodostuvat lähinnä (i) pienoiskatkaisijoista, (ii) vikavirtasuojista, (iii) varokkeista sekä (iv) kotelosta (yleensä muovia), joka vastaa nousukeskuksen kaappia. Yksi ryhmäkeskusten erityispiirteistä on se, että komponentit asennetaan DIN-kiskoille (ja ne ovat siis standardoituja).

- (95) Eri jakokeskusten hinnat (asennusta ja työvoimakustannuksia lukuun ottamatta) voidaan eritellä seuraavasti:

Taulukko 3

Nimi	Pääkeskukset	Nousukeskukset	Ryhmäkeskukset
Suurjännitekatkaisijat	17,5 %		
Koteloidut katkaisijat ja varokkeet	32,5 %	18,4 %	
Pienoiskatkaisijat ja varokkeet		40,5 %	43 %
Vikavirtasuojakytkimet			29 %
Kaapit ja kaappielementit (tai kotelot)	24,4 %	17,6 %	21 %
Kaapelit	18,6 %	17,5 %	
Muut	7 %	6 %	7 %
YHTEENSÄ	100 %	100 %	100 %

- (96) Taulukko osoittaa, ettei kaikilla keskuksen komponenteilla ole yhtä suuri painoarvo. Erityisesti vaikuttaa siltä, että katkaisijoilla (ja tapauksen mukaan vikavirtasuojilla) on usein ratkaiseva merkitys muiden tuotteiden valmistajan valinnassa, sillä katkaisijat suojaavat lähes kaikkia keskuksen toimintoja ja muodostavat olennaisen osan (noin 50—70 prosenttia) sen arvosta.

- (97) Seuraavissa kappaleissa kuvaillaan kunkin aktiivisen komponentin (katkaisijoiden, vikavirtasuojien jne.) tehtävää ja käyttöä sekä sähkönjakokeskukseen asennettävien komponenttityyppien valintaa ja suoritustehoa sääteleviä tekijöitä.

⁽²²⁾ Schneider, vastaus kysymykseen 109.

Suoja kahdentyypisiltä riskeiltä*Käyttäjän suojaaminen: vikavirtasuojat ja katkaisijat*

(98) Tuotteiden (katkaisijat, varokkeet, vikavirtasuojat jne.) valinta riippuu kohteesta, jota keskuksella on tarkoitus suojata. Käytännössä suojalaitteita on kahdenlaisia: toisilla suojataan omaisuutta, kalustoa ja itse sähkölaitteistoja (etenkin tulipalon ja lämpenemisen vaaroilta ylivirran⁽²³⁾ tai oikosulun sattuessa) ja toisilla käyttäjää (sähköiskulta, jonka tämä voi saada vuotovirrasta koskiessaan vahingossa jännitteistä johdinta).

Verkon suojaaminen: katkaisijat ja varokkeet

(99) Ylivirralla ja oikosuluilta voidaan suojata joko katkaisijoilla tai varokkeilla. Kumpikin laite pystyy katkaisemaan oikosulku- tai ylivirran, ja niillä on sama suojaava tehtävä. Ne eivät kuitenkaan toimi samalla tavalla. Katkaisijat ovat sähkömekaanisia laitteita, jotka ohjaavat kytkimen sulkemaan virtapiiriin. Varoke taas katkaisee virran sen kasvaessa niin suureksi, että se voi aiheuttaa verkkosähkön jakelujohtimien ylikuumentumisen.

(100) Katkaisijoiden ja varokkeiden tekniikka on siis erilainen. Kun ylivirran tai oikosulun lähde on poistettu, varoke on korvattava uudella (koska se on sulanut virran katkaisemiseksi), kun taas katkaisija yksinkertaisesti viritetään uudelleen (kääntämällä kytkin takaisin normaaliasentoon).

⁽²³⁾ Laitteen ja laitteiston sähköteho riippuu kahdesta muuttujasta. Ensimmäinen muuttuja on virta, joka vastaa johtimessa kulkevan varauksen liikenopeutta. Sitä mitataan ampeereina (A). Toinen muuttuja on jännite eli työ, joka siirtää varauksen ja synnyttää sähkövirran. Sitä mitataan voltteina (V). Ylivirta syntyy, kun virtapiiriin pääsee suunniteltua suurempi sähkövirta (jos esimerkiksi myötävirtaan sijaitseva laitteisto ottaa liikaa virtaa). Tämä johtaa johdinten kuumentumiseen, joka voi johtaa laitteen rikkoutumiseen tai jopa tulipaloon.

Oikosulun aiheuttaa laitteeseen tullut vuotovirta. Vuotovirta voi syntyä esimerkiksi siitä, että käyttäjä koskettaa vahingossa jännitteistä kaapelia. Tässä tapauksessa käyttäjä joutuu johtimeksi kaapelin (jota hän koskee) ja maan (jolla hän seisoo) väliin. Kaapelin ja maan välinen jännite synnyttää sähkövirran, (vuotovirta), joka kulkee jännitteisestä kaapelista käyttäjän kehon läpi maahan.

(101) Sähköiskun riski voi aiheutua joko käyttäjän joutumisesta joko suoraan tai epäsuorasti kosketuksiin jännitteisen johtimen (vaihejohtimen) kanssa. Epäsuoran kosketuksen voi saada sellaisesta sähkölaitteen osasta, joka on vahingossa kosketuksissa jännitteiseen johtimeen.

(102) Käyttäjän koskiessa suoraan jännitteeseen johtimeen vaarana on, että kehon läpi kulkee sähkövirta. Sen vaarallisuus ihmiselle riippuu virran suuruudesta ja kestoajasta. Sähköiskun keston on oltava sitä lyhyempi mitä voimakkaampi virta on.

(103) Käyttäjän suojaamiseksi sähköiskun vaaralta käytetään laitteita, jotka havaitsevat vuotovirran (sähkövirran, joka kulkee käyttäjän kehon läpi tämän ollessa tahattomasti kosketuksissa jännitteeseen johtimeen) ja katkaisevat virransyötön erittäin lyhyessä ajassa (yleensä alle 0,1 sekuntia). Näitä laitteita kutsutaan "vikavirtasuojiksi". Periaatteessa ne mittaavat laitteistoon tulevan ja siitä poistuvan virtamäärän eroa. Normaalitylessä mitään eroa ei ole. Käyttäjän joutuessa tahattomasti kosketuksiin jännitteisen johtimen kanssa käyttäjän kehon läpi kulkee vuotovirta, jonka voimakkuus vastaa laitteistoon tulevan ja siitä poistuvan sähköerotusta. Vikavirtasuojat havaitsee vuodon ja katkaisee virransyötön automaattisesti käyttäjän suojaamiseksi.

(104) Pienjännitelaitteissa herkän vikavirtasuojauksen käyttö on tärkein keino suojata käyttäjää epäsuorasta kosketuksesta jännitteeseen johtimeen aiheutuvilta seurauksilta, nollapisteen maadoitustavasta riippumatta. Vikavirtasuojaus on yksi käyttäjän turvallisuuteen liittyvistä olennaisista vaatimuksista. Se ei kuitenkaan ole samoin edellytyksin pakollinen kaikissa jäsenvaltioissa.

(105) Kuten edellä mainittiin, sähköiskun vaara voi aiheutua myös epäsuorasti. Näin käy, kun laitteen sisällä oleva

jännitteinen johto joutuu vahingossa kosketuksiin sellaisen laitteen ulkoisen osan kanssa, jota käyttäjä tavallisesti voi koskea vaaratta. Koskiessaan sähkölaitetta (esimerkiksi uunia) käyttäjä voi siis joutua alttiiksi laitteesta epäsuorasti välittyvälle kosketusjännitteelle.

- (106) Jälkimmäisessä tapauksessa (tahattomassa epäsuorassa kosketuksessa) käyttäjän turvallisuus riippuu pääasiassa maadoituksesta eli kyseisen sähkölaitteiston, sen osien ja/tai laitteiden kytkemisestä maahan.
- (107) Suojamaadoitus tehdään joko vikavirtasuojan (kuten suorassa kosketuksessa) tai katkaisijan avulla. Valinta riippuu nollapisteen maadoitustavasta, toisin sanoen siitä, miten jännitteelle alttiit osat ⁽²⁴⁾ ja nollajohdin ⁽²⁵⁾ on yhdistetty sähköjohtimella maahan.

Nollapisteen maadoitustavan merkitys

- (108) Nollapisteen maadoitustapoja on kolme. Ne jaotellaan sen mukaan, miten jännitteelle alttiit osat ja nollajohdin on yhdistetty maahan. Jakelujärjestelmät merkitään kirjainkoodilla, joissa ensimmäinen kirjain tarkoittaa jakelujärjestelmän maadoitustapaa ja toinen jännitteelle alttiiden osien maadoitustapaa: "TT" (jännitteelle alttiit osat ja nollapiste yhdistetty suoraan maahan), "TN" (nollapiste on suoraan maadoitettu ja sähkölaitteiston jännitteelle alttiit osat on yhdistetty nollapisteeseen suojajohtimella.) ja "IT" (nollapiste on yhdistetty maahan impedanssin kautta ja jännitteelle alttiit osat suoraan). Lopuksi on huomattava, että TN-järjestelmiä on kaksi: "TN-C" (sama johdin toimii sekä suoja- että nollajohtimena) ja "TN-S" (erillinen suojajohdin ja nollajohdin).
- (109) Vuotovirran sattuessa (eristysvian vuoksi tai tahattomassa kosketuksessa jännitteisen johtimen kanssa) nollapisteen maadoitustavalla on ratkaiseva merkitys, sillä se määrää vuotovirran ("vikavirran") suuruuden eli henki-

lön saaman sähköiskun voimakkuuden. TT-järjestelmällä voidaan ohjata jopa kymmenien ampeerien vikavirtoja. TN-järjestelmällä voidaan puolestaan ohjata useiden satojen (jopa tuhansien) ampeerien vikavirtoja, sillä tässä järjestelmässä vuotovirta aiheuttaa välittömästi oikosulun vaihejohtimen ⁽²⁶⁾ ja nollajohtimen välillä. IT-järjestelmässä vikavirta on heikko (vain joitakin kymmeniä milliampeereja), sillä nollapisteen maadoitus impedanssin kautta rajoittaa sitä.

- (110) Maadoitustapa vaikuttaa merkittävästi sähköjakelulaitteiden suunnitteluun.
- (111) TT-järjestelmässä eristysvika tai vaihejohtimen joutuminen vahingossa kosketuksiin jännitteelle alttiin osan kanssa aiheuttaa maadoituselektrodin kautta kulkevan vuotovirran. Sähkölaitteen osa, jota käyttäjä voi normaalisti kosketella vaaratta, on silloin tullut jännitteiseksi. Jotta käyttäjää voidaan suojata (epäsuorasta kosketuksesta aiheutuvan) sähköiskun vaaralta, maadoituselektrodin kautta päässyt vuoto on havaittava ja laitteistosta on katkaistava virta erittäin nopeasti. Tämä juuri on edellä kuvaillun vikavirtasuojauksen tehtävä. TT-järjestelmässä on siis pakko käyttää vikavirtasuojaa käyttäjän suojaamiseksi epäsuoran kosketuksen aiheuttamalta sähköiskun riskiltä. TT-järjestelmässä käyttäjän suojaamiseksi käytetyn vikavirtasuojan herkkyys vaihtelee yleensä 30 milliampeerista (suuri herkkyys) 300—500 milliampeeriin (keskinkertainen herkkyys).
- (112) TN-järjestelmässä eristysvika tai vaihejohtimen joutuminen vahingossa kosketuksiin jännitteelle alttiin osan kanssa ei aiheuta varsinaista vuotovirtaa, vaan oikosulun (vaihejohtimen ja nollajohtimen välillä). Nollajohtimeen pääsee silloin erittäin voimakas sähkövirta. Käyttäjää suojellaan epäsuorasta kosketuksesta johtuvan sähköiskun vaaralta pääasiassa herkällä katkaisijalla (siis ei vikavirtasuojalla, paitsi TN-S-järjestelmässä), jossa on alhainen pikalaukaisuarvo (jotta laite laukeaisi mahdollisimman nopeasti). Katkaisijoiden sijasta voidaan joissakin tapauksissa käyttää myös varokkeita.
- (113) Kuten edellä todettiin, IT-järjestelmässä eristysvian tai vaihejohtimen ja jännitteelle alttiin osan välisen kosketuksen aiheuttama vuotovirta on heikko, eikä se vaadi sähkönsyötön katkaisua. IT-järjestelmässä siis varmistetaan sähkönsyötön jatkuminen ensimmäisen maasulun sattuessa. Tämäntyyppistä maadoitusjärjestelmää käytetään vain sellaisissa rakennuksissa (sairaaloissa, lentokentillä jne.), joissa keskeytyksetön sähkönsyöttö on välttä-

⁽²⁴⁾ Sähkölaitteen osa, jota käyttäjä voi normaalitilanteessa kosketella vaaratta.

⁽²⁵⁾ Johdin, joka ei normaalisti ole jännitteinen. Nollajohdin eroaa vaihejohtimista, jotka ovat jännitteisiä. Yksivaiheinen vaihtovirta muodostuu nollajohdon ja yhden vaiheen välillä. Kolmivaiheinen vaihtovirta muodostuu vaiheiden välillä.

⁽²⁶⁾ Eli jännitteisen johtimen.

mätöntä. On hyvin tärkeää, että ensimmäinen vika paikannetaan ja saadaan korjattua mahdollisimman nopeasti. Jos nimittäin järjestelmään tulee sen jälkeen toinen maasulku, IT-järjestelmä alkaa toimia TN-järjestelmän (tai TT-järjestelmän, jos jännitteelle alttiit kappaleet eivät ole yhteydessä keskenään) tavoin ja aiheuttaa suuren oikosulku- tai vuotovirran.

- (114) Käytännössä IT-järjestelmässä joudutaan käyttämään kahdentyyppisiä suojalaitteita: ensinnäkin eristyksen valvontalaitetta, joka havaitsee ensimmäisen vian aiheuttaman heikon vuotovirran, ja toiseksi katkaisijaa tai vika-virtakojetta, jolla laitteisto suojataan toiselta maasululta.

Laitteiston osien ominaisuudet

- (115) Seuraavaksi on päätettävä komponenttien mitoituksista, toisin sanoen niiden suoritusarvoista. On esimerkiksi valittava katkaisijatyypit (suurjännitekatkaisija, koteloitu katkaisija tai pienoiskatkaisija) ja siitä vielä teknisiltä ominaisuuksiltaan sopivin malli. Katkaisijoiden tärkeimmät ominaisuudet ovat (i) nimellisteho (mittausuure, jonka ylityessä suojarele laukeaa ja katkaisee virran), (ii) katkaisukyky (suurin sähköteho, jonka katkaisija kestää oikosulussa vahingoittumatta), (iii) napajohtimien määrä (1–4 johdinta, jotka releen laukaisu katkaisee samanaikaisesti) ja (iv) laukaisukäyrä (joka kuvaa laukaisuaikaa suhteessa virran voimakkuuteen). Kaikilla näillä suoritusarvoilla on suora yhteys maadoitustapaan, laitteistossa kulkevan sähkövirran suuruuteen sekä muihin jakokeskuksesta myötä- tai vastavirtaan sijaitsevien laitteiden valintaan.

- (116) Osapuolten toimittamista tiedoista ilmenee, että valinnat tehdään yleensä sen mukaan, minkälainen asennustyö kulloinkin on kyseessä. Tarkemmin sanottuna vaikuttaa siltä, että asentajan noudattaman sähkökaavion yksityiskohdat määräytyvät yleensä rakennuksen tai teollisuushallin rakenteen ehdoilla. Keskuksiin integroitavien osien ominaisuudet määritellään juuri sähkökaaviossa.

- (117) Kuten esimerkiksi Schneider huomauttaa, ”tavallisesti [...]” laitteistosta myötävirtaan sijaitsevan ja siis yleisesti nousukeskuksissa käytetyn 16 ampeerin katkaisijan hin-

nannousu voi vaikuttaa merkittävästi keskuksen hintaan (ja voi joissakin erityistapauksissa kyseenalaistaa laitteiston rakennesuunnitelman). Loppujen lopuksi [...]” käyttäjän ja siis asentajan lopulliset valinnat määräytyvät pikemminkin suojattavan laitteiston rakenteen ja käyttöturvallisuuden perusteella”.

- (118) Osapuolet selittävät, että jokaiselle rakennukselle, asuinhuoneistolle tai teollisuushallille on yleensä olemassa optimaalinen sähkökaavio. Vaikka tietyn tilakokonaisuuden sähkölaitteistoon voidaan teoriassa ajatella montaa erilaista rakennesuunnitelmaa (jokaiseen tilaan eri katkaisija tai yksi katkaisija kahta tilaa kohti jne.), asentaja painottaa aina laitteiston turvallisuutta ja helppokäyttöisyyttä. Siksi suojia asennetaan mahdollisimman paljon (virtapiirien eristämiseksi toisistaan, jolloin vian sattuessa sähkönsyöttö ehjissä virtapiireissä jatkuu). Käytännössä sähkökaavio rakennetaan usein ohjelmistotyökäluilla, kuten Schneiderin tarjoamalla ECODIAL-järjestelmällä. Ohjelmistot on kehitetty auttamaan asiakasta suunnittelemaan ratkaisuja, joilla varmistetaan palvelun hyvä laatu, eli asiakasta ei välttämättä ohjata suunnittelemaan asennuskustannukset mahdollisimman pieniksi. Osapuolet korostavat myös, että suojalaitteiden asentaminen mahdollisimman moniin paikkoihin saattaa toisaalta vähentää kustannuksia, koska silloin tarvitaan vähemmän sähkökaapeleiden erottimia (mikä siis alentaa kustannuksia).

- (119) Sähkökaaviossa määritellään suoraan kunkin virtapiirin ominaisuudet ja eri komponenteilta toivotut suoritusarvot.

- (120) Näiden muuttujien perusteella laitteistoon valitaan sopivimmat osat, toisin sanoen sellaiset, jotka täyttävät teho-vaatimukset ylittämättä niitä tarpeettomasti (kustannussyistä). Vaikka teoriassa voidaan käyttää tehokkaampia osia, tästä merkittäviä lisäkustannuksia aiheuttavasta ratkaisusta ei juuri olisi hyötyä käyttäjälle. Kuten Schneider huomauttaa, ”teoriassa markkinasegmentin 2 katkaisijoita, joilla on suurempi katkaisukyky, voitaisiin käyttää markkinasegmentillä 4, periaatteella ’se, joka pystyy tekemään enemmän, pystyy tekemään myös vähemmän’. Näiden laitteiden kustannukset kuitenkin estävät sen”.

- (121) Sähkönjakokeskuksiin voi sisältyä seuraavia tuotteita:

Taulukko 4

Nimi	Pääkeskukset	Nousukeskukset	Ryhmäkeskukset
Suurjännitekatkaisijat	630-6 300 A		
Koteloidut katkaisijat	400-1 600 A	100-250 A	
Pienoiskatkaisijat		63-125 A	6-40 A
Vikavirtasuojakytkimet			X
Johtosuojaaunomaatit			X
Varokkeet	400-1 600 A	< 250 A	6-40 A
Kaapit ja niiden osat (tai kotelot)	X	X	X

B.1.3 Tuotemarkkinoiden määrittely

- (122) Osapuolten tuotemerkit ovat päällekkäisiä pienjännitekeskusten ja niissä käytettävien komponenttien markkinoilla.

Osapuolten ehdottama tuotemarkkinoiden jako

- (123) Osapuolten mukaan pienjännitelaitteiden käyttäjien ja laitteiston suojaamiseen tarkoitettujen järjestelmien joukosta voidaan erottaa kolmet erilliset tuotemarkkinat. Niiden mielestä tuotemarkkinat on määriteltävä sähkönjakelun eri tasojen mukaan. Niinpä osapuolet jakavat ne pienjännitepääkeskusten, nousukeskusten ja ryhmäkeskusten markkinoihin.

Ratkaisujen markkinat

- (124) Ensinnäkin Schneider väittää, etteivät valmistajat käy kilpailua keskusten komponenteista (joita valmistajat myyvät tukkukauppiaille ja tukkukauppiat sähkösuunnittelijoille ja -asentajille), vaan niistä kootuista sähkönjakelun "ratkaisuista" (toisin sanoen itse jakokeskuksista). Schneiderin mukaan eri valmistajien ratkaisut ovat korvattavissa keskenään, sillä niillä on sama perustehtävä ja niitä koskevat samat tekniset vaatimukset. Sen sijaan valmistajien tarjoamat komponentit eivät ole korvattavissa keskenään joko tekniseen yhteensopivuuteen liittyvistä syistä (pää- ja nousukeskusten tapauksessa) tai siksi, että

asentajat ovat yleensä merkkiuskollisia ja ostavat kaikki osat yhdeltä ja samalta valmistajalta (ryhmäkeskusten tapauksessa). Vastatakseen tähän kysyntään valmistajat ovat kehittäneet "ratkaisujen" tarjontaa lupaamalla, että ne pystyvät toimittamaan kaikki ratkaisuun tarvittavat osat. Näitä "ratkaisuja" on siis pidettävä kyseisten markkinoiden tuotteena.

Kolmet eri markkinat

- (125) Schneider katsoo, että kukin keskustyypin (pää-, nousu- ja ryhmäkeskus) muodostaa erilliset markkinat. Ensinnäkin pääkeskukset erottuvat teknisiltä suoritusarvoiltaan (etenkin virtamäärän osalta) nousu- ja ryhmäkeskuksista, ja ainakin osassa pääkeskuksista käytetään vain niitä varten erikseen valmistettuja komponentteja (suurjännitekatkaisijoita, joita kutsutaan myös "veitsikatkaisijoiksi"). Pääkeskuksissa ei sen sijaan käytetä pienoiskatkaisijoita, jotka ovat erittäin yleisiä nousu- ja ryhmäkeskuksissa.

- (126) Toiseksi nousukeskukset erottuvat ryhmäkeskuksista siinä, että ne on kalibroitu vastaamaan pienempiä (alle 125 ampeerin) virtamääriä ja sisältävät sellaisia erityis-komponentteja (etenkin vikavirtasuojia), joita ryhmäkeskuksissa ei käytetä.

Komission analyysi

- (127) Seuraavissa kappaleissa tarkastellaan, minkä muuttujien mukaan sähkönjakokeskusten markkinoilla käydään kilpailua. Komission tutkinnan tuloksista käy ilmi, että yleensä sähkönjakokeskuksen osat ovat kaikki samanmerkkisiä. On kuitenkin pantava merkille, että sähkölaitteiden valmistajat myyvät osia tukkukauppiaille, mikä toisin sanoen tarkoittaa, että valmistajat kilpailevat myös komponenttien myynnissä. Tästä päätellen ilmoitetun keskittymän kilpailuvaikutusten analyysissä huomioon otettavina merkityksellisinä markkinoina on pidettävä sähkönjakokeskuksiin tarkoitettujen komponenttien markkinoita.

Sähkönjakokeskuksen osat ovat useimmiten samanmerkkisiä

- (128) Komission tutkinta osoittaa sähkönjakokeskusten (etenkin, jos ne ovat asentajan kokoamia) osien edustavan

useimmiten samaa tuotemerkkiä. Tämä johtuu lähinnä nousukeskuksia koskevista teknisistä rajoituksista sekä pääasiassa ryhmäkeskuksia koskevista kauppatavoista.

Tekniset rajoitukset

- (129) Valmistajat kilpailevat samanaikaisesti sekä yksittäisestä komponentista että siitä ja muista osista koottujen jakokeskusten suorituskyvystä. Esimerkiksi koteloitulla katkaisijalla ei juuri ole käyttöä, ellei se ole yhteensopiva muiden keskuksen kokoonpanoon kuuluvien suojalaitteiden (muiden koteloitujen katkaisijoiden, pienoiskatkaisijoiden, varokkeiden jne.) kanssa.
- (130) Osapuolten toimittamista tiedoista ja komission tutkimuksen tuloksista ilmenee, että pääkeskuksissa ja nousukeskuksissa ei olisi taloudellisesti mahdollista varmistaa erimerkkisten komponenttien yhteensopivuutta. Esimerkkinä osapuolet mainitsevat, että erimerkkisten komponenttien käyttö pääkeskuksessa velvoittaisi sähkösuunnittelijat teettämään lisätestejä kokoamansa keskuksen moitteettoman toiminnan varmentamiseksi. Lisätiestien kustannukset olisivat tarjottavasta toimintatakuusta riippuen jopa 10 000—25 000 euroa, mikä on liikaa yhdelle jakokeskukselle.
- (131) Samoin nousukeskuksissa valmistajan myymät kaapit ja kaappielementit (kiinnityslevyt jne.) on suunniteltu nimenomaan kyseisen valmistajan komponentteihin sopiviksi. Kukin valmistaja on kehittänyt omia asennusohjelmistoja, joilla on tarkoitus helpottaa jakokeskuksen kokoamista.
- (132) Jaetun jakokeskuksen etupaneeliin on yleensä sijoitettu koteloitu katkaisija, joka syöttää ja suojaa useita syöttökennoja, jotka puolestaan on suojattu pienoiskatkaisijoilla. Jotta yhdessä syöttökennossa tapahtuva vikaantumisen laukaisisi vain lähinnä vikakohtaa sijaitsevan suojalaitteen mutta ei muiden jakokeskukseen yhdistettyjen syöttökenttien suojalaitteita, kyseisessä syöttökennossa ilmenevä vika on eristettävä omalla erillisellä suojalaitteellaan eikä jakokeskuksen etupaneelissa olevalla suojalaitteella. Tätä kutsutaan suojausjärjestelmän ”selektiivisyydeksi”.
- (133) Vaikuttaa kuitenkin siltä, että ainakin nousukeskusten osalta selektiivisyys on varmistettu äärimmäisen tarkkoilla rakenneominaisuuksilla (koskettimen avautumisnopeus, katkaisijan laukaisutilanteessa läpäisevä energiamäärä jne.), jotka liittyvät tuotteiden rakenteeseen ja valmistustapaan. Schneider katsookin, että kaksi samanlaista standardinmukaista katkaisijaa voivat olla suoritusarvoiltaan hyvin erilaisia, joten valmistajien on mahdotonta taata toistensa tuotteiden selektiivisyyttä.
- (134) Komponenttien yhteensopivuudella ja selektiivisyydellä on sähkösuunnittelijalle ja asentajalle ratkaiseva merkitys, koska juuri niiden perusteella sähkösuunnittelija voi taata valmiin jakokeskuksen toimivuuden ja siis asiakkaansa tyytyväisyyden. Osien yhteensopivuus ja selektiivisyys voidaan turvata vain käyttämällä samaa tuotemerkkiä, joten sähkösuunnittelijat välttävät yhdistelmästä erimerkkisiä komponentteja ja hankkivat kaikki jakokeskukseen tarvittavat sähkölaitteet ja tarvikkeet yhdeltä ja samalta valmistajalta. Kuten yksi sähkösuunnittelijoista toteaa ⁽²⁷⁾, ”erimerkkisiä tuotteita ei ole tapana sekoittaa. [...]” * Asennussäännöissään vaaditaan saman tuotemerkin käyttöä”.
- (135) Tästä seuraa, että pää- ja nousukeskuksissa käytetyn keksien komponentin, kuten koteloitun katkaisijan, tuotemerkki määrää yleensä myös keskuksen muiden suoja-komponenttien tuotemerkin. Jos sähkösuunnittelija on esimerkiksi jo määritellyt koteloitun katkaisijan merkin, tämä ratkaisu rajoittaa tosiasiallisesti muidenkin komponenttien (kaapin, pienoiskatkaisijoiden jne.) valintaa, sillä keskuksessa voidaan käyttää vain valitun katkaisijan kanssa yhteensopivia tuotemerkkejä.
- (136) Vaikuttaa kuitenkin siltä, ettei aivan kaikkien keskuksen osien tarvitse välttämättä olla samanmerkkisiä ja että joidenkin komponenttimerkkien välillä on päällekkäisyyttä. Näin näyttää olevan varsinkin sellaisten komponenttien kohdalla, jotka eivät ole varsinaisia suojalaitteita (esimerkiksi kaappielementit). Itse asiassa nousukeskuksiin asennettavien eri komponenttien myyntiosuudet voivat vaihdella huomattavasti samalla maantieteellisellä alueella. Ranskassa nousukeskuksiin tarkoitettujen Schneiderin katkaisijoiden markkinaosuus on noin [50—90]* prosenttia, mutta jää kaappien kohdalla alle [30—40]* pro-

⁽²⁷⁾ Spie Trindel, vastaus I vaiheen kyselylomakkeeseen.

senttiin. Osapuolten mukaan nämä erot selittyvät samantyyppisissä jakokeskuksissa mahdollisten ratkaisuvaihtoehtojen moninaisuudella. Siinä tapauksessa edellä mainituista markkinaosuuksista olisi pääteltävä, että Schneiderin myymät nousukeskukset sisältävät keskimäärin kaksi kertaa niin paljon katkaisijoita kuin kilpailijoiden myymät nousukeskukset. Tämä lienee hyvin epätodennäköistä, kun otetaan huomioon, miten paljon Schneiderin asiakaskunta vaihtelee Ranskassa. Todennäköisempi selitys on, että katkaisijoissa on (yhteensopivuus- ja selektiivisyydestä) vähemmän päällekkäisyyttä kuin kaappielementeissä, joita eivät koske samat selektiivisyys- ja yhteensopivuusvaatimukset kuin katkaisijoita. Sama koskee vikavirtasuojakytkimiä, joita tarjoavat erikoistuneet valmistajat, esimerkiksi Legrandin tytäryhtiö Baco, joka myy vikavirtasuojia omalla tuotemerkillään. Osapuolten eri komponenttiryhmistä antamien tietojen perusteella eri komponenttien markkinaosuudet vaihtelevat voimakkaasti ryhmäkeskusten kohdalla.

Kauppatavat

- (137) Erimerkkisten komponenttien käyttö samassa jakokeskuksessa vaikuttaa siis teknisesti mahdolliselta, ja joskus niin tehdäänkin. Mutta kuten osapuolet muistuttavat, ryhmäkeskukset kokoa ja valitsee pääasiassa asentaja, joka "on yleensä merkkiuskollinen ja ostaa koko sarjan samalta valmistajalta asennuksen helppouden, tuotteiden ulkonäön, laitteiden toimivuuden ja valmistajan teknistä laatua kohtaan tuntemansa luottamuksen perusteella" ⁽²⁸⁾. Vaikkei erimerkkisten komponenttien käytölle ryhmäkeskuksissa ole teknisiä esteitä, kaikki asentajan ostamat komponentit ovat siis useimmiten samanmerkisiä.
- (138) Edellä esitetyt päätelmät osoittavat myös, että kattava tuotevalikoima on tuotemerkille tärkeä kilpailuetu kyseisillä markkinoilla. Kuten yksi valmistajista toteaa ⁽²⁹⁾, "kun otetaan huomioon markkinoiden pyrkimys toimittaa kokonaisvaltaisia laitteistoratkaisuja ja integroituja järjestelmiä, pienille valmistajille tai erillisten komponenttien valmistajille on jatkuvasti vähemmän tilaa markkinoilla".
- (139) Kattavan tuotevalikoiman vaatimus selittyy ensinnäkin sillä, että asentajat ja sähkösuunnittelijat kysyvät ensimmäiseksi niitä tuotemerkkejä, joiden turvallisuudesta ja yhteensopivuudesta on riittävät takeet eri toimintojen konfiguraatiosta ja siis jakokeskukseen valittujen eri komponenttien kokoonpanosta riippumatta. Kun otetaan huomioon pää- tai nousukeskukseen soveltuvien eri komponenttien määrä (Schneiderin laskujen mukaan nousukeskuksia varten on tarjolla on yli 3 000 tuotemallia), tuotemerkin valmistajan on kyettävä toimittamaan koko näihin jakokeskuksiin tarvittavien suojalaitteiden valikoima.
- (140) Laajan tuotevalikoiman merkitystä ja sitä, etteivät erimerkkiset tuotteet merkittävässä määrin korvaa toisiaan, kärjistävät vielä muutkin alalle tyypilliset ominaispiirteet. Kuten General Electric (GE) huomauttaa, "sähkösuunnittelijat ja asentajat pyrkivät yleensä ostamaan kaikki tuotteet samanmerkkisinä yhdeltä valmistajalta. Tämä vähentää transaktiokustannuksia, parantaa koulutus- ja huolto-mahdollisuuksia ja takaa eri komponenttien teknisen yhteensopivuuden." Lisäksi jotkin sähkösuunnittelijat ja asentajat kertoivat, että summakaupoista tai tietyn tuotemerkin vuotuisista hankintakiintiöistä tarjotaan hinnanalennuksia tai koulutustilaisuuksia. Kuten tutkinnan tulokset osoittavat, laaja tuotevalikoima muodostaa merkittävän edun kilpailtaessa myynnistä tukkukauppiaille.
- (141) Kaikilla osapuolten tärkeillä kilpailijoilla (kuten ABB:llä, Siemensillä tai Hagerilla) on täydelliset komponenttivalikoimat. Keskisuurten valmistajien, jotka eivät tuota kaikkia komponentteja, onkin tavallisesti täydennettävä valikoimaansa hankkimalla puuttuva komponenttityyppi muilta valmistajilta ja sisällyttämällä se omiin tuotevalikoimiinsa. Näin tekevät esimerkiksi Moeller (joka hankkii suurjännitekatkaisijat Schneiderilta), Gewiss (jonka kehittämä nousukeskusratkaisu rakentuu ABB:n valmistamien koteloitujen katkaisijoiden ympärille) ja Schneider (joka ostaa varokekytkimet ABB:ltä ja varokkeet Holecilta ja Harvey Bubblelta).

Valmistajien välistä kilpailua suhteessa kysyntään käydään myös komponenteista

- (142) Osapuolten kannattama merkityksellisten tuotemerkkien määritys niin, että ne muodostuvat komponenttien lopullisista kokoonpanoista eli "ratkaisuista", ei kuitenkaan näytä pitävän tarkastelussa. Kuten seuraavissa

⁽²⁸⁾ S. 54 — lomake CO.

⁽²⁹⁾ Gewiss, vastaus I vaiheen kyselylomakkeeseen.

kappaleissa esitetään, taloudelliset tosiseikat kumoavat tämän näkemyksen, ja myös osapuolten omista asiakirjoista käy selville, että komponenttien myyntiin kohdistuvat aivan samat kilpailupaineet.

Taloudelliset tosiseikat osoittavat, että markkinoiden toiminta perustuu komponenttien myyntiin

- (143) Sulautuma-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan c alakohdan mukaisesti 30 päivänä maaliskuuta 2001 tekemässään päätöksessä (jäljempänä "6 artiklan 1 kohdan c alakohdan mukainen päätös") komissio toteaa, ettei voida sulkea pois sitä mahdollisuutta, että kukin sähköjakokeskusten komponenttiryhmä kuuluu omille merkityksellisille tuotemerkkinoilleen. Tässä tapauksessa tuotemerkkinä olisi määriteltävä pikemminkin komponenttiryhmien kuin tarjottujen "ratkaisujen" mukaan. Sulautuma-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan c alakohdan mukaisessa päätöksessä komissio panee erityisesti merkille monien kolmansien osapuolten kertoneen, että tavallisesti valmistaja myy sähkölaitteiden komponentit tukkukauppiaille tai sähkösuunnittelijoille sellaisinaan eikä johonkin valmiiseen "ratkaisuun" integroituina (ratkaisujen kokoaminen jätetään siis sähkösuunnittelijoiden ja asentajien tehtäväksi).
- (144) Edellä mainitussa päätöksessä komissio pani merkille, etteivät eräät kilpailijat näyttäneet itse valmistavan kaikkia tarjoamiinsa "ratkaisuihin" (sähkönjakokeskuksiin) integroitavia tuotteita ja ettei pää-, nousu- ja ryhmäkeskuksia ole eritelty osapuolten tuoteluetteloissa omiksi segmenteikseen, kuten osapuolet väittävät, vaan komponentit on päinvastoin jaoteltu tuotevalikoimittain tai tuoteryhmittäin suoritusarvojen mukaan.
- (145) Komission tarkka tutkinta vahvisti, että tukkukauppiat, sähköasentajat ja sähkösuunnittelijat ostavat — ja valmistajat myyvät — pelkkiä komponentteja. Valmiiksi integroituvia jakokeskuksia ei varsinaisesti ole myytävänä. Sähkösuunnittelijoiden ja asentajien tehtävänä on sitten koota osista sähkönjakokeskus, joka vastaa suojattavan laitteiston teknisiiä ominaispiirteitä. Jakokeskuksen rakenne ja kokoonpano, siis erityisesti siihen valittu katkaisijoiden (suurjännitekatkaisijat, koteloidut katkaisijat tai pienoiskatkaisijat), varokkeiden ja vikavirtasuojien yhdistelmä, sekä näiden komponenttien valinnat riippuvat ennen kaikkea suojattavan laitteiston teknisistä ominaisuuksista.
- (146) Mitään "standardikeskusta" ei siis voi olla olemassa, koska jokaisen jakokeskuksen on käytännössä sovellet-

tava sen sähkölaitteiston ainutkertaisiin ominaisuuksiin, johon se on integroitava. Kuten Legrand toteaa⁽³⁰⁾, "mahdollisten konfiguraatiovaihtoehtojen määrä on hyvin suuri, joten tyyppillisen jakokeskuksen määrittely on hyvin vaikeaa". Jakokeskus siis suunnitellaan ja kootaan vasta myöhemmässä vaiheessa, ja sähkösuunnittelija, sähköasentaja ja/tai suunnittelutoimisto tekevät sen yhdessä loppukäyttäjän kanssa.

- (147) Vastauskirjelmässään osapuolet myöntävät, ettei varsinaisia standardimuotoisia jakokeskuksia käytännössä ole olemassa, mutta standardiratkaisuja sen sijaan on. Tätä ne perustelevat ensinnäkin sillä, että jakokeskus kootaan aina samantyyppisistä komponenteista (katkaisijoista, vikavirtasuojista, kaappielementeistä tai koteloista jne.). Toiseksi asiakaskunta vaatii tyyppiratkaisuja, mistä ovat osoituksena ohjelmistot, joita valmistajat ovat kehittäneet vastauksena asiakkaiden, siis asentajien, tarpeisiin.
- (148) Komissio ei kiistä näitä havaintoja. Se kuitenkin katsoo, ettei niitä missään tapauksessa voida tulkita niin, että ne todistaisivat standardimuotoisen jakokeskuksen olemassaolon. Jos tietyn tyyppisissä jakokeskuksissa on yleensä tietyn tyyppisiä osia, se osoittaa, että kaikilla näillä jakokeskuksilla on sama käyttötarkoitus, mutta ei merkitse, että ne olisivat kaikki täysin samanlaisia. Jokaisen jakokeskuksen ainutlaatuisuuden (ja siis käytännössä sen, ettei mitään standardimuotoista jakokeskusta ole) vahvistaa myös se, että niiden mitoittamiseksi on kehitetty apuohjelmistoja, joiden avulla määritellään kunkin asiakkaan tarpeita parhaiten vastaava kokoonpano. Näin ollen komissio pysyy kannassaan, jonka mukaan ei ole olemassa standardimuotoisia jakokeskuksia lukuun ottamatta muutamia ryhmäkeskuksia, jotka on standardoitu soveltumaan vain tiettyihin konfiguraatioihin ja edustavat hyvin pientä osaa myynnistä. Se, mitä osapuolet nimittävät "standardiratkaisuksi", näyttää olevan vain osoitus tuotemerkin yhtenäisyydestä.
- (149) Yleensä sähkölaitteiden valmistaja ei siis kokoa eikä myy itse jakokeskuksia, vaan myy (suoraan tai tukkukauppiaan kautta) kolmansille yrityksille (sähkösuunnittelijoille, asentajille) pelkkiä komponentteja, joita nämä tarvitsevat omien asiakkaidensa tilaaman sähkölaitteiston kokoamiseen. Osapuolten ja niiden kilpailijoiden tuoteluettelotkin on järjestetty komponenttiryhmittäin eikä jakokeskustyyppin mukaan. Luetteloissa esitellään erilaisen komponenttien tarkat tekniset ominaisuudet, mutta ei välttämättä edes mainita, minkä tyyppiin jakokeskukseen ne on tarkoitettu.

⁽³⁰⁾ Legrand, vastaus kysymykseen 65.

- (150) Osapuolet huomauttivat vielä, että 80 prosenttia nousu- tai ryhmäkeskustarvikkeista myydään jakelukanavien kautta. Kuten Schneider täsmentää ⁽³¹⁾, "[jokainen tukkukauppias] ostaa osapuolilta komponenttieriä tai osakokoonpanoja varastoon, josta se voi myydä asiakkailleen tuotteita, joita nämä tarvitsevat toimeksiantajiensa tilaamien eri järjestelmien konfiguraatioissa". Tämä vastaus vahvistaa, että nousu- ja ryhmäkeskusten osalta tukkukauppioiden tilaukset koskevat nimenomaan komponentteja eikä integroituja ratkaisuja.
- (151) Komission kysymyksiin lähettämässään vastauksessa ⁽³²⁾ Schneider toimitti kopiot suurimmista nousu- ja ryhmäkeskuslaitteita koskevista tilauksista sekä niitä vastaavista laskuista kustakin ETA-alueen jäsenvaltiosta. Tositteista käy selvästi ilmi, että Schneiderin asiakkaiden tilaukset koskevat käytännössä aina komponentteja (joista mainitaan tarkka mallinumero) eivätkä suinkaan ratkaisuja. Tähän sääntöön on harvoja poikkeuksia, joista käytännöllisesti katsoen kaikki liittyvät suoraan myyntiin muille asiakkaille kuin tukkukauppiaille ja sähkösuunnittelijoille. Kuten edellä huomautettiin, tämän myynnin osuus on hyvin mitätön (nousukeskuksissa alle 5 prosenttia ja ryhmäkeskuksissa alle 10 prosenttia).
- (152) Edellä esitetystä kuvauksesta käy selvästi ilmi, että nousu- ja ryhmäkeskusten alalla osapuolten myynti muodostuu lähes kokonaan komponenteista, ei "integroiduista ratkaisuista". Sama koskee niiden kilpailijoita.

Komponentteihin liittyvät kilpailupaineet

- (153) Komponenttien samanmerkkisyyden taustalla olevien syiden (teknisten vaatimusten ja kauppatapojen) tarkastelu osoittaa, että täyttä komponenttivalikoimaa (välttämätön edellytys markkinoilla pysymiseksi) tarjoavalla valmistajalla on erityisen vahva asema kyseisen komponenttityypin markkinoilla ja että se pystyy käyttämään siellä huomattavaa markkinavoimaa.
- (154) Ryhmäkeskusten tapauksessa asentajien merkkiuskollisuus näyttää olevan ainoa syy siihen, että kaikki komponentit valitaan samasta tuotemerkestä. Kilpailuedellytysten tarkastelu kuitenkin osoittaa, että markkinaosuudet voivat vaihdella merkittävästi komponentista riippuen. Tutkinnan tuloksista käy esimerkiksi ilmi, että joidenkin valmistajien markkinaosuudet voivat olla jopa kaksinkertaisia toisiin verrattuna. Nämä erot osoittavat, etteivät kaikkien komponenttien kilpailuedellytykset ole samantyyppiset.
- (155) Nousukeskusten kohdalla osapuolet vetoavat teknisiin vaatimuksiin (yhteensopivuuteen ja selektiivisyyteen) sen perustelemiseksi, miksi analyysi olisi tehtävä yksinomaan "ratkaisujen" tasolla. Vastauskirjelmässään ne muistuttavat niin ikään, että samanmerkkisten osien valinnasta koituu sähkösuunnittelijoille huomattavia aikasäästöjä (25—50 prosenttia) jakokeskuksen kokoamisessa.
- (156) Kuten edellä osoitettiin, eri tuotemerkkien välillä näyttää olevan päällekkäisyyttä ainakin kaappielementtien kohdalla. Vaikka katkaisijoissa ei juuri esiinny päällekkäisyyttä, tämä ei tarkoita, ettei koteloiduilla katkaisijoilla voisi olla eri kilpailuedellytykset kuin muilla suojalaitteilla. Nehän ovat avainkomponentteja, joiden valinta ratkaisee kaikkien muiden suojakomponenttien valinnan. Valmistajilla on jo luonnostaan taipumus keskittää T&K- ja myynninedistämistoimintansa avainkomponentteihin mieluummin kuin muihin komponentteihin. Tämän vahvistavat myös osapuolten vastauskirjelmässä esitetyt luvut. Ne osoittavat, että Italiassa koteloitujen katkaisijoiden alimman hinnan (alennettu hinta) ja korkeimman hinnan (alentamaton hinta) ero oli tarkastelujaksolla 1998—2000 jopa [20—30]* prosenttia, mutta jäi pienoisratkaisijoiden kohdalla alle [10—20]* prosenttiin. Tämä viittaa siihen, että "avainkatkaisijoiden" alennukset ovat perinteisesti suurempia kuin muiden katkaisijoiden.
- (157) Markkinoiden arvioiminen komponenttien tasolla vaikuttaa järkevämmältä myös siksi, että yleensä tuotemerkin arvo muodostuu juuri tällä tasolla. Osapuolet itsekin arvioivat asemaansa pienjännitelaitteiden markkinoilla nimenomaan komponenttien tasolla. Legrandin useimmista ETA-maista laatimissa "keskipitkän aikavälin suunnitelmissa 2001—2005" Legrandin markkinaosuudet eritellään komponenttiryhmittäin ("tehonkatkaisijat", "[nousukeskuksiin tarkoitetut] katkaisijat", "johtosuoja-automatit", "kotelot"). Missään näistä asiakirjoista ei esitetä arvioita "ratkaisujen" (siis pienjännitekeskustyyppien) markkinoista.

⁽³¹⁾ Osapuolten vastaukset 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymyksiin 68 ja 113.

⁽³²⁾ Vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymyksiin 70 ja 112.

- (158) Osapuolten sisäisistä asiakirjoista löytyy myös selvityksiä, joissa painotetaan komponenttien tärkeyttä sinänsä. Esimerkiksi Legrand-konserniin kuuluva Bticino huomauttaa seuraavaa ⁽³³⁾: "[...]*". Samoin Legrand ⁽³⁴⁾ esittää asiasta yksityiskohtaisia analyysejä, joissa nousukeskukseen tarkoitettuja katkaisijoita käsitellään erikseen johtosuoja-automaateista. Schneiderin kolmivuotissuunnitelmassa [...]* korostetaan [...]* uuden tuotevalikoiman saapumisesta koituneita myönteisiä vaikutuksia sekä näiden komponenttien myöhempää käyttöä, joka on edistänyt muiden tuotteiden myyntiä. [...]* Schneider luottaa [...]* valikoimaan, jonka se katsoo lujittavan asemaansa teollisuusasiakkaiden piirissä, ja esittää [...]* valikoimansa syyksi heikon kilpailukyvyn kotitalousasiakkaiden keskuudessa.
- (159) Tapa, jolla näissä asiakirjoissa korostetaan yksittäisen komponentin (tässä tapauksessa [...]*) strategista roolia, kuvastaa hyvin komponenttien tärkeää merkitystä eri valmistajien kilpailustrategioissa. Komponenttien merkitys käy ilmi myös sähkösuunnittelijoille ja asentajille tarkoitetuista mainoksista. Niissä korostetaan nimenomaan komponenttien eikä komponenteista koottujen valmiiden ratkaisujen suorituskykyä.
- (160) Lopuksi on pantava merkille, että [...]* ⁽³⁵⁾.
- (161) Vastauskirjelmässään osapuolet kiistävät käyttävänsä mitään markkinavoimaa komponenttien alalla. Ne katsovat erityisesti, ettei hypoteettisen monopolin paljastamiseksi käytettyä hintatestiä voida soveltaa mihinkään yksittäiseen komponenttityyppiin, koska kaikki valmistajat tarjoavat samaa tuotevalikoimaa. Yhdestä ainoasta komponenttityypistä muodostuva hypoteettinen monopoli on siis markkinatodellisuudelle täysin vieras oletus.
- (162) Komissio ei voi yhtyä tähän näkemykseen. Vaikka on totta, ettei yhdestä komponenttityypin muodostuva monopoli vastaa markkinatodellisuutta, kullakin komponenttityypillä voi siitä huolimatta olla erilaiset kilpailuedellytykset (ja siis mahdollista markkinavoimaa). Vaikka kaikkien valmistajien on tarjottava ja kaikkien asentajien ostettava kaikki jakokeskuksen kokoamiseen tarvittavat osat, tämä ei välttämättä merkitse, että eri valmistajien kilpailukyky, kysynnän piirteet ja hintakehitys olisivat kaikkien komponenttien osalta samanlaiset. Toisin sanoen se, ettei hintatestiä teknisesti ottaen voida soveltaa yksittäiseen komponenttiin (koska kaikki valmistajat myyvät kaikkia tuotteita), osoittaa epätodennäköiseksi sen, että yksittäisestä komponentista voisi muodostua monopolitilanne täysin muista komponenteista riippumatta. Tämä ei kuitenkaan sinällään estä markkinavoiman olemassaoloa komponenttien myynnissä.
- (163) Jo se, että on olemassa tiettyjä "avainkomponentteja" (mitä osapuolet eivät kiistä), osoittaa tiettyjen komponenttien olevan muita tärkeämpiä, jolloin niiden kilpailuedellytyksetkin voivat olla erilaiset kuin muiden. Kuten edellä mainittiin, muutamien komponenttien (erityisesti kaappien tai koteloiden) välillä on lisäksi päällekkäisyyttä.
- (164) Tämän vahvistavat laajalti Schneiderin toimittamat tiedot, jotka paljastavat merkittäviä eroja erityyppisten komponenttien voittomarginaaleissa.

⁽³³⁾ Bticino, "Plans Moyen Terme" [...]*.

⁽³⁴⁾ Legrand, "Plans Moyen Terme".

⁽³⁵⁾ Schneider, "La convergence tarifaire européenne".

Marginaalitalukko

Tuote	Pääkeskukset		Nousukeskukset		Ryhmäkeskukset	
	Bruttomargin.	Nettomargin.	Bruttomargin.	Nettomargin.	Bruttomargin.	Nettomargin.
Suurjännitekattaisijat	[40-60]* %	[20-40]* %				
Koteloidut kattaisijat	[40-60]* %	[10-30]* %	[50-70]* %	[20-40]* %		
Pienoiskattaisijat ja vikavirta-suojakytkimett			[50-70]* %	[20-40]* %	[50-70]* %	[20-40]* %
Kaapit ja muut tarvikkeet (tai kotelot)	[20-40]* %	[0-20]* %	[50-70]* %	[20-40]* %	[20-40]* %	[0-20]* %

Lähde: Schneider, vastaus 6. huhtikuuta 2001 lähetettyyn kyselyyn.

Päätelmä

- (165) Kuten todetaan komission tiedonannossa merkityksellisten markkinoiden määritelmästä ⁽³⁶⁾, "määrittelemällä markkinat [...] pyritään saamaan selville asianosaisten yritysten sellaiset todelliset kilpailijat, jotka voivat rajoittaa yritysten käyttäytymistä ja estää niitä käyttäytymästä todellisista kilpailupaineista riippumattomasti". Merkityksellisten markkinoiden määrittelyn tavoitteena on siis eritellä ne alat, joilla määräävässä asemassa oleva toimija voi käyttää markkinavoimaa, ja tarjota käsitteellinen kehys kysynnän ja tarjonnan edellytysten arvioimiseksi näillä aloilla.
- (166) Edellä esitetty analyysi osoittaa, että valmistajat voivat käyttää markkinavoimaa kahdella tasolla: ensimmäistä tasoa edustaa tuotemerkki (ja siis kaikki jakokeskukseen integroitavaksi tarkoitetut komponentit yhdessä) ja toista kukin komponenttiryhmä erikseen.
- (167) Asiakkaiden yleinen tapa suosia yhtä tuotemerkkiä pakottaa valmistajat pitämään täydellistä tuotevalikoimaa ja antamaan takeet näistä tuotteista koottujen jakokeskusten (teknisestä ja taloudellisesta) suorituskyvystä. Kun jakokeskukseen on valittu yksi keskeinen komponentti (esimerkiksi kattaisija), myös muut saman jakokeskuksen osat hankitaan tavallisesti saman tuotemerkin valmistajalta. Näin on varsinkin muiden nousukeskuksiin tarkoitettujen kattaisijoiden kohdalla, mikä johtuu edellä mainituista yhteensopivuuteen ja selektiivisyyteen liitty-

vistä syistä. Ensimmäistä kilpailutasoa edustaa siis kaikkien komponenttien (tai ainakin kaikkien suojakomponenttien) muodostama kokonaisuus.

- (168) Edellä esitetystä käy samaten ilmi, että (i) samanmerkkisyys ei ole ehdoton vaatimus ryhmäkeskuksissa sen paremmin kuin nousukeskuksissakaan, (ii) tuotemerkkien päällekkäisyys vaikuttaa yleisemmältä kaappielementeissä tai kotelossa kuin itse suojalaitteissa, (iii) käytännössä "avainkomponentin" tuotemerkki määrää muiden osien tuotemerkin ja (iv) eri valmistajien kilpailuasetmat voivat vaihdella merkittävästi komponenttityypin mukaan. Eri komponenttityyppien kilpailuedellytykset eivät siis ole yhtenäiset. Tämän vahvistavat myös osapuolten vastauskirjelmässä toimitetut tiedot. Ne nimittäin osoittavat, että kullekin komponenttityypille (esimerkiksi tietylle pienoiskattaisijalle tai kotelotyyppille) määritellään erilliset alennukset, mikä viittaa vahvasti siihen, että kilpailupaineet vaihtelevat komponentista riippuen. Lisäksi nousukeskusten avainkomponenttien (koteloidut kattaisijat) ja muiden tuotemerkkien kanssa päällekkäisten komponenttien (kaappielementit) alennukset näyttävät olevan huomattavasti suurempia kuin pienoiskattaisijoiden.
- (169) Vastauskirjelmässään osapuolet kiistävät tämän päätelmän ja katsovat, että kilpailua on päinvastoin arvioitava vain jakokeskusten tasolla, toisin sanoen kunkin jakokeskustyyppin kokoonpanoon kuuluvien komponenttien muodostaman kokonaisuuden tasolla. Osapuolet vetoavat erityisesti (i) teknisiin seikkoihin (yhteensopivuuteen, selektiivisyyteen jne.) ja taloudellisiin syihin (asennusaikaan), jotka rajoittavat erimerkkisten tuotteiden yhdis-

⁽³⁶⁾ Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määritelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta (97/C 372/03).

telyä, (ii) asentajien ja sähkösuunnittelijoiden tapaan pitäytyä aina samassa tuotemerkissä ja (iii) siihen, että kaikki valmistajat joutuvat pakostikin tarjoamaan kaikkia jakokeskuksen kokoamiseen tarvittavia komponentteja. Osapuolet vetoavat niin ikään NERA-konsulttitoimistolta tilaamaansa tutkimukseen, joka niiden mukaan osoittaa eri komponenttityyppien myyntivolyymien olevan voimakkaasti riippuvaisia toisistaan. Osapuolet katsovat tämän volyymien korrelaation todistavan, että komponentit muodostavat yhden ainoat markkinat.

[0—10]* prosenttia edelliseen kuukauteen verrattuna (kun taas [...] myynti kasvoi [20—30]* prosenttia). Tämä viittaa siihen, etteivät komponenttien hinnanalennukset vaikuta samalla tavalla kaikkiin jakokeskuksen kokoamiseen tarvittaviin komponentteihin, mikä vahvistaa, että kilpailua käydään myös toisella tasolla, jota edustaa kukin komponenttityyppi erikseen.

(170) Kuten edellä osoitettiin, komissio ei kiistä ensimmäisellä tasolla käytävää kilpailua, joka koskee kaikkien määrättyyn jakokeskustyyppiin tarkoitettujen komponenttien muodostamaa kokonaisuutta, eikä sitä, että tämä kilpailu edellyttää valmistajilta täydellisen tuotevalikoiman tarjoamista sekä takeita näistä komponenteista koottujen jakokeskusten teknisestä ja taloudellisesta suorituskyvystä. Komissio kuitenkin katsoo, ettei kilpailua käydä pelkästään tällä tasolla, vaan myös kustakin komponenttityypistä erikseen.

(173) Kolmanneksi NERAn toimittamat tiedot osoittavat, etteivät eri komponenttien hinnanvaihtelut ole merkittävästi riippuvaisia toisistaan. Hinnat vaihtelevat tuotteiden kysynnän ja tarjonnan kehityksen mukaan. Hintakorrelaation puuttuminen vain korostaa kunkin komponenttityypin erillistä asemaa ja vahvistaa, että kunkin komponenttityypin hinta määräytyy suurelta osin kyseiselle tuotetyypille ominaisten tekijöiden mukaan (eikä kyseisten jakokeskusten markkinoilla tapahtuneen kilpailutilanteen muutoksen tuloksena).

(171) Komissio katsoo NERAn toimittamien tietojen pikemminkin vahvistavan kuin kumoavan sen, että markkinoita on järkevää arvioida juuri komponenttien tasolla. Ensinnäkin vaikuttaa siltä, että valmistajien järjestämät myyninedistämiskampanjat kohdistuvat pikemminkin yksittäisiin komponenttityyppeihin kuin kaikkiin jakokeskuksen kokoamiseen tarvittaviin komponentteihin yhdessä. Kesä- ja heinäkuussa 2000 Schneider tarjosi [0—20]* prosentin alennuksia joistakin [...] sekä [20—40]* prosentin hyvityksiä eräistä [...]*. Samoin Legrand on järjestänyt myyninedistämiskampanjoita tiettytyyppisistä ryhmäkeskuksiin asennettavista [...] ja toisella kertaa joistakin [...]*. Näiden hinnanalennusten suuruus ja niiden kohdistaminen vain yhteen komponenttityyppiin osoittaa, että kustakin komponenttityypistä kilpaillaan erikseen.

(174) Lopuksi komissio katsoo, että NERAn havaitsema komponenttien myyntivolyymien korrelaatio ei kyseenalaista erillisen kilpailun käymistä komponenttien tasolla. Korrelaatiolaskelmassa ei ole otettu huomioon toiminnan kausivaihteluja. Kausivaihtelu on joskus hyvin voimakasta, etenkin elokuussa, jolloin myyntivolyymit voivat laskea yli 75 prosenttia heinäkuuhun verrattuna. NERAn toimittamissa tiedoissa ei ole eritelty tätä ilmiötä, joten volyymien korrelaatio on niissä merkittävästi yliarvioitu. Tosiasiallisen korrelaation mittaamiseksi komissio teki osapuolten toimittamien tietojen perusteella omia laskelmia. Laskelmat osoittavat, että myynnin kausivaihtelusta erotettuna korrelaatio pienenee huomattavasti ulottuen sellaiselle arvoalueelle (noin 0,7), josta ei voida tehdä tarkkoja johtopäätöksiä.

(172) Toiseksi osapuolten toimittamat tiedot viittaavat myös siihen, että myyninedistämiskampanjat vaikuttavat merkittävästi kyseisten tuotteiden myyntiin, mutta vain lievästi muiden sellaisten komponenttien volyymeihin, joita kyseiseen tuotteeseen yhdistetään "ratkaisujen" kokoamiseksi. Kun Bticino tarjosi (Italiassa) [0—20]* prosentin hyvityksen tietyistä [...] tammikuussa 2000, [...] myynti kasvoi [0—20]* prosenttia joulukuuhun 1999 verrattuna, mutta [...] myynti nousi vain [0—20]* prosenttia edellisestä kuukaudesta. Tämä ero on sitäkin suurempi, kun otetaan huomioon myynnin kausivaihtelut, koska siinä tapauksessa [...] myynti olisi laskenut

(175) Joka tapauksessa vaikuttaa selvältä, että eri komponenttityyppien myynnit ovat jossakin suhteessa toisiinsa, koska lopulliset myyntiluvut koskevat koottuja jakokeskuksia, ja jakokeskukset saadaan kokoamalla ne kyseisistä komponenteista. Komissio kuitenkin katsoo, ettei tämän suhteen perusteella voida päätellä, että kaikki komponentit yhdessä kuuluisivat samoille tuotemarkkinoille. Jos NERAn päätelmää sovellettaisiin autonvalmistusalalle, olisi renkaiden ja moottoreiden katsottava kuuluvan samoille tuotemarkkinoille, koska niiden myynti-

volyymit ovat (todennäköisesti) suhteessa toisiinsa (molempien osien myynti on siis kytköksissä autojen myyntiin). Tällainen päätelmä vaikuttaa melko järjettömältä, kun otetaan huomioon, etteivät kyseiset kaksi tuotetta ole korvattavissa keskenään (eivät kysynnän sen paremmin kuin tarjonnankaan puolella) ja että näiden kahden alan kilpailurakenteessa on perustavia eroja (autonvalmistajien integroituneisuus, keskittymisaste jne.). Juuri tästä syystä ekonometriset selvitykset tuotemarkkinoiden määrittämiseksi perustuvat pikemminkin hintojen kuin volyymin korrelaatioon⁽³⁷⁾. Komissio siis katsoo, ettei tämä suhde kyseenalaista erillisten kilpailuedellytysten olemassaoloa kunkin komponenttityypin tapauksessa, kun otetaan huomioon etenkin edellä esitetyt tosiseikat ja päätelmät. Tätä päätelmää vahvistaa vielä se, että toisten komponenttien myynti kasvaa ja toisten vähenee siitä huolimatta, että ne ovat pakostakin suhteessa toisiinsa.

(176) Vaikka tuotemerkillä ja komponenttivalikoiman laajuudella on toki merkitystä kilpailutilanteessa, tuotemerkin menestys perustuu pääasiassa eri komponenttien kilpailukykyyn. Koska yhtä komponenttia monopolisesti valmistava yritys voi monopoliasemallaan lisätä markkina-voimaansa, kilpailua on arvioitava kunkin komponenttityypin kohdalla erikseen.

(177) Näin ollen komissio päätelee, että ilmoitetun keskittymän kilpailuvaikutuksia on arvioitava kahdella tasolla: ensinnäkin kaikkien tietyn jakokeskustyyppien kokoonpanoon tarvittavien komponenttien tasolla (osapuolten ehdottama taso) ja toisaalta kunkin nousu- ja ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen komponenttien tasolla erikseen.

Tuotteiden segmentointi

Erottelu käyttötarkoituksen mukaan

(178) Komissio toteaa, että sähkönjakokeskuksessa käytetyt eri komponenttilajit eivät ole korvattavissa keskenään. Kaappi (tavallisesti metallista valmistettu päällys, joka koostuu rungosta ja siihen kiinnitettävistä ulkopaneeleista ja ovesta) tai kotelo sekä suojalaite (kuten katkaisija tai varoke) eivät siis missään tapauksessa ole korvattavissa keskenään.

(179) Lisäksi suojalaitteissa on tehtävä selvä ero toisaalta (sähkölaitteistoa ylivirralla tai oikosululta suojaavien) katkaisijoiden ja varokkeiden ja toisaalta (käyttäjää suojaavien) johtosuojaa-automaattien välillä. Samoista syistä vikavirtasuojakytkimet, joissa yhdistyvät sekä erotusreleen että katkaisijan toiminnot, eivät näyttäisi olevan korvattavissa muuntotyypisillä suojalaitteilla.

(180) Sama jaottelu pätee osapuolten mukaan myös tarjonnan puolella, koska kutakin komponenttityyppiä valmistetaan omassa erillisessä tuotantoketjussa (ja useimmiten vielä erillisessä tehtaassa). Tuotantoketjussa ei siis voida valmistaa minkään muun laiteryhmän tuotteita tai muuttaa tuotantosuuntaa hyväksyttävillä taloudellisilla edellytyksillä.

Katkaisijoiden ja varokkeiden erottaminen toisistaan

(181) Varokkeiden käyttötarkoitus on jokseenkin sama kuin katkaisijoiden (suojaaminen oikosuluilta ja ylivaraukselta). Komponentit ovat kuitenkin teknisesti erilaisia. Katkaisijat ovat sähkömagneettisia laitteita, kun taas varokeissa johtimena oleva vastuslanka kuumenee ja sulaa poikki ylivarauksen tai oikosulun sattuessa. Oikosulun tai ylivarauksen jälkeen varoke on korvattava uudella, mutta katkaisija yksinkertaisesti viritetään uudelleen, ellei virran määrä ole noussut oikosulkutasolle asti. Lisäksi varoke on yhdistettävä eristyskytkimeen, joka mahdollistaa jännitteen katkaisun varoketta vaihdettaessa. Vaikka varoke on huokeampi (asentaa) kuin katkaisija, se vaatii enemmän huoltoa juuri vaihtojen vuoksi, mikä tekee sen kokonaiskustannukset suuremmiksi. Näiden erojen vuoksi ja koska katkaisijoiden käyttö on yksinkertaisempaa, niitä käytetään yleisemmin kuin varokkeita ja ne näyttäisivät ennen pitkää korvaavan varokkeet.

(182) Varokkeiden ja katkaisijoiden välisten teknisten erojen, niistä jakokeskuksen huollolle aiheutuvien vaikutusten sekä niiden toisistaan poikkeavan tuotantotekniikan vuoksi herää kysymys, olisiko näiden kahden tuotteen välillä syytä tehdä ero. Tämä kysymys saa kuitenkin jäädä avoimeksi, koska se ei vaikuta keskittymän kilpailuvaikutusten arviointiin.

⁽³⁷⁾ Ks. esimerkiksi Stigler ja Sherwin, "The extent of the market", *Journal of Law and Economics*, vol. 28, 555—585, lokakuu 1985.

Katkaisijalajien erottaminen toisistaan

- (183) Katkaisijoissa on tehtävä ero suurjännitekatkaisijoiden, koteloitujen katkaisijoiden ja pienoiskatkaisijoiden välillä. Ensinnäkin vaikuttaa siltä, että niitä käytetään eri tarkoitukseen. Suurjännitekatkaisijat ovat pienjännitepääkeskuksen etupaneeliin asennettuja katkaisijoita, kun taas koteloituiden katkaisijat sijoitetaan pääasiassa pääkeskusten ulossyöttökohtaan tai nousukeskusten etupaneeliin. Pienoiskatkaisijat sijoitetaan nousukeskusten ulossyöttökohtaan tai ryhmäkeskuksiin.
- (184) Kuten edellä taulukossa 4 kuvataan, nämä katkaisijoiden käyttöön liittyvät erityispiirteet selittyvät niiden välisillä tehoeroilla. Osapuolten toimittamien tietojen mukaan myös katkaisijaryhmien hinnoissa on merkittäviä eroja. Schneider-konsernin laskuttama sisäinen luovutushinta on suurjännitekatkaisijoiden osalta [1 000—5 000]* euroa ⁽³⁸⁾, koteloitujen katkaisijoiden osalta [1 000—5 000]* euroa ⁽³⁹⁾ ja pienoiskatkaisijoiden osalta [0—50]* euroa ⁽⁴⁰⁾.
- (185) Vielä on huomattava, että kaikki nämä tuotteet valmistetaan eri tuotantoketjuissa niin, ettei tietyn katkaisijatyypin valmistaja pysty lyhyellä aikavälillä muuttamaan tuotantosuuntaansa muihin tuotteisiin ja alkaa markkinoida niitä.

Kaappien ja koteloiden erottaminen toisistaan

- (186) Osapuolten toimittamien tietojen mukaan pääkeskusten kaappielementtien, nousukeskusten kaappielementtien ja ryhmäkeskusten koteloelementtien välillä on tehtävä ero. Kaapit ja kotelot ovat pellistä tai muovista valmistettuja päällysosia, jotka suojaavat pienjännitejakokeskuksiin integroituja sähkökomponentteja. Kaapit ja kotelot ovat

sähköjakokeskuksen "päällyksiä", ja niitä täydentävät kaappielementit (DIN-kiinnityskiskot, kupariset kokoomakiskot jne.), joiden varaan sähkökomponentit asennetaan.

- (187) Osapuolten toimittamien tietojen mukaan sähköjakelun tasojen välillä on suuria eroja. Ensinnäkin ryhmäkeskusten kotelot (muovisia, DIN-kiskoasenteisia ja pitkälle standardoituja) erottuvat selvästi kaapeista (metallisia, voivat sisältää erikoiselementtejä jne.). Toisaalta jakokeskuksissa käytetyt kaapit eroavat pääkeskuksissa käytettävistä: toisin kuin pääkeskusaapit, joihin voi usein sisältyä sähkösuunnittelijoiden valmistamia erikoiselementtejä, nousukeskuksissa käytettävät kaapit ovat paljon standardoidumpia, ja niissä sähkösuunnittelijoiden tehtäväksi jää ainoastaan valmistajien toimittaman tarvikesarjan (Schneiderilla Prisma-tuotevalikoima ja Legrandilla Altistai MAS-tuotevalikoima) kokoaminen. Pääkeskusaappien on lisäksi täytettävä tiukat tekniset vaatimukset (liittyen sähkömekaaniseen jännitykseen, oikosulkujännitteisiin), joita ei sovelleta nousukeskusten kaappeihin.
- (188) Nämä erot pätevät myös tarjontapuolella, sillä nousukeskusaappien ja ryhmäkeskuskoteloiden standardoiminen on johtanut yleisesti siihen, että valmistajat ovat perustaneet niihin erikoistuneita tuotantoyksiköitä, joilla on vahva tuotantokapasiteetti, kun taas pääkeskusaappeja valmistetaan tavallisesti yleisyksiköissä, ja volyymit ovat melko pieniä (koska kaapit on voitava mukauttaa kunkin asennushankkeen erityisvaatimuksiin).

Liitäntäkatkaisijat

- (189) On huomattava, että edellä kuvailtujen komponenttien lisäksi on olemassa vielä yksi tuoteryhmä: liitäntäkatkaisijat. Sekä Ranskan valtion sähkölaitos Electricité de France (EDF) että Portugalin valtion sähkölaitos vaativat niiden käyttöä.

- (190) Liitäntäkatkaisijat erottuvat muista komponenteista siinä, että (i) niillä on kaksinkertainen suojaustehtävä, eli käyttäjän lisäksi ne suojaavat jakokeskusta energiahukalta, (ii) niitä käytetään sähkön hinnoittelussa (kulutuksen mittauksessa) ja (iii) ne ovat monisäätöisiä, joten sähkönjakelija voi kalibroida ne asiakkaan tarpeisiin sopiviksi.

⁽³⁸⁾ Liite, vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 25.

⁽³⁹⁾ Liitteen vastaukset 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymyksiin 25 ja 64.

⁽⁴⁰⁾ Liite, vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 64 sekä 13.3.2001 päivätty osapuolten muistio "Definition du marché de produits sur les segments 1, 2 et 4".

- (191) Liitäntäkatkaisijoista kaksi kolmasosaa myydään sähkölaitoksille ja kolmannes asentajille. Koska ne ovat sähkölaitosten erityistarpeisiin suunniteltuja laitteita, niille ei käytännössä ole olemassa korvaavia tuotteita. Lisäksi liitäntäkatkaisijoita ei integroida sähkönjakokeskuksiin. Nämä laitteet muodostavat siis erilliset merkitykselliset tuotemarkkinat.

Päätelmä

- (192) Edellä esitetyn perusteella merkitykselliset tuotemarkkinat voidaan määritellä joko keskustyyppien tasolla tai kunkin komponentin tasolla erikseen. Tämä kysymys voidaan jättää ratkaisematta, koska kilpailuvaikutukset ovat samat riippumatta siitä, kumpi määritelmä valitaan. Markkinat voidaan jaotella seuraavasti:

Taulukko 5

Kokoonpanot	Komponentit
Pääkeskuskaapit	Pääkeskukset
	Suurjännitekatkaisijat
	Pääkeskuksiin tarkoitetut koteloidut katkaisijat ja/tai varokkeet
Nousukeskukset	Nousukeskuksiin tarkoitetut koteloidut katkaisijat ja/tai varokkeet
	Nousukeskuskaapit
	Nousukeskuksiin tarkoitetut pienoiskatkaisijat ja/tai varokkeet
Ryhmäkeskukset	Ryhmäkeskuksiin tarkoitetut pienoiskatkaisijat ja/tai varokkeet
	Vikavirtasuojat
	Kotelot
Liitäntäkatkaisijat	

B.1.4 Sähkönjakokeskusten maantieteellisten markkinoiden määrittely

Osapuolten ehdottamat maantieteellisten markkinoiden määritelmät

- (193) Osapuolet katsovat, että pienjännitejakokeskusten markkinat ovat koko Euroopan laajuiset ⁽⁴¹⁾. Osapuolet selittävät tätä sillä, että kuljetuskustannukset ovat pienet (alle [...]*) prosenttia laitteiston kustannuksista), tuotanto on yleensä keskittynyt vain muutama Euroopassa sijaitsevaan tuotantoyksikköön ja Euroopassa on yhdenmukaisesti standardijärjestelmä.

Komission arvio

- (194) Komission tutkinta vahvisti, että nousukeskusten ja ryhmäkeskusten komponenteille on olemassa omat kansalliset markkinat. Tämä johtopäätös perustuu neljään seuraavaan seikkaan. Ensinnäkin eri jäsenvaltioissa myytyjen tuotteiden välillä on huomattavia eroja, jotka johtuvat varsinkin voimassa olevista sääntely- tai standardijärjestelmistä sekä olemassa olevista kansallisista käytännöistä. Toiseksi hinnat määritetään edelleen kansallisella tasolla, ja tiettyjen laitteiden osalta hintaerot eri maiden välillä ovat huomattavat (hinta voi olla kaksinkertainen toiseen maahan verrattuna). Kolmanneksi kilpailun kannalta ratkaisevat seikat sekä tarjonnan osalta (tuotemerkkien asemoi- ja myynti tukkukauppiaille) että kysynnän osalta (rakenne ja asiakkaiden odotukset) riippuvat olennaisesti kansallisista tekijöistä, kuten tukkukauppioiden keskittymisestä, koosta, maantieteellisestä toiminta-alasta sekä tuotemerkestä ja -valikoimasta vallitsevasta käsityksestä asentajien ja sähkösuunnittelijoiden piirissä. Nämä tekijät vaihtelevat huomattavasti maasta toiseen. Lisäksi maiden välillä on merkittäviä markkinoille pääsyn ja laajenemisen esteitä.
- (195) Markkinoiden kansallinen laajuus näkyy selvästi myös osapuolten organisaatiosta. Esimerkiksi kaikki strategiset asiakirjat laaditaan maakohtaisesti. Sama koskee sijoitta-

⁽⁴¹⁾ On huomattava, että osapuolet vetoavat etenkin asiassa IV/M.1434 — Schneider/Lexel 3. kesäkuuta 1999 tehtyyn komission päätökseen, jossa niiden mukaan käytettiin tätä eurooppalaisten maantieteellisten markkinoiden määritelmää. Tältä osin riittää, kun todetaan, ettei kyseisessä päätöksessä päästy lopulliseen ratkaisuun maantieteellisten markkinoiden täsmällisestä koosta.

jille suunnattuja esitteitä. Kuten Legrand tiivistää ⁽⁴²⁾, ”Legrand käy kilpailua monilla eri tasoilla riippuen markkinoista ja siitä, minkätyyppisiä tuotteita kulloinkin myydään. Legrandin pahimpiin kilpailijoihin kuuluvat Ranskassa Hager ja Entelec, Italiassa Gewiss ja Vimar, Yhdistyneessä kuningaskunnassa MK Electric [...]*. Tiettyt monikansalliset yhtiöt, kuten General Electric, ABB, Siemens, Schneider ja Matsushita kilpailevat Legrandin kanssa useammilla kuin yksillä kansallisilla markkinoilla.”

Valmistajien myymät tuotteet vaihtelevat maasta toiseen

(196) Eri jäsenvaltioissa myytyjen tuotteiden välillä voi olla huomattavia eroja. Schneiderin, Legrandin ja useiden muiden valmistajien toimittamat tiedot osoittavat, että viiden myydyimmän pienoiskatkaisijamallin luetteloissa on huomattavia eroja jäsenvaltiosta riippuen, ja vain harvat tuotteet esiintyvät useamman kuin kolmen jäsenvaltion myydyimpien mallien luettelossa. Schneider toimitti luettelon 15 ETA-valtion viidestä myydyimmästä pienoiskatkaisijamallista. Luettelossa mainitaan yhteensä 40 ryhmäkeskuksiin tarkoitettua katkaisijamallia. Näistä 40 mallista [...]* myydään Ranskassa, [...]* Italiassa, [...]* Espanjassa, [...]* Portugalissa jne. [...]* valtiossa myydään vain kahta (ja yli [...]* valtiossa ei yhtään) näistä malleista, ja [...]* niistä esiintyy alle viiden maan luettelossa. Samaa voidaan todeta nousukeskuksiin tarkoitettujen pienoiskatkaisijoiden ja johtosuoja-automaattien myynnistä. Tämä ilmiö toistuu myös Legrandin kohdalla. Schneiderin maakohtaisissa luetteloissa ei usein mainita ainuttakaan samaa tuotemallia, kuten havaitaan esimerkiksi Kreikan ja Italian (nousukeskuksiin tarkoitettujen pienoiskatkaisijat) tai Espanjan ja Belgian (vikavirtasuojat) tapauksessa. Sen sijaan koteloituja katkaisijoita myydään yleensä suurimmassa osassa jäsenvaltioita (toisin vaihtelevin hinnoin, kuten jäljempänä esitetään).

(197) Tämä tilanne selittyy pääasiassa sillä, että jäsenvaltioissa on käytössä eritasoisia säännöstöjä tai kansallisia käytäntöjä, jotka saavat eri maiden asentajat ja sähkösuunnittelijat käyttämään erilaisia tarvikkeita.

(198) Ensinnäkin on muistettava, että jäsenvaltioiden välillä on sääntöihin liittyviä esteitä. Esimerkiksi asennussäännöt

vaihtelevat jäsenvaltiosta toiseen. Ne koskevat etenkin turvallisuutta (maadoitusta, nollajohtimen virran katkaisua, tiettyjen riskialttiiden tilojen vikavirtasuojasta jne.). Säännöt ovat sitovia, ja niiden rikkomisesta voidaan määrätä asentajalle sakkoja. Näiden sääntöjen soveltaminen aiheuttaa sen, että pienjänniteasennuksiin tarkoitetuissa jakokeskuksissa on eri maissa käytettävä erilaisia komponentteja. Esimerkiksi Saksassa myytävät katkaisijat ovat yksinapaisia (vain vaihejohtimen virran katkaisu), kun taas Ranskassa ja Italiassa niiden on oltava kaksinapaisia (vaihejohtimen + nollajohtimen virran katkaisu). Samoin erään IEC:n asiakirjan ⁽⁴³⁾ mukaan joissakin maissa on kielletty vikavirtasuojat, jotka eivät katkaise nollajohtimen virtaa, ja muutamissa muissa jäsenvaltioissa on rajoitettu vaihtovirtakytkimen käyttöä tai kielletty se kokonaan.

(199) Toiseksi on pantava merkille, etteivät kaikki maat käytä samoja nollapisteen maadoitustapoja. Eri maadoitustapojen välisten toimintaerojen vuoksi maadoitustapa määräytyy usein sovelluksen (palvelun jatkuvuus, huoltoyksikön saatavuus, palovaara) sekä maadoitusjohtimien laadun (ja siis maaperän kovuuden) perusteella. Asuintiloihin tarkoitetuissa sovelluksissa suositaan saksankielisissä maissa usein TN-järjestelmää, kun taas Alankomaissa, Tanskassa ja Espanjassa käytetään yleensä TT-järjestelmää ja Norjassa IT-järjestelmää. Myös sähkölaitos voi määrätä nollapisteen maadoitustavan. Näin on erityisesti Ranskassa, jossa Electricité de France vaatii, että kotitalouslaitteiden on oltava TT- maadoitettuja.

(200) Nämä tekijät vaikuttavat komponenttien valintaan eri maissa. Kuten edellä todettiin, nollapisteen maadoitustapa määrää, minkä tyyppisellä laitteella käyttäjää suojataan. TT-järjestelmä edellyttää vikavirtasuojien käyttöä, kun taas TN-järjestelmässä suositaan katkaisijoita ja IT-järjestelmässä useimmiten pysyvää eristyksen valvontalaitetta. Maadoitustavan valinta vaikuttaa myös käytettävän katkaisijan ominaisuuksiin, etenkin napajohtimien määrään ja laukaisukäyrään: TT-järjestelmään sopivat parhaiten kaksi- ja nelinapaiset kojeet (C-käyrä), kun taas TN-järjestelmässä käytetään etupäässä yksi- ja kolminapaisia laitteita (B-käyrä), ja IT-järjestelmässä esiintyy vain kaksi- ja nelinapaisia laitteita.

⁽⁴³⁾ Asiakirja CEI 64/1167/CD, jonka osapuolet toimittivat kysymyksen 320 (6. huhtikuuta 2001 päivätty kyselylomake) antamansa vastauksen täydennykseksi.

⁽⁴²⁾ Legrand, lomake 20-F SEC.

- (201) On myös huomattava, ettei jakokeskusten teknisiä standardeja ole täysin yhdenmukaistettu. Asiaa koskevilla yhteisön direktiiveillä (erityisesti pienjännitedirektiivillä) pakolliseksi määrätyn CE-merkin lisäksi tuotteelle on usein hankittava kansallisen varmentamislaitoksen myöntämä laatumerkki, jotta se menisi kaupaksi kyseisessä jäsenvaltiossa.
- (202) Komission tutkinnan tulokset osoittavat, että vaikka kansallinen laatumerkki ei ole lain mukaan pakollinen, asentajat ja sähkösuunnittelijat useimmiten vaativat sitä. Tätä käytäntöä vahvistaa vielä se, että kansallisen varmentamismenettelyn kustannuksista (60 mallilla [10 000—15 000]* euroa) ja kestosta (3 kuukautta) huolimatta lähes kaikissa Schneiderin katkaisijoissa ja vikavirtasuojissa on useita laatumerkkejä. Tämä käy selville myös osapuolten toimittamista asiakirjoista: Legrandin sisäisissä asiakirjoissa ⁽⁴⁴⁾ selitetään, että Belgiassa ”CE-BEC-laatumerkki on asentajien ehdoton vaatimus yhteisen eurooppalaisen standardin käyttöönotosta huolimatta.” Asiakirjoissa mainitaan niin ikään, että tärkeimmät Saksan markkinoille pääsyä vaikeuttavat tekijät ovat VDE:n (varmentamislaitos) tyyppihyväksyntä sekä kansalliset standardit ja laatumerkit.
- (203) Näiden ”objektiivisten” perusteiden lisäksi jokaisessa jäsenvaltiossa on vielä omat (asennukseen, virtapiirin valintaan ja erottamiseen liittyvät) käytäntönsä, jotka vaikuttavat merkittävästi laitteiden valintaan. Esimerkiksi Schneider toteaa, että joissakin maissa, kuten Saksassa, katkaisijat liitetään alapuolelle, kun taas muutamissa muissa maissa (Ranskassa, Italiassa, Espanjassa) katkaisijat liitetään yläpuolelle. Tämä ero johtuu erikseen Saksan asentajia varten suunnitelluista tuotteista (ns. Triconnect-laitteista). Samaten Legrandin sisäisissä asiakirjoissa ⁽⁴⁵⁾ todetaan, että Belgiassa ”markkinat muodostuvat pääosin katkaisukyvyltään 3 kiloampeerin [pienois]katkaisijoista”, kun taas useimmissa muissa maissa suositaan katkaisijoita, joiden katkaisukyky on 4,5 tai 6 kiloampeeria. Vain siltä, että Ranskassa nollajohdin yhdistetään systemaattisesti vasemmalle eikä oikealle, kuten muissa jäsenvaltioissa. Schneider jopa tarjoaa nimenomaan tähän tarkoitukseen mukautettuja tuotteita, joissa nollaliitin on merkitty laitteen vasemmalle puolelle.
- (204) Kansallisten erityispiirteiden taustalla vaikuttavien muutosten runsaus selittää, miksi myydyimmät mallit vaihtelevat jäsenvaltioiden välillä. Samasta syystä valikoimissa voi olla erityisesti jonkin jäsenvaltion oloihin mukautettuja tuotteita. Legrandin sisäisissä asiakirjoissa ⁽⁴⁶⁾ mainitataan, että Itävallassa ”[...]”*. Samaten Schneiderin sisäiset asiakirjat ⁽⁴⁷⁾ osoittavat, että Saksassa ”[...]”*.
- (205) Kuten yksi kilpailijoista ⁽⁴⁸⁾ toteaa, jäsenvaltioissa ”on erilaisia paikallisia käytäntöjä ja tapoja sekä kansallisia standardeja. Niillä on suuri merkitys ja ne vaikuttavat ratkaisevasti itse tuotteiden ominaisuuksiin”. On hyvin epätodennäköistä, että standardien asteittainen yhdenmukaistaminen johtaa markkinaedellytysten nopeaan muutokseen. Kuten Legrand huomauttaa ⁽⁴⁹⁾, ”pienjännitelaitteiden yhdenmukaistaminen saattaa avata markkinoita uusille tuotteille, mutta Legrandin johto odottaa markkinoiden avautuvan vain vähän kerrassaan”.
- (206) Vastauskirjelmässään osapuolet kiistävät erot jäsenvaltioiden välillä. Ne korostavat, että vaikka eri jäsenvaltioissa myytyjen tuotteiden kaupallisissa malleissa on pieniä eroja (jotka johtuvat etenkin erilaisista merkinnöistä), viiden myydyimmän tuotteen luettelot eivät juuri vaihtele jäsenvaltiosta toiseen, koska kokoonpanot ovat aina samanlaisia, ja että yleensä luettelossa mainittuja malleja löytyy suurimmasta osasta jäsenvaltioita. Esimerkiksi Schneiderin 40 pienoiskatkaisijamallia vastaavat vain [0—20]* kokoonpanoa, joista [0—20]* myydään yli yhdeksässä jäsenvaltiossa; samoin Legrandin 25 johtosuoja-automaattimallia muodostavat itse asiassa vain [0—20]* erillistä kokoonpanoa, joista [0—20]* myydään ainakin kuudessa jäsenvaltiossa.
- (207) Osapuolet ovat yleisesti sitä mieltä, etteivät asennussäännöt ja kansalliset laatumerkit sinänsä edellytä mitään erityisiä muutoksia tuotteisiin. Ne myös muistuttavat, että jokaisessa jäsenvaltiossa esiintyy kaikkia nollapisteen maadoitustapoja (vaikka niiden suhteelliset osuudet vaihtelevatkin huomattavasti).

⁽⁴⁴⁾ Legrand ja Bticino, ”Plans Moyen Terme”.

⁽⁴⁵⁾ Bticino, ”Plans Moyen Terme”.

⁽⁴⁶⁾ Legrand ja Bticino, ”Plans Moyen Terme”.

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

⁽⁴⁸⁾ Gewiss, vastaus I vaiheen kyselylomakkeeseen.

⁽⁴⁹⁾ Legrand, lomake 20-F SEC.

(208) Komissio myöntää, että puhtaasti tuotannon näkökulmasta tarkasteltuna useiden mallien kohdalla erot ovat melko vähäisiä. Esimerkiksi jotkin pienoisatkaisijat eroavat muista malleista vain nollaliittimen paikan (vasemmalla puolella Ranskan markkinoilla vallitsevan käytännön mukaisesti) sekä erilaisten laatumerkkien suhteen. Komissio myöntää myös sen, ettei asennussäännöillä tai laatumerkeillä aina ole merkittävää vaikutusta kyseisten laitteiden tuotantoon. Schneiderin ja Legrandin tuotantovälineet on integroitu Euroopan tasolla.

(209) Komissio kuitenkin katsoo, etteivät nämä seikat vaikuta merkittävästi asian arviointiin. Osapuolten esittämät väitteet koskevat ainoastaan laitteiden tuotantoa. Tuotanto on kuitenkin vain yksi osa tarjontaa. Kuten edellä jo osoitettiin, valmistajien kilpailuasema riippuu paitsi niiden tuotannosta myös tuotemerkin vahvuudesta ja siitä vallitsevasta käsityksestä, tuotteiden pääsystä maan tärkeimpien tukkukauppioiden valikoimiin sekä valmistajan investoinneista myynninedistämiseen ja suhteisiin paikallisten asentajien ja sähkösuunnittelijoiden kanssa. Rajoittamalla perustelunsa pelkästään tuotantoon osapuolet jättävät huomiotta tärkeitä tarjontaan vaikuttavia tekijöitä.

(210) Mikä vielä tärkeämpää, osapuolet sivuuttavat kokonaan kysyntään liittyvät rajoitukset. Näin ollen ne eivät kyseenalaista tässä luvussa esitettyä keskeistä väitettä siitä, että maadoitustapojen, kansallisten käytäntöjen, sääntöjen ja laatumerkkien vuoksi kysyntä saa kussakin maassa erilaisia piirteitä. Osapuolet myöntävätkin vastauskirjelmässään, että kansalliset erityispiirteet johtavat erilaisten mallien valintaan. Tämä ilmenee erityisvalmisteisten tuotteiden (Saksassa esimerkiksi Triconnect-tuotteet) suosimisena, kansallisen laatumerkin käyttönä tai yksinkertaisesti jäsenvaltiolle ominaisten mallien valintana (Ruotsissa ja Tanskassa yksi- tai kolminapaiset ja Ranskassa ja Italiassa kaksi- tai nelinapaiset pienoisatkaisijat ja nousukeskusten katkaisijat), mutta tällä ei sinänsä ole suurta merkitystä. Oleellista on sen sijaan se, että asiakkaiden ostokäyttäytymisessä on kussakin maassa omat ominaispiirteensä, jotka rajoittavat voimakkaasti mahdollisuuksia kysynnän arbitraasiin valmistajien välisten hintaerojen perusteella.

Kilpailun kannalta ratkaisevat seikat määräytyvät kansalliselta pohjalta

(211) Kuten edellä esitettiin, eri valmistajien kilpailuasema määräytyy suurelta osin seuraavien tekijöiden perusteel-

la: (i) kyky ylläpitää asentajien ja sähkösuunnittelijoiden merkkiuskollisuutta ja siis täyttää niiden odotukset ja (ii) myynti tukkukauppiaille (ainakin niissä jäsenvaltioissa, joissa valmistajien asema on riittävän vakiintunut).

Tuotemerkkien vahvuus ja käsitykset niistä vaihtelevat maiden välillä

(212) Komission tutkinnan tulokset osoittavat, että asentajien ja sähkösuunnittelijoiden valintaperusteiden täyttämiseksi valmistajien on pystyttävä tarjoamaan turvallisia, laadukkaita ja helposti asennettavia tuotteita, joita on aina saatavilla tukkukaupoista. Nämä tekijät riippuvat useimmiten kyseisessä maassa vallitsevasta tuotekäsityksestä.

(213) Käsitykset tuotteista vaihtelevat jäsenvaltioiden välillä. Kuten edellä todettiin, jäsenvaltioiden säännöissä ja käytännöissä on suuria eroja. Nämä erot johtavat erilaisten tuotemallien valintaan. Valintoihin vaikuttaa myös se, että valintaperusteiden painoarvo vaihtelee. Esimerkiksi Legrandin tuotteita pidetään yleisen käsityksen mukaan laadukkaina mutta kalliina. Sisäiset asiakirjat⁽⁵⁰⁾ osoittavat, että [...]*. Myös käsitys innovaatioiden tärkeydestä voi vaihdella asentajien keskuudessa. Vaikka Legrand⁽⁵¹⁾ pitää tätä tekijää kilpailuasemansa kulmakivenä [...]*, sillä näyttää olevan melko vähän merkitystä [...]*, mikä näkyy [...]*. Sisäiset asiakirjat⁽⁵²⁾ osoittavat niin ikään, että [...]*.

(214) Tuotteiden saatavuus, joka vaikuttaa merkittävästi asiakkaiden ostopäätökseen, riippuu niin ikään kansallisista erityispiirteistä (siis valmistajien kansallisesta logistiikka-ketjusta ja myynnistä tukkukauppiaille). Sisäisten asiakirjojen⁽⁵³⁾ mukaan [...]*, kun taas [...]* tuotteiden saatavuus näyttää päinvastoin olevan yksi sen vahvuuksista. Myös Schneider⁽⁵⁴⁾ toteaa, että [...]* "toimiva logistiikka on yksi yrityksemme keskeisistä menestystekijöistä. [...]*"

(215) Kuten edellä osoitettiin, asentajat pysyvät yleensä uskollisina sille tuotemerkillä, jota he ovat tottuneet käyttä-

⁽⁵⁰⁾ Legrand ja Bticino, "Plans Moyen Terme".

⁽⁵¹⁾ Legrand ja Bticino, "Plans Moyen Terme".

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

⁽⁵³⁾ Legrand ja Bticino, "Plans Moyen Terme".

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

mään (kunhan tuotteita on aina saatavilla ja ne vastaavat senhetkistä tarvetta). Pitääkseen asiakaskuntansa uskollisena valmistajat panostavat huomattavasti myynninedistämiseen ja suhdetoimintaan, jotka suunnitellaan suoraan asentajien ja sähkösuunnittelijoiden tarpeisiin. Osapuolet toteavatkin järjestävänsä asiakaskäyntejä asiakkaiden auttamiseksi tuotteiden valinnassa sekä ylläpitävänsä edustus- ja myyntiverkostoa jokaisessa maassa. Osapuolet tarjoavat myös koko joukon sellaisia tuotteita ja palveluja, jotka lähentävät ja vahvistavat niiden suhteita asentajiin. Tuotteista voidaan mainita asennusten laskenta- ja suunnitteluohjelmat tai tekniset käsikirjat, ja palveluista koulutustilaisuudet (Legrand), puhelinneuvonta, tekninen tuki jne. Kuten edellä mainittiin, näiden investointien osuus voi olla jopa [0—30]* prosenttia tuotemerkin liikevaihdosta.

- (216) Käsitys tuotemerkestä ei siis riipu pelkästään sen kattamien tuotteiden asemoinnista, vaan myös suhdetoimintaan ja myynninedistämiseen kohdistuvien investointien laajuudesta ja tarkoituksenmukaisuudesta kussakin maassa. Markkinointi järjestetään aina kansalliselta pohjalta ja myynninedistämistoimet suunnitellaan yleensä maakohdaisesti, ja niiden laajuus (ja jopa niitä vastaavan myynnin osuus) voi vaihdella merkittävästi jäsenvaltiosta toiseen. Nousukeskuksiin kohdistuneiden Schneiderin markkinointitoimien volyyymia kuvaava suhdeluku vaihtelee jäsenvaltioiden välillä [0—20]*, ja niiden osuutta liikevaihdosta kuvaava suhdeluku heilahtelee [0—40]* välillä.
- (217) Myös menneisyyden paino vaikuttaa voimakkaasti valmistajien kilpailuasemiin. Tarjonnan rakenne ja keskittyminen sekä eri valmistajien asemat voivat siis vaihdella jäsenvaltiosta toiseen. Tämä ilmiö johtuu selvästikin kansallisten tuotemerkkien (kuten Belgian Vinckier⁽⁵⁵⁾ tai Ranskan Baco⁽⁵⁶⁾) vaikutuksesta sekä kansallisten markkinaosuuksien voimakkaasta vaihtelusta valmistajien välillä. Nousukeskusten alalla Schneider on saanut erityisen vahvan jalansijan Ranskassa, mutta Saksassa ja Itävallassa sen asema on pysynyt heikkona. Ruotsissa ja Norjassa vahvassa asemassa olevalla ABB:llä ei ole juuri lainkaan toimintaa Belgiassa ja Yhdistyneessä kuningas-

kunnassa, ja Siemens, jolla on merkittäviä markkinaosuuksia Saksassa, edustaa vain häviävän pientä osuutta Ranskan myynnistä. Nämä päätelmät vahvistetaan myös osapuolten sisäisissä asiakirjoissa.

Kysynnän rakenne ja asiakkaiden odotukset vaihtelevat maittain

- (218) Tuotemerkkien asema ja tuotemerkeistä vallitsevien käsitusten erot jäsenvaltioiden välillä selittyvät myös sillä, että kysyntään liittyy merkittäviä kansallisia vaihteluita. Osapuolten sisäiset asiakirjat⁽⁵⁷⁾ osoittavat, että asentajien ja sähkösuunnittelijoiden koulutuksessa ja käyttäytymisessä on selviä eroja maiden välillä. Belgialaiset asentajat vaikuttavat melko haluttomilta käyttämään suuren lisäarvon omaavia komponentteja, kun taas saksalaiset asentajat ovat "suuntautuneet voimakkaasti tekniikkaan", ja italialaiset pyrkivät hakemaan koulutus- ja tukipalveluja pysyäkseen mukana jatkuvasti teknistyvän ammatinsa kehityksessä.
- (219) Kuten edellä selitettiin, loppukysyntä on lähtöisin kolmelta eri sovellusalalta (teollisuus-, liike- ja asuinrakennukset), ja valmistajien asema voi vaihdella asiakasryhmittäin. Nämä kolme kysynnän loppupään alaa ovat kussakin maassa kehittyneet eri suuntiin. Osapuolten sisäisistä asiakirjoista⁽⁵⁸⁾ käy ilmi, että Itävallassa odotetaan teollisuuden kysynnän voimakasta kasvua ja rakennusalan kasvupysähdystä, kun taas Yhdistynyt kuningaskunta ja Portugali ovat täysin päinvastaisessa tilanteessa. Kreikassa palvelualan kasvun pitäisi puolestaan lisätä sähkötuotteiden kysyntää.
- (220) Myös tukkukauppioiden käyttäytymisessä ja odotuksissa näyttää olevan merkittäviä eroja jäsenvaltioiden välillä. Tutkinnassa kävi selvästi ilmi, että tukkukauppioiden keskittyneisyys vaihtelee hyvin voimakkaasti maasta toiseen ja että niiden hankinnat ovat maakohtaisesti organisoituja. Tämä käy ilmi taulukosta 6, jossa esitetään osapuolten arviot pää-, nousu- ja ryhmäkeskusten myynnin keskittymisestä valtioittain.

⁽⁵⁵⁾ GE:n tytäryritys.

⁽⁵⁶⁾ Legrandin tytäryritys.

⁽⁵⁷⁾ Legrand, "Plans Moyen Terme".

⁽⁵⁸⁾ Legrand, "Plans Moyen Terme".

Taulukko 6

Schneiderin arvio viiden kansainvälisen tukkuketjun markkinaosuuksista sähkönjakokeskusten markkinoilla

	Rexel	Sonepar	Hagemeyer	Solar	Edmundson
Saksa	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	—
Itävalta	[30-40]*	—	—	—	—
Belgia	[10-20]*	[10-20]*	—	—	—
Tanska	—	[0-10]*	—	[0-10]*	—
Espanja	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	—	—
Suomi	—	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	—
Ranska	[40-50]*	[30-40]*	—	—	—
Irlanti	[0-10]*	—	[0-10]*	—	[0-10]*
Italia	[0-10]*	[0-10]*	—	—	—
Norja	—	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	—
Alankomaat	[0-10]*	[30-40]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Portugali	[30-40]*	[0-10]*	—	—	—
Ruotsi	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	—
Yhdistynyt kuningaskunta	[0-10]*	—	[20-30]*	—	[10-20]*

Lähde: Osapuolten 16. heinäkuuta 2001 lähettämä sähköpostiviesti.

(221) Osapuolten sisäiset asiakirjat osoittavat samaten, että tukkukauppioiden organisaatiolla voi olla suuri vaikutus valmistajien välisen kilpailun kovuuteen. Portugalin ja Espanjan kaltaisissa maissa, joissa tukkukauppiat ovat kaikkein hajautuneimpia, tukkukauppioiden välinen kilpailu voi helposti johtaa hintasotaan, joka heijastuu myös valmistajiin. Kuten Legrandin sisäisessä asiakirjassa ⁽⁵⁹⁾ todetaan, "[...]*".

(222) Lisäksi komission tutkinta paljasti, että tukkuliikkeet ovat kansallisesti tai jopa alueellisesti organisoituja. Vieläpä kansainvälisillä tukkuketjuilla, kuten Rexelillä, Soneparilla ja Hagemeyerilla, on erittäin hajautettu organisaatio, jossa kansallisille ja paikallisille tytäryrityksille on annettu laaja toimintavapaus. Useimmiten tukkuketjun holdingyhtiö on kevyt organisaatio, joka keskittyy yksinomaan markkinointiin, laskentatoimeen ja konsernitilinpäätösten konsolidointiin sekä johdon valvontaan. Tähän hajautettuun rakenteeseen yhdistyy maakohtainen logistiikkatoiminta, jonka ei ole tarkoituskaan toimia kansainvälisesti. Kunkin maan tukkuliikkeitä palvelevat siis kansallisesti toimivat logistiikkaketjut. Tukkukaupan

maakohtainen organisointi vaikuttaa myös kauppioiden ja valmistajien suhteisiin. Jopa kansainväliset ketjut organisoivat valmistajien kanssa käytävät neuvottelut ostosopimuksista kansalliselta tai jopa paikalliselta pohjalta.

(223) Komission tutkinnassa vahvistui, että valmistajien ja tukkukauppioiden väliset neuvottelut etenkin tavarantoimittajien valinnasta, ostettavista ja myytävistä tuotevalikoimista sekä hintojen ja alennusten vahvistamisesta käydään lähes kokonaan kansallisella tai alueellisella tasolla. Kuten eräs suuri tukkuliike toteaa ⁽⁶⁰⁾ "tietojemme mukaan ei ole olemassa mitään koko ETA-alueen kattavaa hinnastoa, jonka pohjalta alennuksista ja hyvityksistä neuvoteltaisiin. Päinvastoin, kaikista sopimusehdoista keskustellaan maakohtaisesti." Myös yksi valmistajista ⁽⁶¹⁾ vakuuttaa, että "kaikkien tuotteiden hinnat määritellään ja alennukset myönnetään kansalliselta pohjalta". Tämä on osapuoltenkin noudattama toimintatapa.

(224) Schneiderin mukaan tuotteiden myyntihinta tukkukauppiaille määritetään kaksivaiheisesti. Ensin valmistajat jul-

⁽⁶⁰⁾ Hagemeyer, vastaus II vaiheen kyselylomakkeeseen.

⁽⁶¹⁾ GE, täydennys II vaiheen kyselylomakkeeseen toimitettuun vastaukseen.

⁽⁵⁹⁾ Legrand, "Plans Moyen Terme".

kaisevat kansallisen hinnaston. Sen jälkeen ne neuvottelevat kunkin tukkuliikkeen kanssa erikseen alennuksista, jotka lasketaan kansallisen hinnaston perusteella. Alennukset voivat joskus olla yli [30—60]* prosenttia listahinnasta, ja niitä myönnetään tuotelinjoihin.

- (225) On toki olemassa myös koko ostomäärästä annettavia volyymialennuksia, joista muutamit kansainväliset valmistajat neuvottelevat kansainvälisten tukkuketjujen emoyhtiöiden kanssa. Sekä tukkukauppiat että valmistajat ovat kuitenkin ilmoittaneet komissiolle, että kansallisille markkinoille pyrkivä tai niistä edes vähäistä osuutta haluava valmistaja ei voi tyytyä neuvottelemaan sopimuksista kansainvälisen tukkuketjun emoyhtiön kanssa, vaan varmistaakseen tuotteidensa tehokkaan jakelun kyseisessä valtiossa sen on ennen kaikkea saatava tukkuketjun kansallinen tytäryritys ja paikalliset sivuliikkeet ottamaan tuotteitaan varastoon.
- (226) Tätä ainoaa poikkeusta lukuun ottamatta tukkuketjujen johtajat antavat kansallisille tai paikallisille sivuliikkeen erittäin vapaat kädet valita tavarantoimittajat ja varastossa pidettävät tuotevalikoimat, järjestää markkinointikampanjoita yhteistyössä valmistajien kanssa ja jopa neuvotella lisäalennuksia valmistajien kanssa. Valmistajat puolestaan allekirjoittavat paikallisten tukkuliikkeiden tai jopa niiden yksittäisten myymälöiden kanssa erillisiä sopimuksia, joissa sitoudutaan molemmin puolin

tuotteiden ostoon ja myyntiin. Toisin kuin osapuolet väittävät, tukkukauppioiden keskittyneisyyden lisääntyminen (joka vaihtelee huomattavasti jäsenvaltioiden välillä) ei siis kyseenalaista markkinoiden kansallista laajuutta.

Hinnat määrätään kansallisella tasolla ja vaihtelevat voimakkaasti maittäin

- (227) Komission tutkinta osoitti, että jäsenvaltioiden välillä on huomattavia hintaeroja. Schneiderin eurooppalaisten hinnastojen tarkastelussa havaitaan, että esimerkiksi samaa koteloitua katkaisijaa myydään [40—80]* eurolla [...] ja [130—170]* eurolla [...], ja että yhtä vikavirtasuojamallia tarjotaan [10-50]* euron hintaan [...] ja [40—80]* euron hintaan [...]. Samoin tarkastelu osoittaa, että Legrand myy samaa modulirakenteista koteloa [0—40]* eurolla [...] ja [10—50]* eurolla [...], ja samaa pienoiskatkaisijaa tarjotaan [0—40]* euron hintaan [...] ja [0—40]* euron hintaan [...]. Nämä erot vahvistetaan myös osapuolten sisäisissä asiakirjoissa ⁽⁶²⁾, joiden mukaan pienoiskatkaisijoiden keskihinnat ovat Ranskassa ”muihin maihin verrattuna erittäin korkeat”.
- (228) Taulukossa 7 esitetään nousukeskuksiin tarkoitettujen koteloitujen katkaisijoiden ja taulukossa 8 ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen johtosuoja-automaattien keskihinnat. Taulukot paljastavat huomattavia hintavaihteluita. Muiden nousu- ja ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen komponenttien hintojen ja muiden valmistajien tarjoamien hintojen vertailu antaa yhtä vaihtelevia tuloksia.

Taulukko 7

Schneiderin laskuttamat hinnat nousukeskuksiin tarkoitetuista koteloituista katkaisijoista (perusindeksi 100, Ranska)

Koteloidut katkaisijat	D	A	B	DK	E	FIN	F	EL	IRL	I	NL	NO	P	S	UK
[...]*	***	**	**	**	**	**	100	**		**	**	**	**	**	**
[...]*	*****	***	***	***	**	**	100	**	**	****	**	***	***	***	****
[...]*	****	**	***	**	***	**	100	**	**	***	***	***	***	**	**
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	*****		**	**	*	**	**
[...]*	*****	***	***	***	***		100	**		**	***	**	***	**	***
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	**	***	***	**	**	**	***
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**		**	**	**	**	**
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**	****	***	**	****	**	**
[...]*	****	***	***	**	***		100	**		**	***		***		

Lähde: Osapuolten 24. kesäkuuta 2001 lähettämä sähköpostiviesti.
[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

⁽⁶²⁾ Legrand, ”Plans Moyen Terme”.

Taulukko 8

Schneiderin laskuttamat hinnat ryhmäkeskuksiin tarkoitetuista johtosuoja-automaateista (perusindeksi 100, Ranska)

Johtosuojaauto- maatti	Kaikki	A	B	DK	E	FIN	F	EL	IRL	I	NL	NO	P	S	UK
[...]*	**						100			*			**		
[...]*	-	*		**		*	100	***	*		**	***	***	**	***
[...]*	-	**		**	**	*	100	**	***	**	***		**	**	
[...]*	-	**			***	**	100	**	**	**	***		**	**	
[...]*	-				***	***	100	**		**	***	***	**	**	
[...]*	-	*		*	***	**	100	**	**	**	***		**	**	
[...]*	-	**		**		**	100	**		**	***	***	**	***	
[...]*	-						100								
[...]*	-	***	***		***		100						***		****
[...]*	***	**	***		***		100						***		

Lähde: Osapuolten 24. kesäkuuta 2001 lähettämä sähköpostiviesti.
[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

- (229) Näiden hintaerojen olemassaolo ja jatkuminen kaikissa nousu- ja ryhmäkeskuksiin tarkoitetuissa komponentti-ryhmissä kuvastaa, miten vaikeaa jäsenvaltioiden välisen arbitraasin (eri markkinoiden tilapäisten hintapoikkeamien aktiivisen hyödyntämisen) täytyy olla. Hinta-arbitraasin ilmeinen vaikeus voi selittyä erityisesti sillä, ettei kysyntä ole kovin herkkä hinnanvaihteluille, mikä näkyy asiakkaiden merkkiuskollisuutena. Arbitraasin vaikeus on myös ristiriidassa osapuolten ehdottaman "ratkaisujen" tasolla tapahtuvan markkinoiden määrittelyn kanssa, koska "ratkaisujenkaan" kohdalla ei näytä olevan mitään pyrkimystä jäsenvaltioiden välisten hintaerojen hyödyntämiseen. Arbitraasin vaikeuden vahvistavat myös tukku-kauppiat, jotka selittävät, etteivät niiden kansallisella tasolla järjestetyt logistiikkapalvelut sovellu hinta-arbitraasin harjoittamiseen. Lisäksi se, että valmistajan on aina pystyttävä toimittamaan tavaraa asentajille ja sähkösuunnittelijoille erittäin lyhyellä varoitusaajalla, rajoittaa sen mahdollisuuksia turvautua tuotteiden toimituslähteen osalta jo luonnostaankin epävarmaan arbitraasiin.
- (230) Osapuolet kuitenkin väittävät hintojen kehittyvän Euroopassa yhä yhtenäisempään suuntaan. Sisäisessä asiakirjassaan ⁽⁶³⁾ Schneider toteaa, että "euroon siirtyminen vuonna 2002 [...]* johtaa [Schneiderilla] siihen, että eurooppalaisia hinnastoja yhdenmukaistetaan ja hintaeroja maiden välillä pyritään välttämään", ja etteivät "[suuret asiakkaat] enää suostu siihen, että niitä kohdellaan eri tavoin maasta riippuen". [...]*
- (231) [...]*
- (232) Tämä asiakirja, joka Schneiderin mukaan todistaa maantieteellisten markkinoiden olevan Euroopan laajuiset, tukee havaintoa nykyisistä merkittävistä hintaeroista. Asiakirjassa myös todetaan, että euroon siirtymisestä huolimatta jäsenvaltioiden väliset huomattavat hintaerot voivat jatkua ainakin vuoteen [2004—2005]* asti. Lopuksi siinä vahvistetaan, että hinnat todellakin määrätään kansallisella tasolla, sillä asiakirjan mukaan kukin "maa" "vahvistaa hintansa suhteessa [viitehintaan]*" ja "mukauttaa sitten hinnastojaan ja alennusjärjestelmiään".
- (233) Osapuolet katsovat, että hintojen analysointi komponenttikohtaisesti ei ole asiakkaan kannalta tarkoituksenmukaista, koska kauppahinta määräytyy "ratkaisun" teknis-taloudellisen tehokkuuden mukaan. Osapuolet huomauttavat niin ikään, että "kokonaisratkaisujen" hintojen tarkastelussa havaitaan yhteneväisyyksiä niiden välillä ainakin silloin, jos ei oteta lukuun lähellä Euroopan unionin ulkorajoja sijaitsevien ja/tai unioniin hiljattain liittyneiden maiden pienempiä markkinoita.
- (234) Tiedot, joita osapuolet ovat itse toimittaneet keskiverto-ratkaisuista, kumoavat nämä väitteet, kuten taulukoista 9 ja 10 käy selville. Taulukoiden perusteella jäsenvaltioiden välillä on huomattavia hintaeroja, jotka eivät näytä juurikaan pienentyvän vuosien mittaan. On pantava merkille, että taulukoista näkyvät hinnanvaihtelut ovat lievempiä kuin komponenttien kohdalla. Tämä johtuu epäilemättä osapuolten noudattamasta kirjanpitoikäytännöstä: lähtötietoina on käytetty komponenttien hintoja.

⁽⁶³⁾ Schneider, "La convergence tarifaire européenne".

Taulukko 9

Nousukeskusten ”keskivertoratkaisun” myynti frangeina (suhteelliset hinnat)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Saksa	**	**	**	**	**	**	**
Itävalta	**	**	**	**	**	**	**
Belgia	**	***	***	***	***	***	***
Tanska	**	**	**	**	**	**	**
Espanja	**	**	**	**	**	**	**
Suomi	**	**	**	**	**	**	**
Ranska	**	**	***	***	**	**	**
Irlanti	**	**	**	**	**	**	**
Italia	**	**	**	**	**	**	**
Norja	**	**	**	**	**	**	**
Alankomaat	***	**	**	**	**	**	**
Portugali	**	**	**	***	***	***	**
Ruotsi	**	**	**	**	**	**	**
Yhdistynyt kuningaskunta	**	**	**	**	**	**	***

Lähde: Osapuolten vastaus 28. helmikuuta 2001 päivätyyn komission kyselylomakkeeseen.
[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

Taulukko 10

Ryhmäkeskusten ”keskivertoratkaisun” myynti frangeina (suhteelliset hinnat)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Saksa	***	***	**	**	**	**	**
Itävalta	**	**	**	**	**	**	**
Belgia	**	**	**	**	**	**	**
Tanska	**	**	**	**	**	**	**
Espanja	**	**	**	**	**	**	**
Suomi	**	**	**	**	**	**	**
Ranska	***	***	***	***	***	**	**
Irlanti	**	**	**	**	**	**	**
Italia	**	**	**	**	**	**	**
Norja	**	**	**	**	**	**	**
Alankomaat	***	**	**	**	**	***	***
Portugali	**	**	**	**	**	**	**
Ruotsi	**	**	**	**	**	**	**
Yhdistynyt kuningaskunta	**	**	**	**	**	**	***

Lähde: Osapuolten vastaus 28. helmikuuta 2001 päivätyyn komission kyselylomakkeeseen.
[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

- (235) Komissio ei näin ollen voi hyväksyä osapuolten arviota, jonka mukaan "ratkaisujen" hintojen tarkastelu osoittaisi markkinoiden olevan Euroopan laajuiset. Ensinnäkin komissio huomauttaa, etteivät osapuolet kiistä huomattavia hintaeroja ja että ne myöntävät, ettei hintojen lähentymiskehitys ulotu kaikkiin jäsenvaltioihin. Toiseksi komissio katsoo, että mahdollisesta hintojen lähentymisestä (jota tosiseikat eivät siis tue) ei vielä voida tehdä sitä johtopäätöstä, että markkinat olisivat yhtenäiset: jäsenvaltioiden välisten hintaerojen mahdollinen tasoittuminen riippuu paljon enemmän lähentymisen nopeudesta kuin lähentymisestä sinänsä. Edellä viitatuista Schneiderin sisäisistä asiakirjoista päätellen komponenttien hintojen lähentyminen on hyvin hidasta. Komissio ei etenkään voi yhtyä siihen osapuolten näkemykseen, jonka mukaan kilpailuvaikutusten arviointi komponenttien tasolla ei olisi tarkoituksenmukaista. Ratkaisujen hinnat riippuvat suurelta osin niihin käytettyjen komponenttien hinnoista. Tästä seuraa, että jos komponenttien hinnoissa on eroja, niitä on myös varsinaisten jakokusten hinnoissa.
- (236) Vastauskirjelmässään osapuolet eivät kiistä komponenttien hintaeroja. Ne kuitenkin toteavat käytettävissään olevien tietojen perusteella, että hinnat ovat nopeasti lähentymässä, mitä euroon siirtyminen ja Internet-portaalien kehittäminen ovat vauhdittaneet. Tämän todistaa jo sekin, että Schneiderilla on vähitellen otettu käyttöön eurooppalainen viitehinnasto (Tarif Européen de Référence). Osapuolet väittävät niin ikään, että hintaero on joka tapauksessa vain yksi kyseisten maantieteellisten markkinoiden määrittämisessä huomioitavista tekijöistä.
- (237) Komissio ei voi hyväksyä osapuolten väitteitä hintojen nopeasta lähentymisestä. Edellä esitetyistä taulukoista ilmenee joskus huomattaviakin hintaeroja, eikä niistä missään tapauksessa voida päätellä, että hinnat olisivat nopeasti lähentymässä yhteisön tasolla. Sama koskee osapuolten esittämiä "keskivertoratkaisuja", sillä esimerkiksi taulukossa 10 esitetyt luvut osoittavat, että kyseinen "ratkaisu" oli vuonna 1994 keskimäärin [40—60]* prosenttia kalliimpi Saksassa kuin Itävallassa ja että se vuonna 2000 oli edelleen [40—60]* prosenttia kalliimpi Saksassa kuin Itävallassa. Yksittäisiä komponentteja tarkastelemalla saataisiin täsmälleen samat tulokset. Schneiderin eurooppalaisen viitehinnaston julkaisemisesta huolimatta vaikuttaa myös siltä, että keskipitkällä aikavälillä saman tuotteen hinnassa voi olla yli [0—20]* prosentin eroja listahinnasta kahden naapurimaan välillä. Näitä hintaeroja voivat lisätä kussakin maassa erikseen sovitut alennukset ja hyvitykset, joita ei edes pyritä yhdenmukaistamaan.
- (238) Komissio hyväksyy kernaasti osapuolten väitteen, jonka mukaan hintaero on vain yksi merkityksellisten maantieteellisten markkinoiden määrittelyssä huomioitavista perusteista. Tässä tapauksessa hintaero näyttää kuitenkin jo sinällään riittävän määrittelyperusteeksi. Miten on mahdollista, että samassa tehtaassa valmistettuja ja samassa logistiikkaketjussa pienin kustannuksin kuljetettuja, täysin samanlaisia tuotteita voidaan myydä yhdessä jäsenvaltiossa hinnoilla, jotka voivat usein olla jopa kolminkertaisia toiseen jäsenvaltioon verrattuna? Näin suuret hintaerot samanlaisissa tuotteissa riittävät jo yksinään vahvistamaan, ettei kahden jäsenvaltion välillä ole todellista arbitraasin mahdollisuutta. Hintaerojen pysyvyys todistaa, ettei yhteismarkkinoiden kilpailuedellytyksiä ole edes yritetty yhtenäistää.
- (239) Joka tapauksessa komissio katsoo, että tämän asiakirjan muissa kappaleissa esitetty tarjonnan ja kysynnän analyysi vahvistaa tässä hintatarkastelussa tehdyn päätelmän siitä, että markkinat ovat laajuudeltaan kansalliset.

Vahvat esteet kansallisille markkinoille pääsulle

- (240) Edellä esitetyt näkökohdat osoittavat, että toisen maan markkinoille pääsulle on vahvoja esteitä. Tällä alalla yrityksen sijoittautuminen toiseen maahan vaatii paljon muutakin kuin "ratkaisujen" tarjoamista toisessa maassa. Sen on pystyttävä murtamaan asentajien "konservatiivinen asenne" herättääkseen tuotteilleen kysyntää, päästävä käyttämään tukkukauppiaita (ryhmäkeskusten tarvikkeiden osalta) sekä hankittava kansallinen laatu-merkki. Koska myynti tukkukauppiaille riippuu asentajilta tulevasta kysynnästä, mikä puolestaan riippuu tuotteiden saatavuudesta ja siis myynnistä tukkukauppiaille, markkinoille tunkeutuminen voi vaatia huomattavia hukkainvestointeja etenkin siksi, että markkinoilla on jo vakiintuneita tuotemerkkejä.

Liitäntäkatkaisijat

- (241) Liitäntäkatkaisijat vastaavat nimenomaan Portugalissa ja Ranskassa käytettäviä kansallisia eritelmiä. Tästä syystä merkitykselliset maantieteelliset markkinat ovat laajuudeltaan kansalliset.

Päätelmä

- (242) Edellä esitetyn huomioon ottaen komissio pääättelee, että nousukeskusten komponenttien, ryhmäkeskusten kom-

ponenttien ja liitäntäkatkaisijoiden markkinat ovat laajuudeltaan kansalliset. Kuten yksi valmistajista asian tiivistää, kaikkia segmenttejä olisi arvioitava kansalliselta pohjalta. Ensinnäkin eri maiden säännöissä ja kansallisissa käytännöissä on merkittäviä eroja. Toiseksi kansalliset markkinat ovat erittäin vakaat, kun tarkastellaan niiden vertikaalista rakennetta (loppuasiakas / asentaja / tukkumyyjä / valmistaja). Vaikka valmistaja houkuttelisi tukkukauppiaan ottamaan tuotteitaan myyntiin nykyisin myytyjen merkkin lisäksi (ja siis lisäämään tavarantomittajiensa määrää), se ei silti saisi paikallisia asentajia valitsemaan niitä.

- (243) Vastauskirjelmässään osapuolet kiistävät tämän markkinoiden määrittelyn ja katsovat, ettei komissio ole ottanut riittävästi huomioon standardien yhdenmukaistamista, kuljetuskustannusten pienuutta ja tuotannon Euroopan laajuista järjestäytymistä.
- (244) Komissio myöntää nämä kolme ilmiötä tosiksi. Se kuitenkin katsoo, etteivät ne millään tavalla kyseenalaista sen esittämää merkityksellisten maantieteellisten markkinoiden määrittelyä. Kuten edellä osoitettiin, standardointi on vain yksi kysyntään vaikuttavista tekijöistä, eikä se edes näytä kovin merkittävältä tekijältä, kun otetaan huomioon kansallisten käytäntöjen ja laatumerkkien yhä tärkeä asema. Standardien yhdenmukaistaminen ei joka tapauksessa ole lähentänyt tuotteiden hintoja, kuten sen olisi pitänyt tehdä, jos se olisi toiminut vahvana kaupan esteenä. Myöskään tuotannon Euroopan laajuinen järjestäytyminen ja kuljetuskustannusten alhaisuus eivät kyseenalaista markkinoiden kansallista laajuutta, sillä se juontaa juurensa pikemminkin kysynnän kansallisista erityispiirteistä ja tarjonnan puolella tuotemerkeistä vallitsevista käsityksistä ja hinnoittelutavasta.
- (245) Kysymys pienjännitepääkeskuksiin tarkoitettujen tuotteiden maantieteellisten markkinoiden määrittelystä voidaan sen sijaan jättää avoimeksi, koska Legrand ei toimi kyseisellä alalla, joten keskittymä ei siis ole voinut vääristää merkittävästi kilpailua ETA-alueella tai sen merkittävällä osalla.

B.2 ASENUSVALMIIT VIRTAKISKOJÄRJESTELMÄT JA KAAPELIHYLLYT

B.2.1 Tuotemarkkinoiden määrittely

- (246) Osapuolten määrittelyn mukaan tuotemarkkinat muodostuvat toisaalta "kaapelihyllyistä" ja toisaalta "virtakis-

kojärjestelmistä, joissa on rakenteeseen kuuluvat johtimet", joita kutsutaan myös "asennusvalmiiksi virtakiskojärjestelmiksi" (jäljempänä "asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät").

- (247) Kaapelihyllyllä tarkoitetaan esivalmistettuja komponentteja, jotka voivat olla reikälevystä valmistettuja kaapelikouruja tai kaapelitikkaita. Niiden tehtävänä on kannatella eristettyjä alumiini- tai kuparijohtimia, jotka kuljettavat sähköä rakennukseen. Osapuolten mukaan kaapelihyllyjä asennetaan tavallisesti rakennuksen alapohjaan, metallivuorauksiin sekä sisäkattoihin. Kaapelikourujen tai kaapelitikkaiden valmistuksessa yleisimmin käytettyjä materiaaleja ovat teräs, alumiini, PVC-muovi, polyesteri ja metalliverkko. Tuotteita valmistetaan useita eri kokoja, joiden leveys voi olla 50—600 millimetriä, paksuus 50—100 millimetriä ja pituus 1—3 metriä.
- (248) Kaapelihyllyjen kannattamissa kaapeleissa kulkeva virtamäärä on suoraan riippuvainen kaapeleiden teknisistä ominaisuuksista ja lukumäärästä. Osapuolet selittävät⁽⁶⁴⁾, ettei kaapelihyllyillä ole sinänsä mitään tekemistä siirrettävän virtamäärän kanssa. Hyllyjen tarkoituksena on ainoastaan kannatella mekaanisesti kaapeleita, jotka voivat minkä laatuisia, paksuisia ja painoisia tahansa, ei säännellä kaapeleissa kulkevaa ampeerimäärää. Kaapelihyllyjä voidaan asentaa pää-, nousu- ja ryhmäkeskusten välille kaikenlaisiin rakennuksiin sekä vaaka- että pystysuoraan asentoon. Kaapelit (johdon halkaisija) ovat sitä painavampia, mitä suurempaa virtamäärää syötetään, joten kaapelihyllyn on oltava yhtä järeä. Pää- ja nousukeskusten välillä käytetäänkin lähinnä metallisia kaapelitikkaita, kun taas nousu- ja ryhmäkeskusten välillä suositaan reikälevystä valmistettuja kaapelikouruja. Joskus harvoin betoniteräsverkosta tai reikälevystä valmistettuja kaapelikouruja voidaan käyttää virran johtamiseen ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitseviin laitteisiin.
- (249) Asennusvalmis virtakiskojärjestelmä koostuu eristepäällysteisistä kupari- tai alumiinijohtimista, jotka on asennettu metallisen, tavallisesti galvanoidusta teräksestä valmistetun kuoren sisään. Virtakiskojärjestelmä koostuu useista eri komponenteista. Jakokeskuksen ja virtakiskojärjestelmän väliin asennetaan sähkönsyöttörasia. Itse virtakiskojärjestelmä rakennetaan useista noin 3—5 metriä pitkistä kiskolementeistä. Elementit on koottu päällekkäisistä uritetuista listoista, joiden sisällä kulkee johtimia. Kiskolementeissä on ulosottokohtia, jotka on jaoteltu tasaisesti koko kiskon pituudelta. Kuhunkin ulos-

⁽⁶⁴⁾ 3. heinäkuuta 2001 päivätty viesti, jolla vastattiin 2. heinäkuuta 2001 päivättyyn komission kysymykseen.

ottokohtaan asennetaan liitinyksikkö, josta johdetaan sähkövirtaa yhteen tai useampaan kulutuspiisteeseen, joita kutsutaan ”kuormittajiksi”. Kiskoihin on saatavissa erilaisia joustavia liitäntäkumia, joilla niitä voidaan jatkaa ja taivuttaa rakennuksen muotojen mukaan. Valmiit kiskolementit yhdistetään toisiinsa liitospaloilla ja kiskon pää suljetaan päätytymillä. Asennusvalmiin virtakiskojärjestelmän mitat vaihtelevat johtimissa kulkevan virran voimakkuuden mukaan. Osapuolten mukaan virtakiskojärjestelmää voidaan käyttää 20—5 000 ampeerin voimavirtajakelussa ⁽⁶⁵⁾.

(250) Asennusvalmiilla virtakiskojärjestelmillä on neljä eri tehtävää. Vankkoja ”silloiksi” kutsuttuja järjestelmiä käytetään keski- tai pienjännitemuuntajan ja pääkeskuksen välillä. Nämä kiskosillat ovat alle 10-metrisiä lyhyitä kiskoja, joita käytetään noin 1 600—4 000 ampeerin voimavirtajakeluun. Kevyemmän ”energiansiirtoon” käytettävän kokoonpanon avulla kuljetetaan virtaa pääkeskuksesta nousukeskuksiin. Tämä järjestelmä on edellä mainittua pidempi (noin 30-metrinen), ja virransyötön voimakkuus on siinä 400—1 600 ampeeria. Osapuolet selittävät, että näitä kahta yleisintä virtakiskojärjestelmää käytetään vielä kahteen muuhunkin tarkoitukseen: valaistusjärjestelmien sähkönsyöttöön ja matalajännitteeseen sähkönjakeluun ⁽⁶⁶⁾. Valaistusasennuksissa käytetään noin 30 metrin pituisia virtakiskojärjestelmiä, joita käytetään tavallisesti 16—40 ampeerin virtamäärien siirtoon. Lisäksi ne on varustettu erityisesti valaistuksen syöttöön tarkoitetuilla pistokeliittimillä. Matalajännitteeseen sähkönjakeluun tarkoitettujen kiskokokoonpanon pituus on niin ikään 30 metriä, mutta sen kuljettama sähkövirta on voimakkaampi, noin 40—100 ampeeria. Sen avulla kuljetetaan virtaa vastaanottopään laitteisiin, kuten pistorasioihin ja kytkimiin. Näiden kojeiden suojaamiseksi virtakisko varustetaan liittimillä ja suojakotellolla, jossa on varoke ja/tai katkaisija.

(251) Sekä kaapelihyllyjä että asennusvalmiita virtakiskojärjestelmiä käytetään siis sähkövirran kuljettamiseen fyysisesti pääkeskuksesta nousukeskuksiin. Osapuolet toteavat, että asennusvalmiita virtakiskojärjestelmiä käytetään lisäksi nousukeskuksesta myötävirtaan sijaitsevilla laitteilla,

erityisesti sähkövoiman jakelussa ryhmäkeskuksiin ⁽⁶⁷⁾. Johtimet integroidaan asennusvalmiisiin virtakiskojärjestelmiin jo valmistusvaiheessa. Kaapelihyllyjen tapauksessa johtimet on ostettava erikseen ⁽⁶⁸⁾. Osapuolet vahvistavat, etteivät ne koskaan myönnä asiakkailleen tarjouksia samanaikaisesti sekä kaapelihyllyistä että kaapeleista ⁽⁶⁹⁾.

(252) Osapuolten mukaan kaapelihyllyt ja virtakiskojärjestelmät muodostavat yhdet ja samat tuotemarkkinat. Ne selittävät, että näillä kahdella tuoteryhmällä on sama tehtävä: ne tukevat voimakkaan, usein satojen ampeerin suuruisen sähkövirran syöttöä pienjännitepääkeskuksesta nousukeskuksiin. Tästä osapuolet tekevät sen johtopäätöksen, että asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät ja kaapelihyllyt ovat kysynnän puolella korvattavissa keskenään.

(253) Vaikuttaa kuitenkin siltä, että näiden kahden tuoteryhmän korvattavuus on kysynnän puolella rajoitettua ja etteivät ne tarjonnan puolella ole lainkaan korvattavissa keskenään.

Korvattavuus kysynnän puolella

(254) Osapuolet selittävät ⁽⁷⁰⁾, että tuoteryhmän valinta riippuu kunkin rakennuksen muodoista ja siihen asennettujen sähkönjakoverkon ominaispiirteistä. Asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät tarjoavat kaapelihyllyjä enemmän joustovaraa sellaisten laitteiden (tietokoneet, koneet jne.) sijoitteluun, joiden toiminta vaatii sähköä. Jälkimmäistä seikkaa korostetaan erityisesti Schneiderin sisäisessä asiakirjassa ⁽⁷¹⁾. Siinä selitetään, että asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät ovat ”kaapelihyllyjä kilpailukykyisempiä” silloin, kun on järjestettävä virranjakelu useisiin samassa tilassa sijaitseviin koneisiin. Asennusvalmiilla virtakiskojärjestelmillä on puolellaan kaksikin tärkeää etua. Ensinnäkin ne mahdollistavat ”nopean asennuksen: koneita on helppo siirtää paikasta toiseen, ja uusia koneita voidaan lisätä yksinkertaisesti liittämällä ne vapaisiin ulosottoaukkoihin”. Toiseksi asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät ovat ”erittäin helposti muunneltavia: kiskoja voidaan tarpeen mukaan lisätä tai poistaa kokoonpanosta”. Sama vahvistetaan Schneiderin toisessa

⁽⁶⁷⁾ Lomake CO, s. 52.

⁽⁶⁸⁾ Osapuolten 23. helmikuuta 2001 päivätty vastaus, 6 kohta.

⁽⁶⁹⁾ Osapuolten vastaus 22. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 9.

⁽⁷⁰⁾ Lomake CO, s. 52.

⁽⁷¹⁾ ”Busbar trunking — SBU presentation”, 22. maaliskuuta 2001 päivättyyn kyselylomakkeeseen lähetetyn vastauksen liite 8, s. 10.

⁽⁶⁵⁾ Liite 39, lomake CO.

⁽⁶⁶⁾ Osapuolten 21. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus 13. kesäkuuta 2001 päivättyyn kysymykseen.

sisäisessä asiakirjassa ⁽⁷²⁾. Siinä todetaan, että virtakiskojen hinta on [...] * kertaa korkeampi kuin kaapelihyllyjen, mutta haaroitusten asennuskustannukset ovat niissä [...] * kertaa kaapelihyllyjä pienemmät. Saman asiakirjan mukaan asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien asennus on osoittautunut kaapelihyllyjä edullisemmaksi ratkaisuksi, koska kaapelihyllyihin joudutaan tekemään yli [...] * haaroitusta.

(255) Schneiderin sisäisessä asiakirjassa ⁽⁷³⁾ huomautetaan vielä, että asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät ovat myös "kaapelihyllyjä kilpailukyysisempiä" sekä kiskosiltasovelluksissa, jotka vaativat yli 1 600 ampeerin virransyöttöä, että energiansiirtosovelluksissa, jotka edellyttävät yli 1 000 ampeerin virransyöttöä.

(256) Asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien tekniset ominaisuudet ja toiminta ovat erilaisia kuin kaapelihyllyjen. Osapuolet selittävät ⁽⁷⁴⁾, että asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät kestävät paljon paremmin korkeita oikosulkuvirtoja. Schneiderin sisäisessä asiakirjassa ⁽⁷⁵⁾ selitetään myös, että oikosulun sattuessa virtakiskojärjestelmistä on se etu, että sähkökatkos on hyvin lyhyt. Asiakirjassa todetaan seuraavaa: "jokaiseen liitäntäpisteeseen asennetaan suoja niin, että vikatilanteessa on mahdollista poistaa vain yksi kuormittaja, mikä minimoi huoltoon ja korjaukseen kuluvaan seisokkiajan". Lisäksi samassa asiakirjassa kerrotaan ⁽⁷⁶⁾, että virtakiskojärjestelmät ovat 40 prosenttia kevyempiä ja kaksi kertaa nopeampia asentaa kuin vastaavat kaapelijärjestelmät.

(257) Kaapelihyllyjä taas voidaan valmistaa monista eri materiaaleista, minkä ansiosta niitä voidaan käyttää vaativisakin ympäristöissä. Esimerkiksi alumiiniset kaapelihyllyt kestävät erityisen hyvin kosteutta ja lasikuitumuoviset korroosiota. Ensiksi mainittuja käytetäänkin usein elintarviketeollisuudessa ja jälkimmäisiä kemianteollisuudessa ⁽⁷⁷⁾.

⁽⁷²⁾ Lomakkeen CO liitteenä 39 toimitettu asiakirja, s. 4.

⁽⁷³⁾ "Busbar trunking — SBU presentation", 22. maaliskuuta 2001 päivättyyn kyselylomakkeeseen lähetetyn vastauksen liite 8, s. 9.

⁽⁷⁴⁾ Lomake CO, s. 52.

⁽⁷⁵⁾ Em. asiakirja "Busbar trunking — SBU presentation", s. 10.

⁽⁷⁶⁾ Sama, s. 9.

⁽⁷⁷⁾ Ks. osapuolten vastaus 22. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 4.

(258) Asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät ja kaapelihyllyt on siis tarkoitettu eri tarpeisiin. Virtakiskojärjestelmät ovat edullisempi ratkaisu silloin, kun pääkeskuksen ja nousukeskusten välillä kulkeva virta on yli 1 000 ampeeria tai kun keski- tai pienjännitemuuntajan ja pääkeskuksen välillä siirrettävä sähkövoima on yli 1 600 ampeeria. Sähkönjakelusovelluksissa virtakiskojärjestelmät ovat taloudellisempi ratkaisu silloin, kun tarvitaan enemmän kuin viisi haaroitusta. Teknisten ominaisuuksiensa takia asennusvalmiita virtakiskojärjestelmiä on erityisen helppo mukauttaa, ja ne ovat korvaamattomia suuren määrän haaroituksia vaativissa rakennuksissa, joissa sähkönsyötön keskeytyksettömyys on elintärkeää, kuten liikerakennuksissa, sairaaloissa ja lentokentillä. Schneiderin sisäisessä asiakirjassa tämäntyyppisiä rakennuksia pidetään virtakiskojärjestelmien luonnollisina markkinoina ⁽⁷⁸⁾. Sen sijaan kaapelihyllyjä suositaan tietyillä elinkeinoaloilla tai tietyissä käyttöympäristöissä.

(259) Asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät ja kaapelihyllyt ovat siis kysynnän puolella vain osittain korvattavissa keskenään. Korvattavuus rajoittuu pääasiassa matalajännitteiseen sähkönjakeluun sekä energiansiirto- ja kiskosiltasovelluksiin. Myös näissä sovelluksissa kahden tuoteriikkeen erityisominaisuudet rajoittavat niiden korvattavuutta kysynnän puolella.

(260) Tämän johtopäätöksen vahvistaa Schneiderin sisäinen asiakirja, jossa todetaan "kaapelihyllyjen" olevan asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien kanssa vain "epäsuorasti kilpailevaa" tekniikkaa ⁽⁷⁹⁾. Osapuolet korostavat, että kaapelihyllyjen tekniikka on epäsuorasti kilpailevaa siksi, että "kaapelihyllyillä on sama perustehtävä, mutta ei samaa käyttöjoustavuutta" ⁽⁸⁰⁾. Pogliano, kyselyyn vastannut kolmas yritys selitti, että kaapelihyllyt ja asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät eivät oikeastaan kilpaile keskenään muualla kuin sellaisilla maantieteellisillä markkinoilla, joilla virtakiskojärjestelmiä on levitetty vasta rajoitetusti, jolloin niiden suhteellisia etuja ei vielä tunneta hyvin kuluttajien keskuudessa ⁽⁸¹⁾.

⁽⁷⁸⁾ Em. asiakirja "Busbar trunking — SBU presentation", s. 9.

⁽⁷⁹⁾ "Présentation de la démarche Marketing CEP", Schneiderin vastauksessa 22. maaliskuuta 2001 päivättyyn kyselylomakkeeseen toimitettu liite 6, s. 4.

⁽⁸⁰⁾ Osapuolten 21. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus 13. kesäkuuta 2001 päivättyyn komission kysymykseen.

⁽⁸¹⁾ 17. helmikuuta 2001 päivätty vastaus, 6 kohta.

Korvattavuus tarjonnan puolella

(261) Monet kolmansista selittivät, että asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät ovat teknisesti paljon kehittyneempiä tuotteita kuin kaapelihyllyt. Kuten edellä jo osoitettiin, virtakiskon sisään asennetaan sähköjohtimet jo tuotantovaiheessa, kun taas kaapelit vedetään kaapelihyllylle vasta jälkikäteen.

(262) Asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien ja kaapelihyllyjen tekniset erot ilmenevät niiden standardeista. Asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien standardeissa IEC 60439-2 ja Cenelec EN 60439-2 määritellään sähköisiä vaatimuksia, jotka liittyvät erityisesti johtimien mitoittamiseen, eristykseen ja liitäntäominaisuuksiin. Kaapelihyllyjen standardeissa Cenelec EN 10142 ja EN 10088 puolestaan määritellään kaapelihyllyjen ja kiinnikkeiden kannattamien kaapelien painoon liittyviä mekaanisia vaatimuksia. Kun virtakiskojärjestelmiä koskevilla sähköisillä vaatimuksilla pyritään välttämään oikosulkuja ja tulipaloja⁽⁸²⁾, kaapelihyllyjen standardeissa vahvistetaan ainoastaan tuotteiden fyysiseen kestävyYTEEN liittyviä vaatimuksia. Toisin kuin kaapelihyllyjä, asennusvalmiita virtakiskojärjestelmiä pidetään sähkölaitteina siinä mielessä, että niiden läpi on tarkoitus johtaa virtaa.

(263) Näiden teknisten erojen taustalla on erilainen tuotantoprosessi. Kaapelihyllyjen työstö on lähellä metallivalimon tai levyypajan toimintaa, kun taas asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien valmistus kuuluu sähkörakentamisen alaan. Osapuolet myöntävät lomakkeessa CO (s. 52), että kaapelihyllyjä valmistavat yleensä levysepät ja virtakiskojärjestelmiä sähköasentajat. Komission tietojen mukaan markkinoilla on vain kaksi yritystä, jotka valmistavat niitä molempia: Schneider ja Hager. Kumpikin tapaus on hiljattaisen yritysoston tulosta (Schneider osti Lexelin ja Hager Tehalitin). Ennen yritysostoja Schneider ja Hager valmistivat yksinomaan asennusvalmiita virtakiskojärjestelmiä.

(264) Lisäksi kummallakin konsernilla on jommankumman tuoteryhmän valmistukseen erikoistuneita tytäryrityksiä. Esimerkiksi Schneider-konsernissa virtakiskojärjestelmien tuotannosta vastaavat Telemecanique ja Normabarre ja kaapelihyllyjen tuotannosta Wibe, Stago ja Mita. Euroo-

pan tärkeimmät asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien valmistajat (Moeller, MEM-Delta, Pogliano, Zucchini jne.) eivät valmista kaapelihyllyjä. Osapuolet korostavat, että kaapelihyllyjen valmistajat ovat yleensä tämän tyyppisiin tuotteisiin erikoistuneita pienyrityksiä⁽⁸³⁾.

(265) Tarjontapuolella kaapelihyllyt ja asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät eivät siis ole korvattavissa keskenään.

Päätelmä

(266) Edellä esitetyistä syistä komissio katsoo, että kaapelihyllyt ja asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät muodostavat kahdet erilliset tuotemarkkinat. Osapuolet eivät kiistä tätä päätelmää vastauskirjelmässään⁽⁸⁴⁾.

B.2.2 Maantieteellisten markkinoiden määrittely

(267) Osapuolten arvion mukaan kaapelihyllyjen ja asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien markkinat ovat Euroopan laajuiset. Ne perustelevat väitettään sillä, että eri jäsenvaltioissa myydyt tuotteet ovat samanlaisia. Lisäksi yli [...] prosenttia Schneiderin ja Legrandin tuotannosta myydään muissa jäsenvaltioissa kuin valmistusmaassa.

(268) Komission tutkinta kuitenkin osoitti, että pienjännite-tuotteiden myynnistä kilpaillaan pääasiassa kansallisella tasolla. Edellä sähkönjakokeskuksista esitetyn komission analyysin⁽⁸⁵⁾ olennaisia kohtia voidaan soveltaa analogisesti myös kaapelihyllyihin ja asennusvalmiisiin virtakiskojärjestelmiin. Seuraavat näkökohdat tukevat tätä analyysiiä näillä tuotemarkkinoilla.

Kaapelihyllyjen ja asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien myyntihinnat vaihtelevat voimakkaasti jäsenvaltioiden välillä

(269) ETA-valtioiden välillä on merkittäviä hintaeroja samoissa tuotemalleissa. Tämä koskee sekä asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien että kaapelihyllyjen malleja.

⁽⁸²⁾ Ks. osapuolten vastaus 22. maaliskuuta 2001 päivättyyn kyselylomakkeeseen, kysymys 7.

⁽⁸³⁾ Lomake CO, s. 53.

⁽⁸⁴⁾ 472 kohta.

⁽⁸⁵⁾ 126—224 kohta.

Asemusvalmiit virtakiskojärjestelmät

- (270) Osapuolet toimittivat hintavertailun kahdesta käytetyimmästä standardikokoonpanosta. Kyseessä ovat (i) Telemecaniquen valmistama kaksinapainen 16 ampeerin valaistusasennuksiin tarkoitettu virtakiskojärjestelmä KLE 16A ja (ii) Telemecaniquen valmistama matalajännitteinen 63 ampeerin virtakiskojärjestelmä KNA 63A ⁽⁸⁶⁾.
- (271) Taulukossa 11 esitetään Schneiderin tytäryhtön Telemecaniquen valmistamien [...]* valaistuskiskojen myyntihinnat eri ETA-valtioissa ⁽⁸⁷⁾:

Taulukko 11

	Ranska	Italia	Espanja	Belgia	Portugali	Kreikka	Yhdistynyt kuningaskunta	Irlanti
Hinta Ranskan frangeina	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Hinta: perusindeksi 100, Ranska	100	**	**	***	***	***	****	***

	Saksa	Itävalta	Alankomaat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Hinta Ranskan frangeina	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Hinta: perusindeksi 100, Ranska	**	***	***	**	**	**	**

Lähde: osapuolet.

[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

- (272) Taulukossa 12 esitetään Schneiderin tytäryhtön Telemecaniquen valmistamien [...]* matalajännitteisten virtakiskojärjestelmien myyntihinnat ETA-valtioissa ⁽⁸⁸⁾:

Taulukko 12

	Ranska	Italia	Espanja	Belgia	Portugali	Kreikka	Yhdistynyt kuningaskunta	Irlanti
Hinta Ranskan frangeina	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Hinta: perusindeksi 100, Ranska	100	*	**	**	**	**	***	***

	Saksa	Itävalta	Alankomaat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Hinta Ranskan frangeina	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Hinta: perusindeksi 100, Ranska	**	***	***	***	***	**	*****

[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

⁽⁸⁶⁾ Osapuolten 21. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus 13. kesäkuuta 2001 päivättyyn komission kysymykseen.⁽⁸⁷⁾ Osapuolten 21. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus 13. kesäkuuta 2001 päivättyyn komission kysymykseen.⁽⁸⁸⁾ Osapuolten 21. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus 13. kesäkuuta 2001 päivättyyn komission kysymykseen.

(273) Näistä kahdesta taulukosta ilmenee, että saman asennusvalmiin virtakiskomallin hinta vaihtelee huomattavasti ETA-valtioiden välillä. Tältä osin on todettava, että samassa mallissa voi olla yli [50—100]* prosentin hintaeroja kahden naapurivaltioiden välillä. Esimerkiksi [...] virtakiskojärjestelmää myydään Norjassa [...] frangilla ja Ruotsissa [...] frangilla. Samoin [...] virtakiskojärjestelmää myydään Espanjassa [...] frangilla ja Ranskassa [...] frangilla.

Kaapelihyllyt

(274) Taulukossa 13 esitetään Schneiderin tytäryhtiön Lexelin valmistamien teräksisten kaapelitikkaiden ("steel cable ladders") myyntihinnan kehitys vuosina 1996—2000 niissä ETA-valtioissa, joissa myydään Lexelin tuotteita:

Taulukko 13

	1996	1997	1998	1999	2000
Ruotsi ⁽⁸⁹⁾	100	***	***	***	***
Tanska	***	***	***	***	***
Suomi	**	**	**	**	**
Saksa	**	**	**	**	**
Yhdistynyt kuningaskunta	***	***	***	***	***
Alankomaat	***	***	***	***	***
Belgia	***	***	***	***	***

[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

(275) Taulukko 13 osoittaa tämän kaapelihyllyryhmän hinnan vaihtelevan voimakkaasti jäsenvaltioiden, jopa naapurimaiden, välillä. Hintaerot eivät näytä tasoittuneen viiden viime vuoden aikana. Esimerkiksi Ruotsin ja Tanskan välillä hintaero oli [0—50]* prosenttia vuonna 1996 ja [0—50]* prosenttia vuonna 2000. Saksan ja Alankomaiden välillä hintaero oli samaten [0—50]* prosenttia vuonna 1996 ja [50—100]* prosenttia vuonna 2000.

(276) Vastauskirjelmässään osapuolet kyseenalaistavat Lexelin valmistamien teräksisten kaapelitikkaiden valinnan jäsenvaltioiden välisten hintaerojen osoittamiseksi kaikkien kaapelihyllyjen markkinoilla. Niiden mukaan teräksiset kaapelikourut antaisivat edustavamman kuvan koko kyseisistä tuotemarkkinoista, koska kaapelikourujen tuoteryhmän myyntivolyymi on Euroopan tasolla noin kaksi kertaa niin suuri kuin teräksisten kaapelitikkaiden. Joka tapauksessa osapuolet väittävät, että teräksisten kaapelitikkaiden hintaero on tiettyjen naapurivaltioiden (kuten Alankomaiden ja Saksan) välillä lähes olematon.

(277) Ensinnäkin on huomautettava, että osapuolten väite, jonka mukaan teräksisten kaapelikourujen myyntivolyymi olisi kaksi kertaa niin suuri kuin teräksisten kaapelitikkaiden, perustuu pelkästään Yhdistyneen kuningaskunnan myynnin ekstrapolointiin Euroopan tasolla. Mitään osapuolten toimittamat tiedot eivät viittaa siihen, että eri kaapelihyllyryhmien myynnin jakautuminen Yhdistyneessä kuningaskunnassa olisi yleistettävissä koko ETA-alueelle.

(278) Lisäksi osapuolten toimittamista asiakirjoista ⁽⁹⁰⁾ ilmenee, että jäsenvaltioiden, jopa naapurimaiden, välillä on merkittäviä eroja teräksisten kaapelikourujen hinnoissa. Seuraavassa taulukossa esitetään Schneiderin tytäryhtiön Lexelin valmistamien teräksisten kaapelikourujen hintakehitys vuosina 1998—1999 niissä kolmessa jäsenvaltiossa, joissa yritys pitää niitä kaupan.

Teräksisten kaapelikourujen hintataulukko.

	1998	1999	2000
Alankomaat ⁽⁹¹⁾	100	[100-150]*	[100-150]*
Saksa	[100-150]*	[100-150]*	[100-150]*
Belgia	[50-100]*	[50-100]*	[50-100]*

Lähde: osapuolet.

⁽⁸⁹⁾ Ruotsin hinta vuonna 1996 = perusindeksi 100.

⁽⁹⁰⁾ Osapuolten 19. heinäkuuta 2001 päivätty vastaus 22. maaliskuuta 2001 päivättyyn kyselylomakkeeseen.

⁽⁹¹⁾ Ruotsin hinta vuonna 1998 = perusindeksi 100.

- (279) Yllä olevan teräksisten kaapelikourujen hintataulukon perusteella hintaero Alankomaiden ja Saksan välillä on varsin pieni ja näyttää jopa kaventuneen vuosina 1998—2000, mutta sen sijaan näiden kahden jäsenvaltion ja Belgian välinen hintaero oli yli [0—50]* prosenttia vuonna 2000 ja kasvoi jatkuvasti samalla tarkastelujaksolla.
- (280) Väitetiedoksiantoon antamassaan vastauksessa osapuolet arvioivat, että komission näistä jäsenvaltioista laatimaa kaapelihyllyjen hintavertailua vääristää se, että siinä on jätetty huomiotta kolme ulkoista tekijää.
- (281) Osapuolten mukaan komissio ei ensinnäkään ole ottanut huomioon sitä, että Ruotsissa ja Suomessa kaapelitikkaita käytetään perinteisesti paljon enemmän kuin kaapelikouruja. Tästä seuraa, että kilpailu on tiukempaa ensin mainitussa tuoteryhmässä, mikä osittain selittää sen alemman hintatason muuhun Eurooppaan verrattuna.
- (282) Tältä osin komissio ensinnäkin toteaa, että Schneiderin valmistamissa kaapelihyllyissä näkyy merkittäviä hintaeroja muuallakin kuin vain Ruotsin ja Suomen hinnoissa verrattuna muiden jäsenvaltioiden hintoihin. Taulukosta 13 käy esimerkiksi ilmi, että hintaero Saksan ja Belgian välillä oli [50—100]* prosenttia vuonna 2000. Vaikka Saksaakin pidettäisiin pelkkänä poikkeuksena, niin myös Tanskan ja Belgian välillä hintaero on [0—50]* prosenttia. Lisäksi eri kaapelihyllyryhmien suhteelliset myyntivolyymit vaihtelevat merkittävästi jäsenvaltioiden välillä, koska joissakin jäsenvaltioissa kuluttajat suosivat selvästi tiettyjä kaapelihyllyryhmiä, mikä osapuolten mukaan ⁽⁹²⁾ on tärkeä lisätodiste tuotemerkkinoiden kansallisesta laajuudesta.
- (283) Toiseksi osapuolet selittävät vastauskirjelmässään ⁽⁹³⁾, että Lexelin valmistamien kaapelihyllyjen myyntihintojen erot jäsenvaltioiden välillä johtuvat osaltaan jäsenvaltioiden välisistä valuuttavaihteluista. Osapuolet mainitsevat esimerkkinä Ruotsin kruunun, jonka arvo laski lähes 30 prosenttia suhteessa Yhdistyneen kuningaskunnan puntaan, mikä niiden mukaan kavensi Ruotsin ja Yhdistyneen kuningaskunnan välillä todettua hintaeroa tässä tuoteryhmässä. Tältä osin taulukosta 13 ilmenee, että ero Lexelin näissä kahdessa jäsenvaltiossa myymien kaapelihyllyjen myyntihinnoissa oli [0—50]* prosenttia vuonna 1996 ja [0—50]* prosenttia vuonna 2000, mikä on vastoin väitettä hintaeron kapenemisesta Ruotsin ja Yhdistyneen kuningaskunnan välillä. Lisäksi on todettava, että Lexelin myymien kaapelitikkaiden myyntihinnoissa on eroja monien sellaistenkin ETA-valtioiden välillä, joiden valuuttojen suhteet ovat viime vuosina pysyneet vakaina. Taulukon 13 mukaan esimerkiksi hintaero Saksan ja Alankomaiden välillä oli [50—100]* prosenttia vuonna 2000.
- (284) Kolmanneksi osapuolet väittävät ⁽⁹⁴⁾, että niiden komissiolle ilmoittamissa myyntihinnoissa on otettu huomioon ostoista lasketut alennukset ja volyymlennukset. Alennusten määrä vaihtelee jäsenvaltioiden välillä, mikä osapuolten mukaan selittää keskimääräisten myyntihintojen välillä todetut erot. Tältä osin riittää, kun todetaan, ettei osapuolten toimittamasta aineistosta käy millään tavalla ilmi, että keskimääräisissä tuotekohtaisissa myyntivolyymeissa olisi eroja jäsenvaltioiden välillä. Jos näin olisi, tilanne olisi joka tapauksessa vain merkittävä lisätodiste siitä, että kaapelihyllyjen markkinat ovat laajuudeltaan kansalliset.

Kaapelihyllyjen ja asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien valmistajien kilpailuasemat vaihtelevat huomattavasti jäsenvaltioiden välillä

- (285) Tärkeimpien toimijoiden markkinaosuuksissa asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien ja kaapelihyllyjen markkinoilla on huomattavia eroja jäsenvaltioiden välillä.

Asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät

- (286) Osapuolten toimittamassa taulukossa 14 ⁽⁹⁵⁾ esitellään tärkeimpien toimijoiden markkinaosuudet asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien markkinoilla suurimmassa ETA-valtiossa.

⁽⁹²⁾ Vastaus komission väitetiedoksiantoon, 484 kohta.

⁽⁹³⁾ 485 kohta ja sitä seuraavat kohdat.

⁽⁹⁴⁾ Vastaus komission väitetiedoksiantoon, 489 kohta.

⁽⁹⁵⁾ 12. maaliskuuta 2001 päivätty sähköpostiviesti.

Taulukko 14

	Schneider	Moeller	Zucchini	Pogliano	Muut 1	Muut 2
Saksa	[30-40]* %	[50-60]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	Siemens [0-10]* %	Lanz [0-10]* %
Itävalta	[60-50]* %	[30-40]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	Lanz [0-10]* %	
Belgia	[50-60]* %	[10-20]* %	[10-20]* %		EAE [0-10]* %	
Tanska	[60-50]* %	[20-30]* %				
Espanja	[40-50]* %	[30-40]* %	[10-20]* %	[10-20]* %		
Ranska	[70-80]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	Erico [0-10]* %	
Suomi	[20-30]* %	[10-20]* %			MEM [30-40]* %	
Iso-Britannia	[10-20]* %	[30-40]* %	[10-20]* %		MEM [10-20]* %	
Kreikka	[60-50]* %	[10-20]* %	[0-10]* %		EAE [0-10]* %	
Irlanti	[80-90]* %	[0-10]* %	[10-20]* %		MEM [0-10]* %	
Norja	[20-30]* %	[30-40]* %	[0-10]* %			
Alankomaat	[40-50]* %	[40-50]* %	[0-10]* %		EAE [0-10]* %	
Portugali	[70-80]* %	[20-30]* %	[0-10]* %			
ETA yhteensä	[20-30]* %	[30-40]* %	[0-10]* %	[0-10]* %		

(287) Taulukosta 14 käy ilmi, että tärkeimpien kaapelihyllyjen valmistajien markkina-asetat vaihtelevat merkittävästi jäsenvaltioiden välillä. Pelkästään naapurivaltioiden välisiä eroja tarkasteltaessa havaitaan, että Schneiderin markkinaosuus on Ranskassa [70—80]* prosenttia, mutta Belgiassa [50—60]* prosenttia, Alankomaissa [40—50]* prosenttia ja Saksassa vain [30—40]* prosenttia. Samoin Schneiderin markkinaosuus näkyy olevan Irlannissa [80—90]* prosenttia, mutta Yhdistyneessä kuningaskunnassa vain [10—20]* prosenttia, ja Portugalissa [70—80]* prosenttia, mutta Espanjassa vain [40—50]* prosenttia. Moellerin, Euroopan markkinoiden

den tärkeimmän toimijan markkinaosuus on Saksassa [50—60]* prosenttia, mutta Itävallassa [30—40]* prosenttia, Belgiassa [10—20]* prosenttia ja Ranskassa vain [0—10]* prosenttia.

Kaapelihyllyt

(288) Osapuolten toimittamassa taulukossa 15 esitetään tärkeimpien kilpailijoiden markkinaosuudet kaapelihyllyjen markkinoilla eri ETA-valtioissa.

Taulukko 15

	Schneider	Legrand	Hager	Muut 1	Muut 2
Saksa	[0-10]* %	[0-10]* %	[10-20]* %	OBO	Van Geel
Itävalta	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %		
Belgia	[10-20]* %		[0-10]* %	Vergocan	Van Geel
Tanska	[20-30]* %	[0-10]* %	[10-20]* %	RM Industrial Group	Van Geel
Espanja	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %		
Suomi	[0-10]* %		[0-10]* %	Meka	Nordic Aluminium

	Schneider	Legrand	Hager	Muut 1	Muut 2
Ranska	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	Tolmega [30-40]* %	Métal Déployé [20-30]* %
Iso-Britannia	[0-10]* %	[30-40]* %	[0-10]* %	RM Cable Tray [0-10]* %	Unitrust [0-10]* %
Kreikka	[0-10]* %	[0-10]* %			
Irlanti	[0-10]* %	[0-10]* %		RM Cable Tray	Unitrust
Italia	[0-10]* %	[20-30]* %	[0-10]* %	Sati [20-30]* %	ABB [10-20]* %
Norja	[40-50]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	Ögland	Van Geel
Alankomaat	[30-40]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	Van Geel	Gouda
Portugali	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %		
Ruotsi	[70-80]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	Meka	Van Geel
Yhteensä	[0-10]* %	[10-20]* %	[0-10]* %		

(289) Yllä olevasta taulukosta havaitaan, että Schneiderilla on toimintaa vain kuudessa jäsenvaltiossa. Niistä viidessä sen markkinaosuus vaihtelee [20—80]* prosentin välillä. Sillä ei ole toimintaa muilla kansallisilla markkinoilla. Legrandilla on ETA-alueen suurin markkinaosuus, vaikka se toimii vain kolmessa jäsenvaltiossa (Ranskassa, Italiassa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa), joista vain kahdessa sillä on merkittävä markkinaosuus (Italiassa [20—30]* prosenttia ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa [30—40]* prosenttia). Yhteensä 11 jäsenvaltiossa toimivaa Hageria lukuun ottamatta kaikilla kilpailijoilla on toimintaa vain yhdessä tai kahdessa jäsenvaltiossa, jotka sijaitsevat yleensä vierekkäin (Unitrust ja RM Cable Tray toimivat Irlannissa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa ja Meka Ruotsissa ja Suomessa). Ainoana poikkeuksena näyttää olevan Van Geel, jolla on tuotantoyksiköitä Belgiassa, Alankomaissa, Saksassa ja myös Skandinaviassa.

(290) Useimmilla kaapelihyllyjen markkinoiden kilpailijoista on toimintaa vain yhdessä jäsenvaltiossa. Useissa jäsenvaltioissa toimivien yritysten asemaa kuvaavat seuraavat erityispiirteet: (i) erityisen vahva markkinaosuus yhdessä jäsenvaltiossa mutta (ii) selvästi heikommat ja vaihteluille alttiit markkinaosuudet muissa jäsenvaltioissa.

(291) Vastauksessaan komission väitetiedoksiantoon⁽⁹⁶⁾ osapuolet huomauttivat, että kyseisten tuotteiden markkinoilla on monia kilpailijoita, joilla on toimintaa useissa eri jäsenvaltioissa. Osapuolet mainitsevat esimerkkeinä seitsemässä jäsenvaltiossa toimivan Schneiderin, kuudessa jäsenvaltiossa toimivan Van Geelin sekä 11 jäsenvaltiossa toimivan Hagerin. Lisäksi osapuolet huomatta-

vat, että Hagerin markkinaosuudet ovat lähes samankokoiset kaikissa niissä jäsenvaltioissa, joissa sillä on toimintaa.

(292) Tältä osin voidaan vain todeta, ettei kolmen kilpailijan toiminta useissa eri jäsenvaltioissa pelkästään kaapelihyllyjen markkinoilla riitä osoittamaan, että ne olisivat tosiasiallisesti Euroopan laajuisesti toimivia yrityksiä, jotka kilpailevat keskenään koko ETA-alueella. Tätä päätelmää tukee se, että ETA-alueen kolmesta tärkeimmästä kilpailijasta (Schneider, Legrand ja Hager) yhdenkään markkinaosuudet eivät ole samankokoiset kansallisella tasolla.

Kaapelihyllyjen ja asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien jakelu on järjestetty kansalliselta pohjalta

(293) Osapuolet selittävät, että keskimäärin 75—95 prosenttia kaapelihyllyjen ja asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien valmistajien liikevaihdosta muodostuu myynnistä tukkukauppiaille⁽⁹⁷⁾. Esimerkiksi Schneider huomauttaa, että Ruotsissa, Yhdistyneessä kuningaskunnassa ja Alankomaissa koko sen myynti koostuu kaapelihyllyjen myynnistä tukkukauppiaille. Schneider ei ole toimittanut tietoja muista jäsenvaltioista⁽⁹⁸⁾.

(294) Kuten edellä selitettiin, sähkölaitteiden valmistajien ja tukkukauppioiden suhteet ovat kansallisesti tai jopa alueellisesti järjestettyjä, myös Euroopan laajuisesti toimi-

⁽⁹⁶⁾ 506 ja 509 kohta.

⁽⁹⁷⁾ Lomake CO, s. 90.

⁽⁹⁸⁾ Schneiderin liite 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 98 annettuun vastaukseen.

vien valmistajien ja tukkuketjujen tapauksessa. Samaa voidaan todeta kaapelihyllyistä ja asennusvalmiista virtakiskojärjestelmistä. Kilpailu näiden tuotteiden jakelusta on järjestetty pääasiassa kansalliselta pohjalta.

(295) Vastauksessaan komission väitetiedoksiantoon⁽⁹⁹⁾ osapuolet väittävät, että merkittävä osa kaapelihyllyjen valmistajien liikevaihdosta syntyy suorasta myynnistä loppuasiakkaille. Näin on varsinkin suurissa rakennushankkeissa, joissa tukkukauppiat itse vaativat valmistajia toimittamaan tuoteluetteloissaan mainitut kaapelihyllyt suoraan asiakkaille. Tukku kauppioiden ja valmistajien välisillä suhteilla ei siis ole ratkaisevaa merkitystä kyseisen tuotteen maantieteellisten markkinoiden rajaamisen kannalta.

(296) Tältä osin on ensinnäkin huomattava, ettei osapuolten toimittamien tietojen perusteella voida osoittaa, että myynti valmistajilta suoraan kuluttajille olisi merkittävää kaapelihyllyjen markkinoilla. Päinvastoin, sillä ainoat osapuolten toimittamat tiedot, jotka koskevat niiden omaa myyntiä, osoittavat myynnin tukkukauppiaille muodostavan pääosan niiden liikevaihdosta. Saatavilla olevista tiedoista ei voida mitenkään päätellä, että markkinoiden muiden toimijoiden tilanne olisi toisin.

(297) Osapuolten väite, jonka mukaan tukkukauppiat itse vaativat valmistajia toimittamaan tuoteluetteloissa olevat kaapelihyllyt suoraan asiakkaille, ei sinänsä merkitse, että valmistajat myisivät tuotteet suoraan loppuasiakkaille. Päinvastoin, tukkukauppioiden vaatimusta myyntiluetteloihinsa otetuista tuotteista olisi tulkittava pikemminkin niin, että tukkukauppiat ostavat kyseiset tuotteet valmistajilta ja myyvät ne loppuasiakkaille ilman, että tavaroita fyysisesti käytetään niiden tukkuvarastossa.

Markkinoille pääsyn esteet

(298) Osapuolet toteavat vastauskirjelmässään⁽¹⁰⁰⁾, että kaapelihyllyjen markkinoille pääsyn esteet ovat hyvin vähäisiä. Osapuolet väittävät kyseisten tuotteiden olevan homogeenisia, koska ne vaativat vähän tai eivät ollenkaan mukautuksia vastatakseen paikallista kysyntää. Lisäksi osapuolet selittävät, että kuljetuskustannukset

ovat verrattain pienet eivätkä muodosta estettä tavaroiden vapaalle liikkuvuudelle ETA-alueella. Osapuolten mukaan jäsenvaltioiden välillä kulkee merkittäviä kauppapavirtoja. Esimerkiksi [20—40]* prosenttia Schneiderin ja Legrandin kaapelihyllyistä myydään jossakin muussa jäsenvaltiossa kuin tuotantovaltiossa.

(299) Huomattavat hintaerot jäsenvaltioiden välillä sekä edellä todetut toimijoiden markkinaosuuksien vaihtelut ovat ratkaisevia perusteita, jotka tosiasiallisesti kumoavat tai ainakin rajoittavat voimakkaasti osapuolten väitettä markkinoille pääsyn esteiden heikkoudesta. Komission tutkinta osoitti, että tärkein kaapelihyllyjen markkinoille pääsyn este on valmistajien pääseminen käyttämään tukkukauppiaita, koska pääosa myynnistä tapahtuu juuri tukkuliikkeiden välityksellä. Tukku kauppioiden taipumus supistaa kussakin sähkölaiteryhmässä jakelemissa tuotemerkkien määrää näyttää lisäävän entisestään markkinoille pääsyn esteitä.

Päätelmä

(300) Kaapelihyllyjen ja asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien myynnin kannalta merkitykselliset maantieteelliset markkinat ovat laajuudeltaan kansalliset.

B.3 RYHMÄKESKUKSESTA MYÖTÄVIRTAAN SIJAITSEVAT SÄHKÖLAITTEET

B.3.1 Tuotemarkkinoiden määrittely

Johdanto

(301) Ryhmäkeskuksista myötävirtaan sijaitsevien sähkölaitteiden (joita osapuolet nimittävät myös ”väliintuleviksi asennustarvikkeiksi”) yhteisenä piirteenä on se, että ne sijaitsevat sähkönjakeluverkon loppupäässä ryhmäkeskuksesta pois päin mentäessä.

(302) Osapuolet ehdottavat, että seuraavat markkinat määriteltäisiin erillisiksi tuotemarkkinoiksi: (i) pistorasioiden ja kytkinten markkinat; (ii) valvontajärjestelmien markkinat; (iii) ihmisiä suojaavien turvajärjestelmien markkinat; (iv) tavaroita suojaavien turvajärjestelmien markkinat; (v) viestintäverkkojen liitántätarvikkeiden markkinat; (vi) kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden markkinat ja (vii)

⁽⁹⁹⁾ 523 kohta.

⁽¹⁰⁰⁾ 512 kohta ja sitä seuraavat kohdat.

kaapeliteiden markkinat. Kullakin tuoteryhmällä on osapuolten mukaan eri käyttötarkoitus. Komission tutkimuksen tulokset vahvistivat, ettei näiden eri tuoteryhmien voida katsoa kuuluvan samoille tuotemarkkinoille. Ehdotettu keskittyminen ei vaikuta valvontajärjestelmien, tavaroita suojaavien turvajärjestelmien, viestintäverkkojen liitintätarvikkeiden ja kaapeliteiden markkinoihin.

(303) Osapuolten määrittelemien tuotemarkkinoiden yhteisenä piirteenä on se, että niihin kaikkiin sisältyy tuotteita, jotka eivät ole korvattavissa keskenään.

(304) Kyseisillä markkinoilla on joitakin yhteisiä piirteitä, jotka erottavat ne sähköjakokeskusten markkinoista, joihin esimerkiksi kaapelihyllyt ja asennusvalmiit virtakiskojärjestelmät kuuluvat. Ensinnäkin kyse on pääasiassa asuin- ja liikerakennusten markkinoista, mutta ei teollisuusrakennuksista (paitsi tietyissä tiivistettyjen laitteiden kaltaisissa tuoteryhmissä). Lisäksi nämä väliintulevat asennustarvikkeet muodostavat laitteiston "näkyvillä" olevan osan. Näiden kahden ominaispiirteen vuoksi tuotteen ulkonäöllä on — päinvastoin kuin sähköjakokeskusten sekä kaapelihyllyjen ja asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien tapauksessa — tärkeä merkitys tuotteiden valinnassa, ja loppukäyttäjällä on paljon suurempi syy osallistua valintaan. Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien sähkölaitteiden jakelu tapahtuu lähes kokonaan tukkukauppioiden välityksellä. Sen sijaan sähkösuunnittelijoiden rooli ja valmistajien myynti suoraan loppuasiakkaille on olematon näiden tuotteiden jakelussa. Tästä syystä asentajien rooli tuotteiden valinnassa on vahvempi kuin sähköjakokeskusten sekä kaapelihyllyjen ja asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien tapauksessa.

Pistorasiat ja kytkimet

Johdanto

(305) Pienjänniteasennuksiin tarkoitetut pistorasiat ja kytkimet jaetaan osapuolten mukaan seuraaviin alaryhmiin:

— Tavalliset sähköpistorasiat.

— "Matalajännitteiset" pistorasiat: perinteiset puhelinpistorasiat, antennipistorasiat ja "VDI" (ääni, data,

kuva) -pistorasiat, joita käytetään vastaavasti puhelimen, television sekä tieto- ja viestintäjärjestelmien liitintään.

— Kytkimet, joita käytetään virranohjauslaitteina (valaistuksessa, moottoreissa), myös sähkömagneettisesti kauko-ohjattavat kytkimet ja aikahidastetut rasiakytkimet.

— Valonsäätimet (dimmers), joilla voidaan säädellä valon voimakkuutta.

(306) Komission tutkimuksessa kävi ilmi, että pistorasioiden ja kytkinten ryhmään sisältyy vielä yksi tuoteryhmä nimeltä "tiivistetyt laitteet", jotka on erityisesti suunniteltu vaativiin olosuhteisiin (kestämään kosteutta, pölyä tai iskuja).

(307) Osapuolten mukaan kaikki nämä tuotteet kuuluvat kuva-ääni-data-pistorasioita lukuun ottamatta samoille tuotemarkkinoille, sillä niitä ei muotoiluun ja ulkonäköön liittyvistä syistä voida myydä erikseen. Tämän vahvistaa se, että tuotteita tarjotaan ulkonäöltään yhtenäisinä tuotevalikoimina. Jos kuluttaja valitsee valikoimasta yhden tuotteen (esimerkiksi pistorasian), tämä määrää toisenkin tuotteen (esimerkiksi kytkimen) valinnan, sillä erimallisen pistorasian ja kytkimen asentaminen samaan tilaan olisi epäesteettistä.

(308) Edellä esitetyistä syistä komission tutkinta vahvisti, että vakiomalliset pistorasiat ja kytkimet (myös aikahidastetut rasiakytkimet ja kauko-ohjattavat kytkimet sekä valonsäätimet) kuuluvat samoille tuotemarkkinoille ja että datapistorasiat ja tiivistetyt laitteet muodostavat erilliset tuotemarkkinat. Kysymys siitä, kuuluvatko perinteiset puhelinpistorasiat ja antennipistorasiat erillisille tuotemarkkinoille vai onko ne luettava pistorasioiden ja kytkinten markkinoille kuuluviksi, voidaan jättää avoimeksi, koska kilpailun kannalta analyysin tulos on kummasakin tapauksessa sama.

(309) Tämän ryhmän tuotteet ovat toiminnoiltaan, teknisiltä ominaisuuksiltaan ja yksikköarvoltaan hyvin erilaisia. Aluksi on huomautettava, että pistorasioiden ja kytkinten ryhmään, sellaisena kuin osapuolet sen määrittelevät, kuuluu toisaalta teknisiltä ominaisuuksiltaan hyvin yksinkertaisia tuotteita, kuten tavallisia kytkimiä ja pistorasioita, ja toisaalta elektroniikkakomponentteja sisältä-

viä tuotteita, kuten kuva-ääni-data-pistorasioita ja valonsäätimiä. Tuotteille on yhteistä se, että ne asennetaan rakennusten asuintiloihin, joissa ne ovat "näkyvillä". Tästä syystä niiden muotoilu ja ulkonäkö ovat tärkeitä kuluttajan valintaan vaikuttavia tekijöitä.

Vakiomalliset pistorasiat ja kytkimet

- (310) Komissio voi hyväksyä osapuolten väitteen siitä, että vakiomalliset pistorasiat ja kytkimet, kauko-ohjattavat kytkimet ja aikahidasteiset rasiakytkimet sekä valonsäätimet mukaan luettuina, kuuluvat samoille tuotemerkkinoille.
- (311) Kilpailevien valmistajien, tukkukauppiaiden ja sähkösuunnittelijoiden piirissä tehty komission tutkinta vahvisti, että — kuten osapuolet totesivat — käyttäjien ja sitä kautta tukkukauppiaiden tuotevalinnan ratkaisevana tekijänä on tuotteen ulkonäkö, joka yhdistää näitä eri toimintoihin tarkoitettuja mutta samaan valikoimaan kuuluvia tuotteita.
- (312) Kaikkien näiden tuotteiden yhteisenä ominaisuutena on siis se, että ne ovat käyttäjän näkyvillä. Puhtaasti toiminnallisen tehtävän lisäksi myös tuotteiden ulkonäkö ja sopivuus sisustukseen on oleellinen käyttäjän tai tilaajan (arkkitehdin, sisustussuunnittelijan tai muun) valintaan vaikuttava tekijä. Tästä syystä valmistajat pyrkivät suunnittelemaan tuotteistolle yhtenäisen päällyksen tai kotelon tavallisesti käyttämällä kaikissa tuotteissa samanlaisia levyjä ja koristekappaleita. Loppukäyttäjien kysyntään vaikuttavat myös tukkukauppiat, joiden on pakko tarjota asiakkailleen täydellisiä pistorasioiden ja kytkinten sarjoja, joilla on yhtenäinen muotoilu. On epäodennakoista, että yhtenäistä tuotevalikoimaa tarjoava monopoliasemassa oleva toimittaja aiheuttaisi yksittäisen tuotteen hintaa korottamalla kysynnän siirtymisen yhteen tuotteeseen keskittyvälle toiselle valmistajalle. Markkinoilla ei edes ole vain yhteen tuotteeseen keskittyneitä valmistajia tai yrityksiä, jotka eivät tarjoaisi yhtenäisiä tuotevalikoimia. Voidakseen toimia kyseisillä markkinoilla valmistajien on siis pystyttävä tarjoamaan yhtä tai useampaa täydellistä tuotesarjaa, joilla on yhtenäinen muotoilu.

- (313) Komissio toteaaakin, että tässä menettelyssä tavallisten pistorasioiden ja kytkinten, kauko-ohjattavien kytkinten tai aikahidasteisten rasiakytkinten sekä valonsäädinten voidaan katsoa kuuluvan samoille merkityksellisille tuotemerkkinoille.

Perinteiset puhelinpistorasiat

- (314) Perinteiset puhelinpistorasiat on suunniteltu erityistarpeisiin, nimittäin puhelinten ja muiden telelaitteiden (tele-

kopioilaitteiden, modeemi) sähköliitäntään. Nykyisin näitä pistorasioita valmistetaan vain asuinrakennusten markkinoille, sillä liikerakennuksissa käytetään telelaitteiden liittämissä enimmäkseen kuva-ääni-data-pistorasioita, joiden kautta tietokoneita ja telelaitteita voidaan kytkeä samanaikaisesti paikalliseen viestintäverkkoon. Perinteiset puhelinpistorasiat ovat teleoperaattorien käyttämien eritelmien mukaisia. Tämä seikka erottaa ne vakiomuotoisista pistorasioista ja antennipistorasioista. Päinvastoin kuin kuva-ääni-data-pistorasiat, ne eivät sisällä mitään elektroniikkakomponentteja.

- (315) Osapuolet kuitenkin selittävät, että perinteisten puhelinpistorasioiden tekniikka (lämpömuovaus, leikkaus, sorvaus jne.) on sama kuin sähköpistorasioiden. Osapuolten mukaan ne sisältyvät "segmentin 5.A.1" laitteita valmistavien yritysten tarjoamiin pistorasia- ja kytkinvalikoimiin, ja ne asentaa usein sama asentaja, joka vastaa suurjännitteisten laitteiden asennuksesta. Tämä osapuolten väite ei pidä paikkaansa muiden kuin niiden Schneiderin ja Legrandin kaltaisten pistorasia- ja kytkinvalmistajien osalta, joiden tuoteluetteloissa tarjottuun tuotevalikoimaan kuuluu myös puhelinpistorasioita. Pistorasioiden ja kytkinten valikoimia tarjoavien valmistajien ohella on olemassa myös pelkästään perinteisiin puhelinpistorasioihin erikoistuneita valmistajia, kuten 3M-ryhmä (Pouyet, Quante), Krone tai Forgos, joilla ei ole täydellisiä pistorasia- ja kytkinvalikoimia.
- (316) Tässä yhteydessä ei kuitenkaan ole tarpeen ratkaista kysymystä siitä, kuuluvatko perinteiset puhelinpistorasiat vakiomallisten pistorasioiden ja kytkinten markkinoille vai onko niitä pidettävä erillisinä tuotemerkkinä. Kilpailun kannalta analyysin tulos on kummassakin tapauksessa sama.

Antennipistorasiat

- (317) Puhelinpistorasioiden tapaan myös antennipistorasiat on suunniteltu erityistä tarvetta, nimittäin televisiolaitteen sähköliitäntää varten. Ne on tarkoitettu yksinomaan asuinrakennusten markkinoille. Antennipistorasioiden on vastattava televisiolähetystoimintaa harjoittavien yhtiöiden käyttämiä eritelmiä, mikä erottaa ne sähköpistorasioista, puhelinpistorasioista ja kuva-ääni-data-pistorasioista.

(318) Osapuolten mukaan antennipistorasioiden tekniikka on sama kuin sähköpistorasioiden (lämpömuovaus, leikkaus, sorvaus jne.). Koska antennipistorasioita valmistetaan yrityksissä, jotka valmistavat muitakin pistorasioita ja kytkimiä, ne on sisällytetty näiden valmistajien pistorasioiden ja kytkinten valikoimiin, ja ne asentaa usein sama asentaja, joka vastaa suurijännitteisten laitteiden asennuksesta. Tämän osapuolten väitteen kanssa on ristiriidassa se, että suurin osa antennipistorasioiden valmistajista on niihin erikoistuneita yrityksiä, jotka eivät toimi suurjännitelaitteiden markkinoilla, kuten Philips, Bosch tai Hirschmann.

(319) Tässä yhteydessä ei kuitenkaan ole tarpeen ratkaista kysymystä siitä, kuuluvatko antennipistorasiat vakiomallisten pistorasioiden ja kytkinten markkinoille vai onko niitä pidettävä erillisinä tuotemarkkinoina. Kilpailun kannalta analyysin tulos on kummassakin tapauksessa sama.

Kuva-ääni-data-pistorasiat

(320) Osapuolet katsovat, että kuva-ääni-data-pistorasiat kuuluvat viestintäverkkojen liitännätarvikkeiden markkinoille. Osapuolet kuitenkin myyvät pistorasia- ja kytkinvalikoimassaan myös kuva-ääni-data-pistorasioita, ja niiden komissiolle toimittamiin tietoihin pistorasioiden ja kytkinten markkinoista on sisällytetty myös kyseisissä tuotevalikoimissa myydyt kuva-ääni-data-pistorasiat.

(321) Kuva-ääni-data-pistorasioita käytetään tieto- ja viestintäjärjestelmien liitännään. Ensimmäisen käyttötarkoituksensa eli datanvälityksen (mistä niiden nimitys "datapistorasia") ohella niitä voidaan käyttää kaikkiin palveluverkon puhelinliitännöihin (siis muuhunkin kuin pelkkään kotikäyttöön) sekä tiettyjen verkkoon kytkettävien videosovellusten liitännään digitaalitekniikan ansiosta. Datapistorasiat eivät kuulu sähköjakelujärjestelmään, vaan saman rakennuksen huoneistojen työpisteiden muodostamaan tietoverkkoon (LAN eli lähiverkko), jota käytetään pääasiassa kaupallisissa sovelluksissa. Kuva-ääni-data-pistorasiat on siis suunniteltu erityistarpeeseen, minkä vuoksi ne eroavat muista pistorasialajeista (kuten sähköpistorasioista, perinteisistä puhelinpistorasioista, antennipistorasioista jne.) eivätkä ole korvattavissa niiden kanssa kysynnän puolella.

(322) Lisäksi kuva-ääni-data-pistorasioissa käytetään eri tekniikkaa kuin sähköpistorasioista, antennipistorasioissa ja perinteisissä puhelinpistorasioissa. Niiden tärkeimpiä

komponentteja ovat erityyppiset (konfiguroidut) liittimet, jotka kootaan tilaajan tarpeiden mukaan tietoliikennelaitteiden valmistajien kehittämien standardien mukaisesti (RJ11, RJ12, RJ45, Twinax, Thinnet, BNC, ACO, SUBD 9, SUBD 15, SUBD 25 ja muut). Kuva-ääni-data-pistorasiat ovat erityiskoulutuksen saaneiden tietoliikenne- tai verkkoasentajien asentamia tuotteita, jotka vaativat jatkuvaa ylläpitoa ja säännöllisiä muutoksia.

(323) Merkittävä osa kuva-ääni-data-pistorasioiden markkinoiden toimijoista on erikoistuneita valmistajia, kuten Infra+, Lucent, Alcatel, Tyco ja muut, joilla ei ole toimintaa vakiomallisten pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla ja jotka sen vuoksi eivät voi tarjota muutoilultaan yhtenäistä tuotevalikoimaa. Kuva-ääni-data-pistorasioiden valmistus on siis erikoistunutta eikä siihen voida ryhtyä yksinkertaisesti tuotantolaitteistoa muuntamalla. Kolmansien keskuudessa tehty komission tutkinta vahvisti, ettei vakiomallisten pistorasioiden valmistaja eikä minäkään muun matalajännitteisen pistorasialajin (perinteisen puhelin- tai antennipistorasian) valmistaja voi aloittaa datapistorasioiden valmistusta ilman huomattavia ylimääräisiä kustannuksia ja viivästyksiä. Tästä syystä datapistorasiat eivät kysynnän eivätkä tarjonnankaan puolella ole korvattavissa vakiomallisten pistorasioiden, puhelinpistorasioiden tai antennipistorasioiden kanssa.

(324) Näin ollen komission on todettava, etteivät datapistorasiat kuulu vakiomallisten pistorasioiden ja kytkinten markkinoille.

Tiivistetyt laitteet

(325) Tiivistettyjen laitteiden ryhmään kuuluvat sellaiset pistorasiat ja kytkimet, joita rakenteensa tai muotoilunsa ansiosta voidaan käyttää vaativissa olosuhteissa (kestävät kosteutta, mutta myös pölyä ja iskuja) esimerkiksi kylpyhuoneissa, autotalleissa ja kellareissa, rakennuksen ulkoseinässä, teollisuushalleissa, rakennustyömailla jne.

(326) Osapuolet katsovat tiivistettyjen laitteiden kuuluvan pistorasioiden ja kytkinten markkinoille. Osapuolten mukaan tiivistetyillä laitteilla ja vakiomallisilla pistorasioilla ja kytkimillä on täysin sama toiminnallinen tehtävä kytkeä laite virtalähteeseen. Tiiviysastetta lukuun ottamatta näiden kahden laitetyypin ominaisuudet ovat

täysin samat, ja myös niiden valmistustekniikka ja tuotantoprosessi ovat samanlaiset. Ne asennetaan rakennukseen samanaikaisesti tavallisten laitteiden kanssa, ja työn suorittavat samat asentajat.

(327) Aivan ensiksi on kuitenkin todettava, että tiivistetyt laitteet on suunniteltu erityistarpeeseen, eivätkä ne siis ole kysynnän puolella korvattavissa vakiomallisten pistorasioiden ja kytkinten kanssa.

(328) Vakiomalliset pistorasiat ja kytkimet ja tiivistetyt laitteet eivät ole korvattavissa keskenään myöskään tarjonnan puolella. Osapuolet totesivat, että tiivistetyn koteloinnin kehittäminen vaatii yksinään noin [0—50]* prosenttia kustannuksista ja [0—50]* prosenttia ajasta, joka käytetään kokonaisen pistorasia- ja kytkinsarjan kehittämiseen alusta alkaen. Legrand käytti PLEXO-sarjan kehittämiseen nykyisten mekanismien pohjalta noin [10—60]* miljoonaa euroa ja lähes [1—4]* vuotta (esitutkimukset mukaan luettuina), kun täydellisen sarjan kehittäminen tyhjästä vaatisi vähintään [20—70]* miljoonaa euroa ja [3—5]* vuotta⁽¹⁰¹⁾. Infra+, tietoverkkokomponentteihin erikoistunut valmistaja, kertoo, että yhden ainoan vesitiiviin pistorasiamallin valmistamiseksi laiteinvestoinnit on lähes kaksinkertaistettava ja tuotteen kehittelyyn on käytettävä noin vuosi⁽¹⁰²⁾. Kolmansien keskuudessa tehty komission tutkinta vahvisti niin ikään, että pistorasioiden ja kytkinten valmistaja ei voi aloittaa tiivistettyjen laitteiden valmistusta ilman huomattavia ylimääräisiä kustannuksia ja viivästyksiä.

(329) Komission väitetiedoksiintoon toimittamassaan vastauksessa osapuolet kiistivät tämän komission analyysin. Ne väittivät, että tiivistetyt laitteet ovat muita pistorasioita ja kytkimiä täydentäviä laitteita ja että jokaisessa pistorasia- ja kytkinvalikoimassa tarjotaan muotoilultaan, mitoiltaan ja ominaisuuksiltaan samanlainen tiivistetty ratkaisu.

(330) Toisiaan täydentävät tuotteet, jotka eivät kuitenkaan ole korvattavissa keskenään, eivät kuitenkaan pääsääntöisesti voi kuulua samoille tuotemarkkinoille⁽¹⁰³⁾. Vakiomalliset pistorasiat ja kytkimet ja tiivistetyt pistorasiat ja kyt-

kimet on suunniteltu eri tarpeisiin, ja yksittäiseen asennustyöhön voi sisältyä joko pelkkiä vakiomallisia pistorasioita ja kytkimiä (esimerkiksi asuinhuoneistossa) tai samanaikaisesti sekä vakiomallisia että tiivistettyjä laitteita (esimerkiksi talossa, jossa kellariin tai ulkoseinään on asennettu tiivistettyjä pistorasioita) taikka pelkkiä tiivistettyjä laitteita (esimerkiksi teollisuushallissa).

(331) Samoin osapuolet vahvistavat, että kaikki tunnetut pistorasioiden ja kytkinten valmistajat myyvät myös tiivistettyjä laitteita. Vaikka tämä väite voikin pitää paikkansa osapuolten mainitsemien kilpailijoiden kohdalla, on kuitenkin pantava merkille, ettei se päde Schneiderin tytäryhtiöön Sareliin, joka muiden tuotteiden (johtosuoja-automaattien ja kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden) ohella valmistaa tiivistettyjen laitteiden valikoimaa ja esittäytyy tuoteluettelossaan "tiivistettyjen laitteiden erikoistuntijaksi"⁽¹⁰⁴⁾. Kysyntään siis vastataan erikoisvalmisteisten laitteiden tarjonnalla.

(332) Tähän on lisättävä, että Espanjassa tärkeimpien kilpailijoiden asema on vakiomallisten pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla merkittävästi erilainen kuin tiivistettyjen laitteiden markkinoilla. Pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla Legrand on vasta toiseksi suurin valmistaja, jonka markkinaosuus on [10—20]* prosenttia (kun markkinajohtaja Simonin markkinaosuus on [40—50]* prosenttia), mutta tiivistettyjen laitteiden markkinoilla se pitää hallussaan johtoasemaa vähintään [40—50]* prosentin markkinaosuudellaan.

(333) Osapuolet kiistävät komission väitteen, jonka mukaan tiivistetyt laitteet ja vakiomalliset laitteet eivät olisi korvattavissa keskenään tarjonnan puolella, ja toteavat, ettei pelkän pistorasian tai kytkimen päällyskotelon valmistus ja saattaminen markkinoille vaadi mitään erityistä teknologiaa ja että vakiomallisten pistorasioiden ja kytkinten valmistajalta tiivistettyjen laitteiden kehittelyyn vaadittava aika, joka Infra+:n mukaan kestää yhden vuoden, on selvästi lyhyempi kuin normaalin tuotesarjan kehittelyyn kuluva aika (2—4 vuotta).

(334) Se, että täysin uuden pistorasia- ja kytkinsarjan kehittäminen tyhjästä ja sen markkinoille saattaminen vaatisivat pidemmän ajan kuin tiivistetyn sarjan kehittäminen vakiomallisen sarjan pohjalta, ei kuitenkaan kumoa päätelmää, jonka mukaan nämä tuotteet eivät ole tarjonnan puolella korvattavissa keskenään. Rinnakkaistuotteen val-

⁽¹⁰¹⁾ 10. heinäkuuta 2001 päivätty vastaus, kysymys 15.

⁽¹⁰²⁾ 18. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus.

⁽¹⁰³⁾ Osapuolet perustelivat väitettään asiassa IV/M.256 — Linde/Fiat 28. syyskuuta 1992 tehdyllä komission päätöksellä, jossa komission ratkaisun perusteena oli se, että tuotteet täydensivät toisiaan kysynnän puolella ja olivat korvattavissa keskenään tarjonnan puolella, mutta jätti avoimeksi kysymyksen tuotemarkkinoiden tarkasta rajaamisesta.

⁽¹⁰⁴⁾ Sarelin tuoteluettelo 2001, s. 6.

mistaja hillitsee asianosaisten yritysten kilpailukäyttäytymistä vain, jos se voi vaihtaa tuotannon kyseisten tuotteiden tuotantoon ja saattaa tuotteet markkinoille lyhyellä aikavälillä ilman, että tästä seuraa merkittäviä lisäkustannuksia tai riskiä, vastauksena suhteellisten hintojen pieniin mutta pysyviin muutoksiin ⁽¹⁰⁵⁾.

- (335) Sitä, etteivät vakiomalliset laitteet ole korvattavissa tiivistettyihin laitteisiin tarjonnan puolella, vahvistaa vielä se, että Schneiderin espanjalainen tytäryhtiö Eunea Merlin Gerin myy samanaikaisesti sekä vakiomallisia että tiivistettyjä tuotevalikoimia, mutta niistä vain vakiomalliset pistorasiat ja kytkimet ovat sen omaa tuotantoa, ja tiivistetyt laitteet valmistaa Sarel Ranskassa.
- (336) Osapuolet mainitsevat useiden komission kyselyyn vastanneiden kolmansien allekirjoittaneen väitteen, jonka mukaan tiivistetyt laitteet kuuluisivat pistorasioiden ja kytkinten markkinoille. Osapuolten vastauksessa mainitut kolmannet eivät kuitenkaan ole kiistäneet komission tutkinnan aikana havaittuja seikkoja, ja muutamat muut, kuten Siemens ⁽¹⁰⁶⁾, puolestaan totesivat selvästi, etteivät nämä kaksi tuotelajia ole korvattavissa keskenään tarjonnan puolella.
- (337) Näin ollen komissio toteaa, että tiivistetyt laitteet muodostavat erilliset merkitykselliset tuotemarkkinat.

Valvontajärjestelmät

- (338) Valvontajärjestelmien tehtävänä on ohjata jotakin erityistä sovellusta rakennuksen tietyssä osassa (esimerkiksi huoneessa, toimistossa, kerroksessa tai siivessä). Kolme tärkeintä sovellustyyppiä ovat lämmitys, valaistus ja ilmastointi.
- (339) Komission tutkinta osoitti, ettei ilmoitettu keskittymä aiheuttaisi kilpailuhaittoja edes siinä tapauksessa, että kunkin tuoteryhmän katsottaisiin kuuluvan erillisille tuotemarkkinoille. Näin ollen tämän tuoteryhmän tuotemarkkinoiden tarkka määrittely voidaan jättää avoimeksi.

⁽¹⁰⁵⁾ Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määrittelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta, 20 kohta.

⁽¹⁰⁶⁾ 22. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus.

Turva- ja suojajärjestelmät

Johdanto

- (340) Turva- ja suojajärjestelmien tarkoituksena on suojata ihmisiä ja omaisuutta hätätilanteissa laukeavalla hälytys-signaalilla tai paikallisen vian aikana aktivoituvalla turvavalaistuksella. Näiden järjestelmien tärkeimmät sovellukset ovat:
- ihmisiä suojaavat paloilmajärjestelmät ja turvavalaistusjärjestelmät (itsenäiset turvavalaistusjärjestelmät ja sähköpääkeskusten turvavalaistusjärjestelmät mukaan luettuina)
 - tavaroita suojaavat varashälytin- ja kulunvalvontajärjestelmät.
- (341) Osapuolten mukaan kaikkien turvajärjestelmien on katsottava kuuluvan samoille tuotemarkkinoille, koska niiden kaikkien tarkoituksena on varmistaa kohteen turvallisuus. Turvajärjestelmien eri komponenteilla on tiettyjä toimintoja, joilla kaikilla on sama perustehtävä (ihmisten tai tavaroiden suojaaminen), joten näitä toimintoja on pidettävä toisiaan täydentävinä. Markkinoiden yhtenäisyyden takaa lainsäädäntö, jossa edellytetään tietyn tyyppisten turvajärjestelmien yhdistettyä käyttöä. Näille tuotemarkkinoille eivät sisälly fyysisen suojan antavat tuotteet (kuten turvaovet, palo-ovet) tai torjuntajärjestelmät (esimerkiksi automaattiset palonsammuttimet). Tutkinnan aikana osapuolet kuitenkin myönsivät, että tavaroita suojaavien turvajärjestelmien ja ihmisiä suojaavien turvajärjestelmien markkinat on aiheellista erottaa toisistaan.

- (342) Edellä esitetyistä syistä komission tutkinta II vaiheen menettelyn yhteydessä osoitti, että turvavalaistusjärjestelmät kuuluvat erillisille tuotemarkkinoille.
- (343) Turvavalaistusjärjestelmiä lukuun ottamatta muiden turvajärjestelmien markkinoiden tarkka määrittely voidaan jättää avoimeksi, koska ilmoitettu keskittymä ei aiheuta kilpailuongelmia näillä markkinoilla, olipa ne määritelty miten tahansa.

Turvavalaistus, palohälyttimet ja muut turvajärjestelmät

- (344) Turvavalaistusjärjestelmien tarkoituksena on varmistaa poistumisteiden valaistus paikallisen vian aikana, mikä

mahdollistaa tarvittaessa ihmisten evakuoinnin. Turvalaistussjärjestelmien ryhmästä voidaan erottaa kaksi vaihtoehtoista ratkaisua, jotka pohjautuvat erilaiseen tekniikkaan:

— turvavaloyksiköt, jotka on varustettu samaan koteloon sijoitetulla omalla akulla.

— valaistusyksiköt, joissa ei ole akkua, vaan joihin syötetään sähköä sähköpääkeskuksesta.

(345) Henkilöitä suojaavat turvajärjestelmät (turvalaistuss- ja paloilmajärjestelmät mukaan luettuina) eivät kysynnän puolella ole korvattavissa tavaroita suojaavilla turvajärjestelmillä, koska nämä kaksi järjestelmätyyppiä on suunniteltu täysin eri tarpeisiin. Tavaroita suojaavia turvajärjestelmiä käytetään kaikilla toimialoilla asuinrakennuksista suuriin liiketiloihin, ja niiden asentaminen on tavallisesti vapaaehtoista paitsi sellaisissa rakennuksissa, joissa riskit ovat suuret (esimerkiksi pankeissa tai museoissa). Sen sijaan paloilmajärjestelmiä ja turvalaistoja käytetään osapuolten toimittamien tietojen mukaan lähinnä julkisissa rakennuksissa ja ne ovat yleensä pakollisia. Tästä seuraa, ettei henkilöitä suojaavia turvajärjestelmiä ja tavaroita suojaavia turvajärjestelmiä voida kysynnän puolella sisällyttää samoille tuotemerkkinoille. Osapuolet ovat asiasta samaa mieltä.

(346) Osapuolet esittävät väitetiedoksiintoon toimittamassaan vastauksessa, että turvalaistussjärjestelmät ja paloilmajärjestelmät kuuluvat samoille tuotemerkkinoille eli henkilöitä suojaaviin järjestelmiin.

(347) Tältä osin on ensiksikin huomattava, että turvalaistussjärjestelmillä on eri tehtävä kuin paloilmajärjestelmillä, vaikka nämä kaksi järjestelmätyyppiä toimivatkin — kuten osapuolet huomauttavat — ”synergiassa” keskenään siten, että turvalaistussjärjestelmä laukeaa päälle paloilmajärjestelmän antamasta evakuoitissignaalista. Tuotteet eivät siis ole korvattavissa keskenään kysynnän puolella.

(348) Vastauksessaan osapuolet kuitenkin väittävät, että turvalaistuksen ja paloilmajärjestelmien yhteisenä tehtävänä on ”suojata henkilöitä ja varmistaa näiden turvallisuus”, ja että nämä kaksi järjestelmätyyppiä ovat lisäksi toisiaan täydentäviä. Tuotteiden yhteinen käyttötarkoitus eli ”henkilöiden turvallisuuden varmistaminen” — johon näiden kahden järjestelmän ohella käytetään montaa muutakin tuotetta ja järjestelmää — ei kuitenkaan riitä perusteeksi niiden luokitteluun samoille tuotemerkkinoille kuu-

luiksi. Sama johtopäätös on tehtävä järjestelmien täydentävyyttä koskevasta väitteestä, kuten edellä selitettiin tiivistettyjen laitteiden osalta.

(349) Lisäksi on huomattava, että vain harvoilla valmistajilla on merkittävä asema sekä turvalaistussjärjestelmien että muiden turvajärjestelmien, kuten paloilmajärjestelmien, markkinoilla. Vaikka — kuten osapuolet toteavat vastauksessaan — monilla yrityksillä on toimintaa molemmilla segmenteillä, niiden markkinaosuudet ovat usein hyvin erilaiset. Erään kolmannen arvion mukaan Ranskan viidestä tärkeimmästä paloilmajärjestelmien ja varashälyttimien valmistajasta vain Legrand on viiden suurimman turvalaistussjärjestelmien valmistajan joukossa. Lisäksi sen suurimmalla kilpailijalla paloilmajärjestelmien markkinoilla niin Ranskassa kuin koko Euroopassakin, nimittäin Siemens/Cerberusilla, ei ole lainkaan toimintaa turvalaistussalalla.

(350) Vastauskirjelmässään osapuolet väittävät, että Schneider saattoi lisätä paloilmajärjestelmien myyntiä sen jälkeen, kun se oli laajentanut tarjontaansa turvalaistussjärjestelmillä, ja että sama ilmiö toistui päinvastaisena Cooper Francen tapauksessa. Edellä mainittu Siemens/Cerberusilla koskeva esimerkki kuitenkin osoittaa, että mahdollisuus tarjota samanaikaisesti paloilmajärjestelmiä ja turvalaistussjärjestelmiä ei — vaikka se voikin muodostaa kilpailuedun — ole sellainen olennainen seikka, jonka perusteella näiden kahden järjestelmätyypin voitaisiin päätellä kuuluvan samoille tuotemerkkinoille.

(351) Tarjonnan puolen korvattavuuden suhteen on pantava merkille, että paloilmajärjestelmien eri komponentit (savuilmaisimet, lasinrikkoilmajärjestelmät, keskuslaitteet, äänihälyttimet, merkinantolaitteet ja palo-ovien sulkut), murtohälyttimet (liikkeenilmaisimet, lasinrikkoilmajärjestelmät, värinäilmaisimet, avaamisilmaisimet, keskuslaitteet, sireenit ja hälytyksen siirtolaitteet) ja kulunvalvontalaitteet (ovipuhelimet ja -videot, valvontakamerat, monitorit ja koodilukot) eivät missään tapauksessa ole korvattavissa turvavaloyksiköillä ja sähköpääkeskusten valaistussjärjestelmien komponenteilla (sähköpääkeskusten valaistussyksiköt ja sähköpääkeskukset).

(352) Tältä osin osapuolten vastauskirjelmässä ainoastaan huomautetaan, että kaikkien turvajärjestelmien peruseräiteenä on havaita ja varoittaa vaaroista ja että turvalaistuss- ja paloilmajärjestelmien valmistustekniikat ovat melko samankaltaiset. Näin ylimalkaisen väitteen perus-

teella, jota osapuolet eivät mitenkään täsmennä, ei vielä voida todeta kyseisten järjestelmien olevan tarjonnan puolella korvattavissa keskenään.

- (353) Kolmansien keskuudessa tehty komission tutkinta osoitti, ettei paloilmajärjestelmän valmistaja voisi aloittaa turvavalaistuslaitteiden valmistusta ilman merkittäviä ylimääräisiä kustannuksia ja viivästyksiä. Esimerkiksi yksi kilpailijoista huomauttaa, että paloilmajärjestelmissä ja turvavalaistusjärjestelmissä hyödynnetyt tekniikat ovat hyvin erilaisia. Siirtyminen toisen järjestelmän tuotantoon vaatisi valmistajalta erittäin raskaita investointeja ja noin 18 kuukauden kehittäelytön, ennen kuin se voisi ajatella saattavansa ensimmäisiä tuotteita markkinoille ⁽¹⁰⁷⁾.
- (354) Osapuolet eivät vastauskirjelmässään kyseenalaista tätä komission toteamusta. Ne ainoastaan väittävät, että 18 kuukauden jaksoa on pidettävä normaalina tuotekehittelyaikana. Tämä ei kuitenkaan komission mielestä merkitse, että tarjonnan korvattavuuden vaikutukset vastaisivat tehokkuudeltaan ja välittömyydeltään kysynnän korvattavuuden vaikutuksia ⁽¹⁰⁸⁾.
- (355) Turvavalaistusjärjestelmien ei siis voida katsoa kuuluvan samoille merkityksellisille tuotemarkkinoille paloilmajärjestelmien kanssa. Näin ollen komissio toteaa, että turvavalaistusjärjestelmät kuuluvat erillisille tuotemarkkinoille.

Viestintäverkkojen liitántätarvikkeet

- (356) Viestintäverkkojen liitántätarvikkeiden tuoteryhmä, sellaisena kuin osapuolet sen määrittelevät, koostuu rakennuksen tai asuinrakennuksen tietoverkkoon asennettavista passiivisista komponenteista. Kyse on pääasiassa erilaisista datapistorasioista (kuva-ääni-data-pistorasiat mukaan luettuina), liitántäkaapeleista sekä ristikytkentäkaapeista ja niiden komponenteista.
- (357) Komission tutkinta osoitti, ettei ilmoitettu keskittymä aiheuttaisi kilpailuongelmia edes siinä tapauksessa, että kutakin tuoteryhmää pidettäisiin erillisille tuotemarkkinoille kuuluvana. Näin ollen tämän tuoteryhmän tuotemarkkinoiden tarkka määrittely voidaan jättää avoimeksi.

⁽¹⁰⁷⁾ Cooper Menvier SA, vastaus 29. kesäkuuta 2001 päivättyyn kilpailijoiden kyselylomakkeeseen, vaihe II (segmentti 5).

⁽¹⁰⁸⁾ Komission tiedonanto merkityksellisten markkinoiden määrittämisestä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta, 20 kohta.

B.3.2 Maantieteellisten markkinoiden määrittely

Vakiomalliset pistorasiat ja kytkimet

Johdanto

- (358) Osapuolten mukaan pistorasioiden ja kytkinten markkinat ovat maantieteelliseltä laajuudeltaan kansalliset. Ilmoituksessaan osapuolet kuitenkin väittävät monien kehityspiirteiden viittaavan siihen, että markkinat ovat kansainvälistymässä.
- (359) Markkinoiden kansallinen laajuus selittyy sillä, että kansallisille markkinoille pääsulle on olemassa huomattavia esteitä. Niitä aiheuttavat pääasiassa kussakin maassa sovellettava standardijärjestelmä sekä loppukäyttäjien ja tilaajien perinteiset (etenkin muotoiluun liittyvät) käytännöt. Kaikki nämä tekijät vaikuttavat markkinoiden nykyiseen toimintaan, siis eri toimijoiden (valmistajien, jakelijoiden jne.) asemaan, tuotemerkkeihin ja markkinoilla myymiin tuotemalleihin sekä hintoihin.

Standardijärjestelmä

- (360) Pistorasioihin ja kytkimiin sovellettavalle standardijärjestelmälle on ominaista se, ettei sen yhdenmukaistaminen ole niin pitkällä kuin muiden sähkönjakelutuotteiden, kuten sähkönjakokeskusten komponenttien.
- (361) Sähköpistorasioille on kansallisten standardien tekstiin sisällytettyjen suorituskykyä ja turvallisuutta koskevien rakennusstandardien (esimerkiksi kansainvälinen standardi IEC 60884-1 ja eurooppalainen standardi HD 60884-1) lisäksi määritelty erityisiä nastajärjestystä koskevia kansallisia standardeja. Nastajärjestys määrää nastojen etäisyyden sähköliittimessä. Nastajärjestystä koskevat standardit vaihtelevat jäsenvaltiosta toiseen, ja vaikuttaa siltä, ettei niitä lyhyellä tai keskipitkällä aikavälillä ole tarpeen yhdenmukaistaa kansainvälisellä tai eurooppalaisella tasolla.
- (362) Tavallisissa pistorasioissa käytetään ETA-alueella pääasiassa kolmea nastajärjestystä. Ns. ”ranskalais-belgialaista” nastajärjestystä käytetään Ranskassa, Belgiassa ja joillakin Espanjan raja-alueilla. Saksassa, Pohjoismaissa, Itävallassa, Espanjassa, Portugalissa, Alankomaissa ja Kreikassa on käytössä ns. ”Schuko”-nastajärjestys, ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa ja Irlannissa käytetään ”British Standard”-nimistä nastajärjestystä. Tanska ja Italia käyttävät omia standardejaan, mutta Italiassa Schuko-

rasioita käytetään italialaisen standardin rinnalla turvapistorasioina ⁽¹⁰⁹⁾.

- (363) Taulukossa 16 esitetään ETA-valtioissa sovellettavat nastajärjestykset sekä niitä koskevat standardit:

Taulukko 16

Maa	Nimitys	Kansallinen standardi
Belgia	Ranskalais-belgialainen	NBN 61112
Saksa	Schuko	VDE 0624
Tanska	Tanskalainen	DK 107-2-D1
Espanja	Schuko	UNE 20-315-94
Ranska	Ranskalais-belgialainen	NF C 61-303/320
Suomi	Schuko	
Kreikka	Schuko	ELOS 294
Italia	Italialainen	CEI 23-16
Irlanti	British Standard	IS 180
Luxemburg	Schuko	
Alankomaat	Schuko	NEN 1020
Portugali	Schuko	NP 1260
Yhdistynyt kuningaskunta	British Standard	BS 1363
Norja	Schuko	NEMKO 31/68
Ruotsi	Schuko	SEMKO 107

Lähde: osapuolet.

- (364) Koska ETA-valtioissa sovelletaan eri nastajärjestysstandardeja, yhteen standardijärjestelmään kuuluvia pistorasioita ei voida käyttää maassa, jossa sovelletaan toista nastajärjestystä.

⁽¹⁰⁹⁾ Eri standardin mukainen nastajärjestys, joka estää liittämästä kyseiseen piiriin sellaisia laitteita, jotka voisivat aiheuttaa häiriöitä.

- (365) Sen sijaan ei ole osoitettu, että useampien nastajärjestysstandardien käyttö yhden jäsenvaltion sisällä johtaisi maantieteellisten markkinoiden segmentoitumiseen kansallisia markkinoita pienempiin osiin. Kahdessa ETA-valtiossa, Espanjassa ja Italiassa, on itse asiassa käytössä kaksi rinnakkaista nastajärjestysstandardia. Kummassakin maassa toinen standardi on selvästi hallitseva (Italiassa IEC 23-16-standardin osuus on 92 prosenttia ja Espanjassa Schuko-standardin 95 prosenttia) ja toisen käyttö rajoittuu vain erityissovelluksiin (Italia: Schuko-rasioita käytetään koko maassa turvapistorasioina) tai rajaseuduille (ranskalais-belgialainen standardi Espanjassa).

- (366) Kuten muidenkin pienjännitelaitteiden, pistorasioiden ja kytkinten markkinoille saattaminen edellyttää tuotteiden vaatimustenmukaisuuden osoittamista, jotta niille saataisiin kansallinen laatumerkki, jonka riippumaton kansallinen varmentamislaitos myöntää valmistajan pyynnöstä. Osapuolten mukaan ensimmäisen laatumerkin hankkiminen yhdessä valtiossa kestää [2—7]* kuukautta ja maksaa noin [1 000—5 000]* euroa tuotemallilta. Jos varmentamislaitosten välillä on tehty laatumerkkien vastavuoroista tunnustamista koskeva sopimus, valmistaja voi saada muiden sopimusmaiden laatumerkin hallinnollisessa menettelyssä ilman uusia tuotetestejä. Pistorasioista tällaisia sopimuksia on olemassa vain kutakin yksittäistä järjestelmää käyttävällä alueella (esimerkiksi Schuko-alueella) ⁽¹¹⁰⁾.

Ulkonäkö

- (367) Tutkinnassa selvisi niin ikään, että pistorasioiden ja kytkinten ulkonäkö (esteettinen vaikutelma ja fyysinen muoto) ja muotoilu vaihtelevat jäsenvaltioiden välillä. Koska pistorasiat ja kytkimet ovat tärkeimpiä sähkölaitteistosta näkyville jääviä osia, perinteisellä kansallisella maulla on ratkaiseva vaikutus käyttäjien tuotevalintoihin. Esimerkiksi LK:n (Schneiderin ja Lexelin tanskalainen tytäryhtiö) kehittämä tuotteen ulkonäkö on muodostunut Tanskassa lähes standardiksi, koska sen katsotaan vastaavan maassa vallitsevaa esteettistä makua.

Puhelin- ja antennipistorasiat

- (368) Perinteisistä puhelinpistorasioista on jo kertaalleen todettu, että ne ovat kansallisten teleoperaattorien käyttämien eritelmien mukaisia. Tämän vuoksi niiden nastajärjestys

⁽¹¹⁰⁾ Osapuolten 21. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus, kysymys 149.

voi vaihdella jäsenvaltioiden välillä. Lisäksi ne sisällytetään tuotevalikoimiin, joiden muotoilu ja ulkonäkö (muoto, väri) on suunniteltu kansalliseen makuun sopivaksi.

- (369) Antennipistorasiat on samaten integroitu kansallista makua vastaaviin tuotevalikoimiin. Vaikka antennipistorasioiden nastajärjestys vahvistettiin Euroopan tasolla standardeilla EN 50083-1, EN 50083-4 ja EN 50083-7, niille on olemassa erilaisia kansallisia standardeja ⁽¹¹⁾.

Toimijoiden ja tuotemerkkien asemat

- (370) Nastajärjestysstandardien sekä tuotteiden ulkonäön erot näkyvät eri toimijoiden markkina-aseman ja niiden tuotteiden hintojen merkittävänä vaihteluna eri jäsenvaltioissa.

- (371) Ensinnäkin eri valmistajien markkina-asemat vaihtelevat huomattavasti ETA-valtioiden välillä. Legrandilla on hyvin merkittävä markkina-asema Ranskassa, Italiassa, Kreikassa ja Portugalissa, mutta hieman heikompi asema Itävallassa, Belgiassa, Espanjassa, Irlannissa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa. Sen sijaan Legrandilla on hyvin vähän tai ei ollenkaan toimintaa Saksan ja Alankomaiden sekä Pohjoismaiden markkinoilla.

- (372) Schneiderilla on tytäryhtiönsä Lexelin kautta erittäin vahva asema Pohjoismaissa, mutta useimmissa muissa jäsenvaltioissa, erityisesti Itävallassa, Belgiassa, Saksassa, Espanjassa, Ranskassa ja Kreikassa, sen markkinaosuus on paljon pienempi, eikä sillä ole Irlannin ja Alankomaiden markkinoilla lainkaan toimintaa.

- (373) Osapuolten pahimmista kilpailijoista vain ABB on melko vahvassa asemassa useimmissa jäsenvaltioissa (mutta ei Belgiassa, Tanskassa, Ranskassa, Kreikassa, Portugalissa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa). Siemensillä on toimintaa kolmessa jäsenvaltiossa (Itävalta, Saksa ja Kreikka). Hagerilla on merkittävä asema vain Yhdistyneessä kuningaskunnassa. Kaikki muut eri markkinoiden toimijat ovat paikallisia toimijoita, joilla kuitenkin voi kotimaassaan olla usein huomattavakin markkinaosuus (kuten Nikolla Belgiassa tai Simonilla Espanjassa).

⁽¹¹⁾ Osapuolet mainitsivat seuraavat standardit (10. heinäkuuta 2001 päivätty vastaus, kysymys 10): Saksassa TAE, Itävallassa TDO, Belgiassa RTT, Portugalissa RITA, Espanjassa RJ12, Kreikassa ja Italiassa RJ11 ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa BS.

- (374) Saman valmistajan toiminta eri maiden markkinoilla ei kuitenkaan merkitse, että kilpailuedellytykset olisivat samat. Kansainvälisellä valmistajalla voi monesti olla tuotannossa monia eri tuotemerkkejä, jotka saattavat kuulua esimerkiksi sen jossakin vaiheessa hankkimille paikallisille yrityksille. Esimerkiksi Schneiderin toiminta pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla liittyy pääasiassa sen vuonna 1999 ostamaan tytäryritykseen Lexeliin, joka puolestaan toimii paikallisten tytäryritystensä, kuten Alombardin (Ranska), Eljon (Ruotsi), Strömforsin (Suomi) ja muiden kautta. Legrand toimii Legrand-merkin alla Ranskassa, Belgiassa ja Italiassa. Legrandin italialaisen tytäryrityksen Bticinon tuotteita myydään tällä merkillä Italiassa ja vähemmässä määrin myös Ranskassa ja muissa maissa. ABB käyttää ABB-merkin lisäksi paikallisia tuotemerkkejä Saksassa (BJE), Espanjassa (Niessen) ja Italiassa (Vimar).

- (375) Osapuolten toimittamien tietojen mukaan myös niiden antennipistorasioiden valmistajien markkina-asemat, joilla ei ole toimintaa suurjännitelaitteiden markkinoilla, vaihtelevat huomattavasti maittain, vaikka paikallisten toimijoiden joukossa voidaan erottaa tietty määrä yrityksiä, jotka toimivat useilla kansallisilla markkinoilla tai suurimmalla osalla niistä (kuten Philips, Kathrein, Hirschmann ja Triax).

- (376) Jakelumarkkinoilla tämä pirstaleisuus on vielä korostuneempaa. Kuten edellä esitettiin, tukkukauppiat, joiden välityksellä suurin osa pistorasioista ja kytkimistä jaellaan, ovat järjestäytyneet kansallisella ja usein jopa alueellisella tai paikallisella tasolla.

Mallit ja hinnat

- (377) Itse tuotteiden myynnin osalta osapuolten toimittamista tiedoista käy ilmi, että kussakin tuoteryhmässä Schneiderin ja Legrandin myydyimmät mallit vaihtelevat huomattavasti jäsenvaltioiden välillä. Huomattava määrä kunkin jäsenvaltion myydyimmistä malleista on sellaisia, joita ei myydä lainkaan muissa valtioissa tai ainakaan useimmissa niistä. Schneider ei esimerkiksi mainitse ainuttakaan mallia, joka kuuluisi viiteen myydyimpään malliin useammassa kuin yhdessä jäsenvaltiossa, ja ilmoitti selitykseksi "paikalliset käytännöt" ⁽¹¹²⁾. Legrand mainitsi kaikkiaan 151 pistorasia-, kytkin- ja säädinmallia (tiivis-

⁽¹¹²⁾ Ks. 21. kesäkuuta 2001 päivättyyn kysymykseen 139 toimitettuun vastaukseen liitetty taulukko.

tetyt laitteet mukaan luettuina), jotka kaikki lukeutuvat viiteen myydyimpään malliin ainakin yhdessä jäsenvaltiossa, mutta joista ainoastaan kaksi mallia kuuluu viiteen myydyimpään malliin kolmessa jäsenvaltiossa ja kahdeksan viiteen myydyimpään malliin kahdessa jäsenvaltiossa⁽¹¹³⁾. On kuitenkin huomattava, ettei mitään näistä malleista myydä Ranskassa, siis markkinoilla, joilla Legrandin asema on vahvin.

- (378) Tuotteiden hinnat vaihtelevat huomattavasti jäsenvaltioiden välillä, kuten käy selville taulukosta 17, jossa esitetään osapuolten toimittamat eri mallien keskimääräiset hinnat:

Taulukko 17

Espanja	100
Portugali	***
Ranska	
Italia	****
Yhdistynyt kuningaskunta	****
Perusindeksi: Espanja = 100.	Vuoden 2000 myyntihinta

[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

- (379) Edellä olevassa taulukossa ei ole otettu huomioon sitä, etteivät useimmat eri ETA-valtioissa myydyistä tuotemalleista ole tosiasiallisesti samanlaisia. Useissa eri jäsenvaltioissa myytävien mallien hintavertailu paljastaa kuitenkin merkittäviä hintaeroja. Esimerkiksi viiteen myydyimpään malliin useammassa kuin yhdessä jäsenvaltiossa kuuluvien Legrandin pistorasia- ja kytkinmallien keskimääräisissä nettohinnoissa voidaan havaita seuraavat erot⁽¹¹⁴⁾:

Taulukko 18

Malli	Maa, jossa hinta on korkein	Maa, jossa hinta on alhaisin	Hintaero (%)
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*

⁽¹¹³⁾ Ks. 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 139 toimitetun vastauksen "LPR-liite".

⁽¹¹⁴⁾ Lähde: "LPR-liite" (ks. sivun 102 alaviite).

Malli	Maa, jossa hinta on korkein	Maa, jossa hinta on alhaisin	Hintaero (%)
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*

[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

Päätelmä

- (380) Pistorasioiden ja kytkinten merkitykselliset markkinat ovat siis laajuudeltaan kansalliset.

Tiivistetyt laitteet

- (381) Osapuolten mukaan tiivistettyjen laitteiden maantieteelliset markkinat ovat laajuudeltaan kansalliset, sillä osapuolet katsovat tiivistettyjen laitteiden kuuluvan vakiomallisten pistorasioiden ja kytkinten markkinoille. Tiivistettyjen laitteiden markkinoita on todellakin pidettävä laajuudeltaan kansallisina pääasiassa samoista syistä kuin vakiomallisten pistorasioiden ja kytkinten markkinoita.

- (382) Lisäksi on mainittava, että eri jäsenvaltioiden asennustavoissa on vaihteluja. Jotkin maat voivat esimerkiksi vaatia pinta- tai upporasioiden asentamista tai noudattamaan IP-arvoja (vaadittua tiiviysastetta osoittava arvo), jotka voivat vaihdella maittain samalla sovellusalalla. Samanlaisen huoneiston IP-arvo saattaa Ranskassa olla IP55, Schuko-alueella IP44 ja British Standard -alueella IP56, ja arvo on siis sitä korkeampi, mitä tiiviimpi tuote on. Erilaisista asennustavoista seuraa, että heikomman IP-arvon sallivan maan markkinoille valmistettua tuotetta ei voida myydä toisessa maassa, jossa on korkeampi IP-arvo, kun taas korkean IP-arvon tuotteet voivat olla liian kalliita markkinoitaviksi laajamittaisesti maassa, jossa pienempi IP-arvo riittää.

- (383) Eri jäsenvaltioissa myydyt tuotteet vaihtelevat voimakkaasti napajärjestysalueen mukaan. Neljä Legrandin viidestä myydyimmästä mallista Saksassa (Schuko-alueen maa) kuuluu myös Itävallan (myös Schuko-alueetta) viiden myydyimmän mallin joukkoon, mutta mitään niistä ei löydy Ranskan ja Yhdistyneen kuningaskunnan myydyimpien mallien joukosta, koska näissä maissa vaaditaan paljon korkeampaa IP-tasoa.
- (384) Mikäli samoja tuotemalleja myydään useissa maissa, niiden hinnat vaihtelevat osittain huomattavasti. Seuraavassa taulukossa esitetään Ranskan viiden myydyimmän Legrandin mallin myyntihinnat muissa jäsenvaltioissa, joissa nämä mallit kuuluvat viiden myydyimmän mallin joukkoon:

Taulukko 19

Malli (hinta euroina)	B	E	F	I	IRL	L	P
[...]* Keskim. myyntihinta			*	*		*	
[...]* Keskim. myyntihinta		*	*		*		*
[...]* Keskim. myyntihinta		*	*				*
[...]* Keskim. myyntihinta	*		*			*	
[...]* Keskim. myyntihinta			*				

Lähde: osapuolten toimittamat tiedot.

[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

Turvavalaistusjärjestelmät

- (385) Osapuolten mukaan turva- ja suojajärjestelmien markkinat ovat laajuudeltaan eurooppalaiset tai jopa sitä laajemmat. Osapuolet selittävät, että näiden järjestelmien tarve on jatkuva Euroopassa ja kaikissa teollisuusmaissa. Useissa Euroopan maissa toimii aktiivisesti turvallisuusalan ammattiyhdistyksiä, ja maiden lainsäädännöt ovat lähellä tai lähenemässä toisiaan.
- (386) On kuitenkin huomattava, että turvavalaistustuotteet on tarkoitettu asennettaviksi yleisiin tiloihin. Niitä koskevat siis yleisistä tiloista annetut kansalliset säännökset, jotka

ainakin joissakin maissa poikkeavat asiaan sovellettavista yhdenmukaistetuista standardeista.

- (387) Turvavaloxyksiköihin sovelletaan kaikissa ETA-valtioissa eurooppalaista standardia EN 60598-2-22, joka on sama kuin kansainvälinen standardi IEC 60598-2-22. Ranskaa koskee kansallinen poikkeus, josta on mainittu eurooppalaisessa standardissa. Poikkeus johtuu yleisistä tiloista 2 päivänä lokakuuta 1978 annetusta Ranskan asetuksesta ja liittyy turvavaloxyksikön lämmönkestävyyteen, sen sijaintiin muihin sähkölaitteisiin nähden sekä sen virransyöttöpiirien eristämiseen ⁽¹¹⁵⁾.
- (388) Kuten muille pienjännitetuotteille, myös turvavaloxyksiköille on olemassa laatumerkkejä, joita myöntävät kansalliset varmentamislaitokset. Päinvastoin kuin muille tuotteille, turvavaloxyksiköille laatumerkin hankkiminen on joissakin jäsenvaltioissa, kuten Ranskassa, pakollista. Ranskassa merkin hankkiminen maksaa noin [1 000—8 000]* euroa ja kestää [1—12]* kuukautta, ellei jonkin toisen jäsenvaltion "Cenelec Certification Agreementin" osapuolena oleva varmentamiselin jo ole sertifioinut tuotetta ⁽¹¹⁶⁾. Belgiassa sisäministeriön rakennuslupaosasto myöntää valtion omistamille rakennuksille hyväksynnän erityisasetuksen nojalla. Osapuolet kertovat, että hyväksynnän hankkiminen maksaa [1 000—5 000]* euroa ja kestää vähintään [1—12]* kuukautta ⁽¹¹⁷⁾.
- (389) Osapuolet myöntävät, että myös turvavalaistusjärjestelmien kohdalla mieltymykset ja asennustavat vaihtelevat jäsenvaltioiden välillä. Vaihtelut liittyvät esimerkiksi syöttöjännitteisiin ja valaistusyksiköiden autonomisen toiminnan kestoon. Tämä puolestaan edellyttää erilaisten mallien tarjoamista.
- (390) Valmistajien asema eri jäsenvaltioiden turvavaloxyksiköiden markkinoilla vaihtelee huomattavasti maittain. Legrandin ja sen tytäryhtiöiden URA:n ja Lumaticin markkinaosuus on Ranskassa [60—70]* prosenttia (myyntiosaston sisäisen asiakirjan mukaan [70—80]* prosenttia), Espanjassa [30—40]* prosenttia, Portugalissa [10—20]* prosenttia ja Belgiassa [10—20]* prosenttia. Kaikissa muissa maissa Legrandin markkinaosuus on alle

⁽¹¹⁵⁾ Osapuolten 21. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus, kysymys 187.

⁽¹¹⁶⁾ Ks. edellä 61 kohta.

⁽¹¹⁷⁾ Osapuolten 21. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus, kysymys 187.

[10—20]* prosenttia. Schneiderilla on merkittävä markkina-asema ainoastaan Ranskassa ([0—10]* prosentin markkinaosuus).

- (391) Myös muiden kilpailijoiden nimet ja markkinaosuudet vaihtelevat maiden välillä. Osapuolten tärkeitä kilpailijoita useissa jäsenvaltioissa ovat vain Cooper/Menvier (toimintaa Itävallassa, Belgiassa, Portugalissa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa), Zemper (toimintaa Espanjassa ja Portugalissa) ja Beghelli (toimintaa Itävallassa, Belgiassa ja Italiassa) ⁽¹¹⁸⁾.
- (392) Legrand myy turvavalaistustuotteitaan jakelukanavien kautta, mikä lisää kansallisten markkinoiden hajanaisuutta ⁽¹¹⁹⁾.
- (393) Jos valmistajalla on toimintaa eri jäsenvaltioiden markkinoilla, se myy siellä eri tuotteita. Ranskan viidestä myydyimmistä turvavaloysikkömallista vain kaksi, nimittäin [...] Itävallassa ja Portugalissa, kuuluu Legrandin myydyimpiin malleihin muissa ETA-valtioissa. Näitä kahta mallia kuitenkin myydään [...] kalliimpaan hintaan kuin Itävallassa ja Portugalissa, kuten seuraavasta taulukosta käy ilmi:

Taulukko 20

Malli (hinta euroina)	A	F	P
[...]* Keskim. myyntihinta	**	**	**
[...]* Keskim. myyntihinta	**	**	**

Lähde: osapuolet.

[Julkisen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

- (394) Näin ollen komissio toteaa, että turvavalaistusjärjestelmien merkitykselliset maantieteelliset markkinat ovat laajuudeltaan kansalliset ainakin Ranskan markkinoiden osalta.

B.4 KIINNITYS- JA LIITÄNTÄTARVIKKEET

B.4.1 Kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden tuotemerkkinoiden määrittely

- (395) Osapuolet määrittelevät tuotemerkkinat siten, että niihin kuuluvat ryhmäkeskuksesta myötävirtaan ja sähkölait-

teistosta vastavirtaan sijaitsevien laitteiden kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet. Nämä markkinat jakautuvat osapuolten mukaan seuraaviin tuoteryhmiin:

- upotettavat kytkentärasiat: seinään asennettavia rasioita, joihin seinän sisäpuolelta kiinnitetään sähkökaapelit ja ulkopuolelta ohjausmekanismi (pistorasia tai kytkin); osapuolet täsmentävät, että nämä rasiat voivat olla hieman erilaisia seinämateriaalista (betoni, kuivien tilojen väliseinä, tiili) riippuen
- haaroitusrasiat: kaapeliliitoksia suojaavia kotelaita
- haaroitusmatriisit: kaapelihaaroitusten tekoon käytettäviä tarvikkeita
- kytkentärimat: johtojen ja kaapelien kiinnittämiseen käytettäviä tarvikkeita
- kaapelien asennusputket: pieniä putkia, jotka suojaavat kaapelireittejä
- kaapelikengät: kaapelien liittimiä
- kiinnikkeet: tarvikkeita, joilla kaapeliniiput kiinnitetään hyllyihin tai toisiinsa
- jäykät putket: kaapelien kulun ohjaamiseen ja kaapelien suojaamiseen tarkoitettuja suojaputkia
- putkien kiinnitystarvikkeet: tarvikkeita, joilla ulomat putket kiinnitetään seiniin.

- (396) Osapuolet katsovat, että kaikki nämä tuotteet kuuluvat samoille tuotemerkkinoille, koska niitä kaikkia käytetään sähkölaitteiston kaapeli-infrastruktuurin järjestämiseen ryhmäkeskuksesta aina vastaanottopään laitteisiin (pistorasiat, kytkimet jne.) asti. Tarkemmin sanottuna näillä tuotteilla, joita käytetään kaikissa sähköasennuksissa, ohjataan, suojataan ja liitetään sähkölaitteistoissa käytettäviä kaapeleita ⁽¹²⁰⁾. Osapuolet lisäävät, että nämä tuotteet ovat korvattavissa keskenään tarjonnan puolella. Niissä käytetään samaa muovaus-, puristus-, leikkaus- ja sorvaustekniikkaa. Ne voidaan valmistaa yhtenä ainoana

⁽¹¹⁸⁾ Osapuolten 10. heinäkuuta 2001 päivätty vastaus, kysymys 31.

⁽¹¹⁹⁾ Ks. edellä 202—210 kohta.

⁽¹²⁰⁾ Osapuolten vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymyksiin 238 ja 240.

toimintona ja halvoilla tuotantovälineillä ⁽¹²¹⁾. Koska eri kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden valmistuksessa hallittava tekniikka on hyvin samankaltaista, osapuolet väittävät, että yhtä tuotetta valmistava yritys voisi helposti ryhtyä valmistamaan muitakin tuotteita ⁽¹²²⁾.

- (397) Kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden tuotemarkkinoiden tarkka määrittely voidaan tässä tapauksessa jättää avoimeksi, koska ehdotettu keskittymä aiheuttaa samanlaisia kilpailuongelmia riippumatta siitä, miten kyseiset markkinat määritellään.

B.4.2 **Kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden maantieteellisten markkinoiden määrittely**

- (398) Osapuolet eivät ota selkeästi kantaa kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden maantieteellisten markkinoiden laajuuteen. Ne arvioivat CO-lomakkeessa, ettei kyseisiä maantieteellisiä markkinoita "voida pitää pelkästään kansallisina". Edellä esitetyt seikat sekä sähkönjakokeskusten yhteydessä tarkastellut yleiset näkökohdat ⁽¹²³⁾ kuitenkin vahvistavat, että kyseiset tuotemarkkinat ovat laajuudeltaan kansalliset.

Liitäntä- ja haaroitusrasioihin sovelletaan kansainvälisten standardien lisäksi kansallisia eritelmiä

- (399) Liitäntä- ja haaroitusrasioita koskee standardi IEC 60 670, jossa vahvistetaan yleiset säännöt asuinrakennuksiin ja vastaavaan käyttöön asennettaville kiinteille sähkökojeille. Osapuolet selittävät, ettei tässä standardissa anneta eritelmiä rasioiden mitoista. Mittojen määrittäminen on kansallisten standardointilaitosten tehtävä, mikä johtaa kansallisiin erityispiirteisiin. Standardointilaitokset käyttävät liitäntä- ja haaroitusrasioiden mittojen määrittämisessä erilaisia perusteita, jotka useimmiten liittyvät kyseisessä jäsenvaltiossa vallitsevan rakennustyyppien ominaisuuksiin. Perusteet liittyvät lähinnä rakennusmateriaalien luonteeseen sekä seinien ja väliseinien (betoni, tiili, muuri, väliseinä jne.) laatuun ja moninaisuu-

teen. Osapuolet kuitenkin täsmentävät, että jotkin maa-ryhmät, kuten Pohjoismaat, ovat hyväksyneet keskenään analogiset mitat. Ranskassa liitäntä- ja haaroitusrasioille ei ole määrätty mitään mittoja ⁽¹²⁴⁾.

Monille kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden ryhmille on olemassa kansainvälisten standardien lisäksi kansallisia laatumerkkejä

- (400) Eri ETA-valtioissa myönnetään kansallisia laatumerkkejä useille kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden ryhmille. Riippumattoman kansallisen varmentamislaitoksen antama laatumerkki takaa kuluttajalle, että tuote on kyseistä tuotetta koskevista standardeista määriteltyjen teknisten vaatimusten mukainen. Tekniset vaatimukset voivat perustua eurooppalaiseen standardiin, suoraan tai välillisesti kansalliseksi standardiksi vahvistettuun kansainväliseen standardiin tai kansainvälisistä standardeista täysin riippumattomaan kansalliseen standardiin. Kansalliset laatumerkit ovat vapaaehtoisia, mutta osapuolet myöntävät, että niiden hankkiminen kiinnitys- ja liitäntätarvikkeille on kiistaton kaupallinen etu useissa maissa, varsinkin Saksassa, Ranskassa ja Italiassa ⁽¹²⁵⁾.
- (401) Osapuolet ovat saaneet laatumerkit seuraaville tuotteille:

— useat upotettavat kytkentärasiamallit ⁽¹²⁶⁾: OVE (Itävalta) ja CEBEC (Belgia)

— kytkentärimat: NF (Ranska), KEMA (Alankomaat), VDE (Saksa), IMQ (Italia), AENOR (Espanja) ja CEBEC (Belgia) ⁽¹²⁷⁾

— jäykät putket: NF USE (Ranska), myöntänyt LCIE ⁽¹²⁸⁾.

⁽¹²¹⁾ Osapuolten vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 240.

⁽¹²²⁾ Osapuolten vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 242.

⁽¹²³⁾ 202—210 kohta.

⁽¹²⁴⁾ Osapuolten 11. heinäkuuta 2001 päivätty vastaus 6. heinäkuuta 2001 päivättyyn komission pyyntöön.

⁽¹²⁵⁾ Vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 246.

⁽¹²⁶⁾ Liite osapuolten vastaukseen 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 66.

⁽¹²⁷⁾ Osapuolten 20. heinäkuuta 2001 päivätty vastaus 3. heinäkuuta 2001 päivättyyn komission pyyntöön.

⁽¹²⁸⁾ Osapuolten 20. heinäkuuta 2001 lähettämä vastaus 3. heinäkuuta 2001 päivättyyn komission pyyntöön.

Kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden viisi myydyintä mallia vaihtelevat huomattavasti jäsenvaltioiden välillä

- (402) Schneider selittää, että paikallisten käytäntöjen takia kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden viisi myydyintä mallia ovat eri maissa yleensä erilaiset⁽¹²⁹⁾. Lisäksi kyseisillä markkinoilla toimivat Schneider-konsernin eri tytäryritykset, kuten Alombard tai Sarel, eivät useimmiten myy näitä tuotteita kuin yhdessä jäsenvaltiossa. Seuraavassa esitetyt vertailut koskevat pääasiassa Legrand-konsernin tuotteita.

Upotettava kytkentärasiat

- (403) Osapuolet selittävät, että myydyimmät tuotemallit vaihtelevat huomattavasti jäsenvaltioittain⁽¹³⁰⁾. Legrandin toimittamat tiedot osoittavat, että upotettavien kytkentärasioiden viisi myydyintä mallia vaihtelevat merkittävästi eri jäsenvaltioiden välillä ja että luettelossa mainitut mallit löytyvät harvoin useamman kuin kolmen jäsenvaltion myydyimpien mallien joukosta. Legrandin toimittamaan luetteloon 11 ETA-valtion viidestä myydyimmästä upotettavien kytkentärasioiden mallista vuonna 2000⁽¹³¹⁾ sisältyy 37 mallia. Näistä 37 mallista kolme mallia kuuluu neljän (eikä yksikään sitä useamman) jäsenvaltion ja kolme mallia kolmen jäsenvaltion myydyimpiin malleihin.

Haaroitusmatriisit

- (404) Osapuolet selittävät, että haaroitusmatriiseja käytetään lähinnä vain Ranskassa ja muutamissa muissa jäsenvaltioissa⁽¹³²⁾. Legrandin sisäisestä asiakirjasta⁽¹³³⁾ käy selville, että vuonna 2000 Legrand, jolla on toimintaa seitsemän jäsenvaltion kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden markkinoilla, myi tämäntyyppisiä tuotteita vain neljässä jäsenvaltiossa, nimittäin Ranskassa, Saksassa, Itävallassa ja Irlannissa⁽¹³⁴⁾.

⁽¹²⁹⁾ Yleinen huomautus liitteestä Schneiderin vastaukseen 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 139.

⁽¹³⁰⁾ Osapuolten vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 244.

⁽¹³¹⁾ Liite Legrandin vastaukseen 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 139.

⁽¹³²⁾ Osapuolten vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 244.

⁽¹³³⁾ Liite Legrandin vastaukseen 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 139.

⁽¹³⁴⁾ Liite Legrandin vastaukseen 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 193.

Jäykät putket

- (405) Osapuolet selittävät, että ulompien jäykkien putkien läpimitta vaihtelee jäsenvaltioiden välillä. Tämä merkitsee, että myös putkien kiinnittämiseen käytettyjen tarvikkeiden mitat vaihtelevat jäsenvaltioittain. Osapuolet lisäävät, että joissakin jäsenvaltioissa käytetään enimmäkseen metalliputkia ja muutamissa muissa lähinnä PVC-putkia⁽¹³⁵⁾.

Kiinnikkeet

- (406) Legrandin toimittamat tiedot osoittavat, että viiden myydyimmän kiinnikemallin luettelo vaihtelee merkittävästi jäsenvaltioiden välillä ja että luettelossa mainitut mallit löytyvät harvoin useamman kuin kolmen jäsenvaltion myydyimpien mallien joukosta. Legrandin toimittamaan luetteloon 15 ETA-valtion viidestä myydyimmästä upotettavien kytkentärasioiden mallista vuonna 2000⁽¹³⁶⁾ sisältyy 39 mallia. Näistä 39 mallista vain kaksi kuuluu neljän (eikä yksikään sitä useamman) jäsenvaltion ja kuusi kahden jäsenvaltion myydyimpiin malleihin.
- (407) Lisäksi osapuolet selittävät, että tähän tuoteryhmään kuuluu vielä erikoismalli ”Colson”, jota tietyissä ETA-valtioissa, etenkin Ranskassa, käytetään paljon yleisemmin kuin muissa. Tuotemallin erityispiirteenä on sen erityisen korkea laatu (kestää vaikeita sääoloja ja rasitusta), koska se valmistetaan kestävämmästä mutta myös paljon kalliimmasta muovista kuin muut kiinnikemallit. Colson-mallin yleisyys Ranskassa johtuu siitä, että *Électricité de France (EDF)* alkoi käyttää sitä omiin tarpeisiinsa todettuaan, että kiinnikkeen repeämisestä aiheutuvat kesättämättömät korjauskustannukset olisi estettävä⁽¹³⁷⁾.

Huomattavat hintaerot jäsenvaltioiden välillä

- (408) Komissio pyysi osapuolia toimittamaan kustakin kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden ryhmästä kunkin jäsenvaltion

⁽¹³⁵⁾ Osapuolten vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 244.

⁽¹³⁶⁾ Liite Legrandin vastaukseen 6. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 139.

⁽¹³⁷⁾ Osapuolten 25. kesäkuuta 2001 päivätty vastaus komission 21. kesäkuuta 2001 päivättyyn pyyntöön.

viiden myydyimmän mallin keskimääräiset myyntihinnat muissa jäsenvaltioissa, joissa näitä malleja pidetään kaupan⁽¹³⁸⁾. Mikäli samat mallit löytyivät viiden myydyimmän mallin joukosta useammassa kuin yhdessä maassa, niiden myyntihinnoissa oli huomattavia eroja.

- (409) Nämä tuotemallit muodostavat joka tapauksessa tärkeän osan Legrandin myynnistä kussakin kiinnitys- ja liitäntä-

tarvikeryhmässä. Niiden voidaan siis pitää näitä tuoteryhmiä edustavina.

Upotettavat kytkentärasiat

- (410) Seuraavassa taulukossa 21 esitetään viiteen myydyimmään malliin vähintään kahdessa jäsenvaltiossa kuuluvien Legrandin upotettavien kytkentärasioiden mallien myyntihinnat euroina vuonna 1999.

Taulukko 21

Malli	DE	DK	BE	FR	GR	NL	PT	ES	UK
[...]* Keskim. myyntihinta (Suhteellinen hinta: FR=100)				(100)	**				
[...]* Keskim. myyntihinta (Suhteellinen hinta: DE=100)	(100)					**			***
[...]* Keskim. myyntihinta (Suhteellinen hinta: DE=100)	(100)					**			
[...]* Keskim. myyntihinta (Suhteellinen hinta: DE=100)	(100)	***							***
[...]* Keskim. myyntihinta (Suhteellinen hinta: DK=100)		(100)	**				**		
[...]* Keskim. myyntihinta (Suhteellinen hinta: BE=100)			(100)		***		**	*	
[...]* Keskim. myyntihinta (Suhteellinen hinta: BE=100)			(100)		***		**	*	
[...]* Keskim. myyntihinta (Suhteellinen hinta: DE=100)	(100)				*	**		*	

Lähde: osapuolet.

[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

- (411) Lukuun ottamatta mallia [...]* useimmissa Legrandin myymissä upotettavien kytkentärasioiden malleissa on erityisen suuria hintaeroja jäsenvaltioiden välillä. Pelkätään naapuri- tai lähivaltioiden välillä voidaan havaita seuraavat erot:

— mallia [...]* myydään [...]* eurolla [...]* ja [...]* eurolla [...]*, eli hintaero on [0—50]* prosenttia

— mallia [...]* myydään [...]* eurolla [...]* ja [...]* eurolla [...]*, eli hintaero on [0—50]* prosenttia

⁽¹³⁸⁾ Liite osapuolten vastaukseen 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 245.

— mallia [...]* myydään [...]* eurolla [...]* ja [...]* eurolla [...]*, eli hintaero on [0—50]* prosenttia

— mallia [...] myydään [...] eurolla [...] ja [...] eurolla [...], eli hintaero on [50—100]* prosenttia

Kiinnikkeet

— mallia [...] myydään [...] eurolla [...] ja [...] eurolla [...], eli hintaero on [50—100]* prosenttia.

(412) Taulukossa 22 esitetään viiteen myydyimpään malliin vähintään kahdessa jäsenvaltiossa kuuluvien Legrandin kiinnikemallien myyntihinnat euroina vuonna 2000.

Taulukko 22

Malli	AT	BE	DE	DK	ES	FR =100	GB	GR	IR	NL	PT
[...]* Keskim. myyntihinta			***			(100)					
[...]* Keskim. myyntihinta			***	****		(100)	****	***			
[...]* Keskim. myyntihinta		***	**	***	**	(100)	****	****			
[...]* Keskim. myyntihinta				***	**	(100)					

Lähde: osapuolet.

[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

(413) Useimmissa Legrandin myymissä kiinnikemalleissa on erityisen suuria hintaeroja jäsenvaltioiden välillä. Pelkätään naapuri- tai lähivaltioiden välillä voidaan havaita seuraavat erot:

Haarotusmatriisit

— mallia [...] myydään [...] eurolla [...] ja [...] eurolla [...], eli hintaero on [0—50]* prosenttia

(414) Legrandin toimittamista tiedoista ⁽¹³⁹⁾ ilmenee, että yritys myi haarotusmatriiseja kaikkiaan neljässä jäsenvaltiossa vuonna 2000. Jäljempänä mainitut mallit kuuluvat näiden jäsenvaltioiden viiteen myydyimpään malliin kyseisen vuoden aikana. Kyseisten mallien osuus haarotusmatriisien myyntivolyyymista on huomattava, joten niiden voidaan katsoa edustavan koko tuoteryhmää.

— mallia [...] myydään [...] eurolla [...], [...] eurolla [...] ja [...] eurolla [...], eli [...] ja [...] välillä hintaero on [0—50]* prosenttia, [...] ja [...] välillä [0—50]* prosenttia ja [...] ja [...] välillä [0—50]* prosenttia

(415) Vuoden 2000 aikana Legrandin tuotemallia [...], jota nimitetään " [...]", myytiin seuraavaan keskimääräiseen yksikköhintaan:

— mallia [...] myydään [...] eurolla [...] ja [...] eurolla [...], eli hintaero on [50—100]* prosenttia

— [90—130]* euroa Ranskassa

— mallia [...] myydään [...] eurolla [...] ja [...] eurolla [...], eli hintaero on [50—100]* prosenttia

— [290—330]* euroa Itävallassa

— mallia [...] (ei mainita taulukossa 20) myydään [...] eurolla [...] ja [...] eurolla [...], eli hintaero on [0—50]* prosenttia.

— [340—380]* euroa Italiassa.

⁽¹³⁹⁾ Liite Legrandin 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 139 antamaan vastaukseen.

(416) Vuoden 2000 aikana Legrandin tuotemallia [...]*, jota nimitetään "[...]*", myytiin [...]* noin [...]* euron keskimääräiseen yksikköhintaan mutta [...]* noin [...]* euron keskimääräiseen yksikköhintaan, eli hintaero oli [50—100]* prosenttia.

kimääräiseen yksikköhintaan mutta [...]* noin [...]* euron keskimääräiseen yksikköhintaan, eli hintaero oli [250—300]* prosenttia.

Kaapeliohjaimet

(417) Vuoden 2000 ainana Legrandin tuotemallia [...]*, jota nimitetään "[...]*", myytiin [...]* noin [...]* euron kes-

(418) Jäljempänä taulukossa 23 esitetään viiteen myydyimpään malliin vähintään kahdessa jäsenvaltiossa kuuluvien Legrandin kaapeliohjainmallien myyntihinnat euroina vuonna 1999.

Taulukko 23

Malli (hinta euroina)	DE	AUT	BE	DK	ES	FR = 100	GR	FIN
[...]* Keskim. myyntihinta	****		9*			(100)		11*
[...]* Keskim. myyntihinta			8*			(100)		11*
[...]* Keskim. myyntihinta	****	*****	*****	***	7*	(100)	*****	11*
[...]* Keskim. myyntihinta	****	*****	*****		7*	(100)	*****	7*

Lähde: osapuolet.

[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

(419) Useimmissa Legrandin myymissä kaapeliohjainmalleissa on erityisen suuria hintaeroja jäsenvaltioiden välillä. Pelkästään naapurivaltioiden välillä voidaan havaita seuraavat erot:

— mallia [...]* myydään [...]* eurolla [...]*, [...]* eurolla [...]* ja [...]* eurolla [...]*, eli [...]* ja [...]* välillä hintaero on [50—100]* prosenttia, [...]* ja [...]* välillä [50—100]* prosenttia ja [...]* ja [...]* välillä [300—350]* prosenttia

— mallia [...]* myydään [...]* eurolla [...]* ja [...]* eurolla [...]*, eli hintaero on [50—100]* prosenttia

— mallia [...]* myydään [...]* eurolla [...]* ja [...]* eurolla [...]*, eli hintaero on [50—100]* prosenttia

Osapuolia lukuun ottamatta yksikään kilpailija ei toimi useammassa kuin yhdessä jäsenvaltiossa ja osapuolten markkina-asema eri jäsenvaltioissa vaihtelee

(420) Vain harvoilla kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden valmistajalla näyttää olevan toimintaa useissa jäsenvaltioissa. Osapuolten toimittamat asiakirjat⁽¹⁴⁰⁾ osoittavat, että vain Schneider ja Legrand myyvät näitä tuotteita useammassa kuin yhdessä ETA-valtiossa. Schneiderilla on toimintaa kuudessa ETA-valtiossa (Tanskassa, Suomessa, Ranskassa, Italiassa, Ruotsissa ja Norjassa) ja Legrandilla seitsemässä jäsenvaltiossa (Espanjassa, Ranskassa, Italiassa, Irlannissa, Alankomaissa, Portugalissa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa). Osapuolten tärkeimmät kilpailijat ovat Hager, Siemens, ABB ja Gewiss, joilla kullakin on toimintaa vain yhdessä jäsenvaltiossa, vaikka ainakin kolme ensiksi mainittua ovat suuria konserneja, joilla on tytäryrityksiä useissa ETA-valtioissa.

⁽¹⁴⁰⁾ Lomakkeen CO liite 16.

(421) Lisäksi osapuolten toimittamat tiedot markkinaosuuksista⁽¹⁴¹⁾ osoittavat, että niiden asemat vaihtelevat suuresti niissä jäsenvaltioissa, joissa niillä on toimintaa. Schneiderilla on [20—30]* prosentin markkinaosuus Ranskassa mutta vain [0—10]* prosentin osuus Italiassa. Sillä on samaten [60—70]* prosentin markkinaosuus Norjassa, mutta Ruotsissa sen markkinaosuus on vain [30—40]* prosenttia. Legrandilla puolestaan pitää Ranskassa hallussaan [50—60]* prosentin markkinaosuutta, mutta Italiassa sen markkinaosuus on vain [10—20]* prosenttia ja Espanjassa [10—20]* prosenttia. Osapuolet huomauttavat myös, että kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden markkinoilla ”kohdataan usein kansallista kilpailua sellaisten pk-yritysten taholta, joilla voi olla tärkeitä paikallisia markkinaosuuksia.”⁽¹⁴²⁾

Kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden jakelu on järjestetty kansalliselta pohjalta

(422) Osapuolet selittävät, että keskimäärin 90 prosenttia kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden valmistajien liikevaihdosta muodostuu myynnistä tukkukauppiaille⁽¹⁴³⁾.

(423) Kuten edellä selitettiin, sähkönjakelutarvikkeiden valmistajien ja tukkukauppioiden väliset suhteet on järjestetty kansalliselta pohjalta, jopa Euroopan laajuisesti toimivien valmistajien ja tukkuketjujen tapauksessa. Tämä toteamus pitää paikkansa myös kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden myynnissä, sillä myös niiden jakelu on järjestetty kansalliselta pohjalta.

Päätelmä

(424) Kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden merkitykselliset maantieteelliset markkinat ovat siis laajuudeltaan kansalliset. Tätä päätelmää ei kiistetä osapuolten vastauskirjelmässä.

B.5 MUUNTO- JA SYÖTTÖTUOTTEET

B.5.1 Tuotemarkkinat

(425) Muuntajat ja teholähteet on tarkoitettu teollisuusprosesseihin ja rakennuksiin kuuluvien koneiden automaatio-

järjestelmien pienjännitteellä toimiviin ohjauslaitteisiin. Laitteet tuottavat jännitettä ja virtaa, jota käytetään automaatiojärjestelmien laitteiden ohjaustoimintoihin ja joka vastaa niiden tehoa. Automaatiojärjestelmät on turvallisuussyistä eristettävä pääverkosta, ja ne tarvitsevat usein erilaista syöttöjännitettä (esimerkiksi matalampaa tai jatkuvaa) kuin sitä, joka on verkossa.

(426) Osapuolet väittävät, että muuntajat ja teholähteet kuuluvat samoille tuotemarkkinoille, koska ne valitaan teknisin perustein samaan tarpeeseen — sähkövirran syöttämiseen automaatiojärjestelmille. Väite ei kuitenkaan saa tukea tarkastelussa.

(427) Ensinnäkin muuntajilla ja teholähteillä on erilaiset tehtävät. Muuntajat on tarkoitettu vaihtovirralla toimiviin ohjauspiireihin, ja niillä sovitetaan jännitteen taso ja eristetään järjestelmä pääverkosta. Teholähteillä siirretään tasavirtaa. Osapuolet ovat lisäksi selittäneet väitetiedoksi-antoon toimittamisissaan vastauskirjelmissä, että teholähteet ovat usein muuntajia monimutkaisempia ja monitoimisempia (suojaus, turvataso, suorituskyvyn tehokas valvonta jne.), mikä osapuolten mukaan heijastuu niiden muuntajia korkeampaan hintaan.

(428) Automaatiojärjestelmän valinta ohjaa muuntajien ja teholähteiden välillä tehtävää valintaa. Osapuolet ovat tutkinnassa selittäneet, että jommankumman tekniikan valinta riippuu aiemmin tehdystä valinnasta, joka liittyy itse automaatiojärjestelmään. Näin ollen automaatiojärjestelmä/muuntaja-parin ja automaatiojärjestelmä/teholähde-parin välillä olisi korvaavuutta. Osapuolten selityksistä ilmenee, etteivät muuntajat ja teholähteet ole enää kysynnän puolella korvaavia sen jälkeen, kun automaatiojärjestelmä on valittu.

(429) Lisäksi nämä kaksi tuotelajia vaikuttavat toisiaan täydentäville. Osapuolet selittävät, että nykyaikaisissa automaatiojärjestelmissä on yleensä eristystä varten muuntaja ja jännitetason soveltamista ja sääntelyä varten elektronisia teholähteitä. Näin ollen kyseiset tekniikat ovat siis enemmänkin toisiaan täydentäviä kuin kilpailevia.

⁽¹⁴¹⁾ Lomakkeen CO liite 16.

⁽¹⁴²⁾ Osapuolten 16. heinäkuuta 2001 päivätty vastaus komission 3. heinäkuuta 2001 päivättyyn pyyntöön.

⁽¹⁴³⁾ Lomake CO, s. 102.

- (430) Osapuolet väittävät kuitenkin vastauskirjelmissään, että muuntajien ja/tai teholahteiden välinen valinta olisi käytötarkoituksesta riippuen hyvin vapaa vielä automaatiojärjestelmän valinnan jälkeenkin.
- (431) Väite ei ole kuitenkaan ristiriidassa ainoastaan niiden selitysten kanssa, joita osapuolet ovat toimittaneet vastaukseksi komission tutkinnan aikana esittämiin tietopyyntöihin⁽¹⁴⁴⁾, vaan se on myös ristiriidassa niiden selitysten kanssa, jotka esitetään Telemecaniquen tuoteluettelossa (Schneider), jossa selitetään "valintaoppaan" muodossa yksityiskohtaisesti muuntajien, tasasuunnattujen ja suodatettujen teholahteiden ja hakkuriteholahteiden toiminnot ja sovellukset (esimerkiksi ohjaus-, ympäristö-, verkko-, varauksenvalvonta- jne. järjestelmät), joissa näitä tuotteita voidaan käyttää⁽¹⁴⁵⁾. Osapuolet ovat esittäneet vastauksissaan muitakin tekijöitä, joiden perusteella voidaan valita joko muuntaja tai teholahte tai jopa tietynlainen teholahte ja joita ovat muun muassa luotettavuus, ylläpitoehdot tai automaatiikan rakenneosien standardointi. Näin ollen muuntajat ja teholahteet eivät ole tarjonnan puolella kuin hyvin rajallisesti toisensa korvaavia.
- (432) Muuntajien ja teholahteiden hinnat ovat selkeästi erilaiset. Niiden Schneiderin mallien joukossa, jotka kuuluvat kussakin ETA-maassa viiteen myydyimpään malliin, muuntajien keskimääräiset hinnat vaihtelevat välillä [10—50]* euroa (malli [...]*) ja [40—80]* euroa (malli [...]*) kun taas teholahteiden keskimääräiset hinnat vaihtelevat välillä [10—50]* euroa (malli [...]*) ja [480—520]* euroa (malli [...]*) Legrandin vastaavat hinnat vaihtelevat muuntajien osalta välillä [0—40]* euroa (malli [...]*) ja [180—220]* euroa (malli [...]*) en [...]*) ja teholahteiden osalta välillä [40—80]* euroa (malli [...]*) ja [400—440]* euroa (malli [...]*)
- (433) Vastauskirjelmässään osapuolet selittävät tämän hintaeron sillä, että teholahteet ovat monimutkaisempia ja monitoimisempia kuin muuntajat.
- (434) Väite tarkoittaa kuitenkin, että ominaispiirteidensä ja hintansa takia nämä kaksi tuotelajia eivät ole kysynnän puolella korvaavia⁽¹⁴⁶⁾.
- (435) Muuntajat ja teholahteet ovat myös teknisestä näkökulmasta hyvin erilaisia. Osapuolet selittivät tutkinnan aikana, että teholahteiden tekniikka perustuu "ohjelmoituun logiikkaan", ja ne koostuvat pääosin elektronisista komponenteista (vaikka sisältävätkin useimmiten muuntajan), kun taas muuntajien tekniikka perustuu "lankalogiikkaan", niissä on sähkömekaanisia rakenneosia, eivätkä ne sisällä elektronisia komponentteja⁽¹⁴⁷⁾. Muuntajien tekniikka on täysin valmista, kun taas teholahteiden tekniikka kehittyy yhä⁽¹⁴⁸⁾. Eräs kilpailija selitti, että muuntajilla ja teholahteilla on paitsi erilaiset tuotantokoneistot myös erilaiset testaus- ja tarkistuslaitteet. Näin ollen teholahteiden valmistamisen aloittaminen vie muuntajien valmistajalta merkittävästi rahaa ja aikaa, ja päinvastoin⁽¹⁴⁹⁾. Kyseiset tuotteet eivät siis ole tarjonnan puolella korvaavia.
- (436) Väitteen kiistämiseksi osapuolet ovat esittäneet vastauskirjelmässään, että on olemassa useita erilaisia erityistoimintoja, joihin käytetään joko muuntajia tai teholahteita, ja siksi olisi liian yksinkertaistettua yhdistää muuntajat joihinkin lankalogiikalla toimiviin teollisuustuotteisiin ja teholahteet ohjelmoidulla logiikalla toimiviin tuotteisiin. Lisäksi osapuolet katsovat, ettei ole lainkaan vaikeaa siirtää tuotantoa muuntajista teholahteisiin ja päinvastoin, mutta ne eivät kuitenkaan selitä yksityiskohtaisesti siitä aiheutuvia kustannuksia ja sen vaatimaa aikaa.
- (437) Tällainen väite ei muuta toteamusta siitä, etteivät muuntajat ja teholahteet ole tarjonnan puolella korvaavia. Teholähderekaisujen määrästä riippumatta niin asianosaisten kuin edellä mainittujen kolmansien toimitta-

⁽¹⁴⁴⁾ 19. maaliskuuta 2001 päivätty vastaus 14. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 25.

⁽¹⁴⁵⁾ "Catalogue Télémécanique 1999", s. 366 ja 367.

⁽¹⁴⁶⁾ Ks. merkityksellisten tuotemerkkinoiden määritelmä komission tiedonannossa merkityksellisten markkinoiden määritelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta, 7 kohta.

⁽¹⁴⁷⁾ 19. maaliskuuta 2001 päivätty vastaus 14. maaliskuuta päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 25.

⁽¹⁴⁸⁾ Täydennys 14. maaliskuuta 2001 päivättyyn CO-lomakkeeseen, s. 12.

⁽¹⁴⁹⁾ Polyluxin 9. heinäkuuta 2001 päivätty vastaus.

mista tiedoista ilmenee, että kaikki teholähteiden muunnokset perustuvat tekniikkaan, joka on olennaisesti erilainen kuin se, johon muuntajat perustuvat.

(438) Osapuolet ovat lisäksi väittäneet, että suurin osa markkinatoimijoista myy sekä muuntajia että teholähteitä. On kuitenkin syytä tuoda esiin, että vaikka merkittävä osa valmistajista toimii molemmilla segmenteillä, niistä kilpailijoista, joiden markkinaosuus muuntajien ja teholähteiden yhdistetyillä markkinoilla Ranskassa on suurempi kuin [...] prosenttia, vain Siemens ja Cecla toimivat molemmilla segmenteillä. Muut toimivat vain teholähteiden markkinoilla, eivätkä siis aiheuta osapuolille todellista kilpailupainetta muuntajien markkinoilla.

(439) Osapuolet ovat myös esittäneet vastauksessaan, että muuntajien käyttö on vähenemässä teholähteiden käytön lisääntyessä, mikä johtuu osittain siitä, että markkinoilla vallitsee suuntaus teknisyyn lisääntymiseen ja elektronikan käytön yleistymiseen. Osapuolten mukaan suuntaus pakottaa markkinatoimijat suuntamaan tuotantoaan uudelleen siten, että ne siirtyvät muuntajien tuotannosta (sähkömekaanisten) tasasuunnattujen teholähteiden, sen jälkeen (sähkömekaanisten) tasasuunnattujen ja suodatettujen teholähteiden ja lopuksi (elektronisten) stabiloitujen teholähteiden tuotantoon.

(440) Vaikka tällainen suuntaus vallitsisikin keskipitkällä tai pitkällä aikavälillä, se ei aiheuta riittävää kilpailupainetta muuntajien valmistajille. Kuten edellä on selitetty, muuntajan tai teholähteen valinta riippuu ennalta määrätyn automaatiojärjestelmän valinnasta, joten osapuolten kuvaamaa korvaavuutta voi olla vain "automaatiojärjestelmä+muuntaja" -ratkaisun ja "automaatiojärjestelmä+teholähde" -ratkaisun valinnassa. Automaatiojärjestelmää ei kuitenkaan valita yleensä vain sähkön saantitavan perusteella, joten ei ole todennäköistä, että muuntajien hinnan korotus riittäisi yksin siirtämään riittävän merkittävän osan kysynnästä "automaatiojärjestelmä+muuntaja" -ratkaisusta "automaatiojärjestelmä+teholähde" -ratkaisuihin. Tämän osoittavat myös edellä esitetyt hintojen vaihtelut.

(441) Komissio toteaa näin ollen, että muuntajat ja elektroniset teholähteet kuuluvat erillisille tuotemarkkinoille.

B.5.2 Maantieteelliset markkinat

(442) Osapuolet väittävät, että maantieteelliset markkinat ovat Euroopan laajuiset. Ne selittävät, että muuntajat ja teholähteet on standardoitu kansainvälisellä tasolla ja että tärkeimmät kilpailijat toimivat kansainvälisesti vakiomallisen tuoteluettelon ja yhden tuotemerkin pohjalta.

(443) Muuntajiin ja teholähteisiin sovellettavat standardit on yhdenmukaistettu Euroopan tasolla. Jännitteenmuuntimia koskevat standardit ovat sarjan 61558 IEC-standardit ja saman sarjan EN-standardit. Standardeissa käsitellään alle 1 000 voltin ensiöjännitteisten muuntajien sekä tällaisia muuntajia sisältävien teholähteiden kaikkia sähkö-, lämpö- ja mekaaniseen turvallisuuteen liittyviä näkökohtia. Säädettyihin teholähteisiin sovelletaan CEI 60950 -standardia ja vastaavaa, samaa numeroa kantavaa, eurooppalaista standardia. Näiden kansainvälisten ja eurooppalaisten standardien ohella ei ole olemassa kansallisia standardeja.

(444) Asiakkaan pyynnöstä muuntajien ja teholähteiden valmistajat pyytävät riippumattomia laboratorioita varmistamaan, että niiden tuotteet ovat sovellettavien standardien mukaisia. Kuten osapuolet selittävät, kaikki ETAn jäsenmaiden valtuutetut laboratoriot pystyvät toteuttamaan tarvittavat kokeet ja antamaan standardinmukaisuustodistuksen. Laboratorion tunnettuus ja arvostus markkinoilla vaikuttavat kuitenkin ratkaisevasti valintaan. Osapuolet esittävät, että todistuksen saaminen kestää [1—18]* kuukautta ja maksaa [50—250]* Ranskan frangia. Vaikka hintaa ei voida pitää kohtuuttomana, se haittaa merkittävästi jäsenvaltioiden välistä markkinoille pääsyä, kun otetaan huomioon, että kullekin tuotteen mallille on hankittava erikseen todistus ja että todistukset on uusittava säännöllisesti.

(445) Osapuolten hintojen analysoinnissa ilmenee, että jäsenvaltioiden välillä on merkittäviä eroja. Seuraavassa taulukossa esitetään Schneiderin kaikkien niiden muuntajien ja teholähteiden mallien myyntihinta euroissa, jotka kuuluvat viiteen myydyimpään malliin vähintään kahdessa jäsenvaltiossa:

Taulukko 24

Malli (hinta euroissa)	B	D	DK	E	F	I	NL	UK	S	N
Muuntaja [...]*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	
Keskimääräinen myyntihinta										
Muuntaja [...]*	*	*	*	*	*	*		*	*	*
Keskimääräinen myyntihinta										
Muuntaja [...]*	*	*	*	*	*		*		*	*
Keskimääräinen myyntihinta										
Teholähde [...]*	**		**	**	**	**		11*	**	
Keskimääräinen myyntihinta					***	**	***			
Teholähde [...]*	**		**		**					
Keskimääräinen myyntihinta					**				**	
Teholähde [...]*					***					**
Keskimääräinen myyntihinta										

Lähde: osapuolet.

[Julkinen versio: * = 0—50; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

- (446) Tällaiset hintaerot osoittavat, että tarjonnan puolella voidaan korottaa hintoja joissakin maissa tarvitsematta pelätä, että asiakkaat toisivat kyseiset laitteet naapuri-maista.
- (447) Vastauskirjelmässään osapuolet väittävät, etteivät Schneiderin hintojen vaihtelut anna osviittaa maantieteellisten markkinoiden määrittelyyn, koska ne johtuvat siitä, että Schneider on päättänyt olla kehittämättä Euroopan laajuista hintapolitiikkaa, kun otetaan huomioon kyseisten tuotteiden pienet määrät ja niiden vähäiset liikevaihdot. Vaikka konsernissa ei olekaan yhtenäistä hintapolitiikkaa,

vaikuttaa siltä, että Schneiderin tytäryhtiöiden eri maissa määrittelemät hinnat heijastavat kunkin maan kilpailutilannetta. Todetut hintavaihtelut osoittavat siis, että eri maissa vallitsee olennaisesti erilainen kilpailutilanne ⁽¹⁵⁰⁾.

- (448) Lisäksi on syytä panna merkille, että myös Legrandilla on hintavaihtelua, joskin vähäisempää. Seuraavassa taulukossa esitetään niiden Ranskan viiden myydyimmän muuntajamallin hinnat, jotka kuuluvat myös viiteen myydyimpään malliin vähintään yhdessä toisessa jäsenvaltiossa:

Taulukko 24 a

Malli (hinta euroissa)	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]*

Lähde: osapuolet.

⁽¹⁵⁰⁾ Ks. merkityksellisten maantieteellisten markkinoiden määrittelmä komission tiedonannossa merkityksellisten markkinoiden määrittelmästä yhteisön kilpailuoikeuden kannalta, 8 kohta.

(449) Osapuolten mukaan 60 prosenttia osapuolten myymistä muuntajista ja tehölähteistä myydään kansallisella tasolla toimivien tukkukauppioiden kautta. Ranskassa, jossa osapuolten toiminnassa on merkittävimmät päällekkäisyydet, Schneider myy tukkukauppiaille [70—80]* prosenttia muuntajistaan ja [70—80]* tehölähteistään.

(450) Osapuolet mainitsevat vastauskirjelmässään myös, että kansainvälisellä tasolla toimii erikokoisia valmistajia, joihin kuuluu suuria toimijoita kuten Omron, Siemens ja Phoenix mutta myös lukuisia pk-yrityksiä.

(451) Yhden toimijan läsnäolo useassa maassa ei kuitenkaan välttämättä tarkoita, että kilpailuolot ovat näissä maissa riittävän yhtenäiset. Osapuolten tutkimuksen aikana toimitamat tiedot viittaavat siihen, että eri toimijoiden markkina-asetat vaihtelevat merkittävästi eri maiden välillä. Täten Legrandin osuus muuntajien ja tehölähteiden myynnistä on yli [0—20]* prosenttia vain Ranskassa ([20—40]* prosenttia), Belgiassa ([0—20]* prosenttia), Alankomaissa ([0—20]* prosenttia), Italiassa ([0—20]* prosenttia) ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa ([0—20]* prosenttia). Siemensin osuus vaihtelee [0—20]* prosentista Yhdistyneessä kuningaskunnassa [20—40]* prosenttiin Saksassa, Phoenixin osuus vaihtelee [0—20]* prosentista (Itävalta ja Suomi) [20—40]* prosenttiin (Belgia).

(452) Osapuolet ovat myös väittäneet, että vientiä tapahtuu paljon, mutta ne eivät ole tarkentaneet tietyssä maassa myytyjen tuontituotteiden prosentuaalista osuutta. Lisäksi se, että tuotteita viedään, ei sulje pois mahdollisuutta markkinoiden kansallisesta laajuudesta, jos muiden tekijöiden perusteella ilmenee, että tarjonnan ja kysynnän yhteensovittaminen tapahtuu kansallisella tasolla, kuten käsiteltävänä olevassa tapauksessa.

(453) Osapuolten vastauksessaan esittämästä väitteestä, jonka mukaan tuotteiden mallit ovat usein samat eri maissa, voidaan todeta, että osapuolten toimittamista tiedoista ilmenee, että Legrandin eri jäsenvaltioissa myymissä malleissa on merkittäviä eroja. Viidestä Ranskassa eniten myydyistä mallista vain yksi kuuluu viiteen myydympään malliin kolmessa muussa maassa (tässä tapauksessa Benelux-maissa), ja kahta näistä malleista ei myydä missään muussa jäsenvaltiossa. Todetuista hintavaihteluista seuraa myös, ettei kysynnän puolella ole merkittävää arbitraasia.

(454) Tässä yhteydessä on pantava merkille, että osapuolet selittävät vastauksessaan, että luettelotuotteiden ohella on olemassa yksilöllisiä tuotteita. Tätä varten muuntajien

valmistajien ja niiden asiakkaiden (käytön suunnittelijoiden) välillä on oltava tiivis suhde. Kun muuntajien valmistajat samoin kuin käytön suunnittelijat ovat usein pieniä ja keskiuuria yrityksiä, joilla ei ole voimakkaita myynti- tai ostoverkkoja useissa maissa, tällaisen tiiviin suhteen ylläpidon tarve kuitenkin rajoittaa asiakkaiden mahdollisuutta tehdä hankintoja muihin maihin sijoittuneilta valmistajilta.

(455) Komissio toteaa näin ollen, että muuntajien ja tehölähteiden markkinat ovat molemmat laajuudeltaan kansallisia.

B.6 VALVONTA- JA MERKINANTOAPUVÄLINEET

B.6.1 Tuotemarkkinat

(456) Osapuolet ovat määritelleet tuotemarkkinat valvonta- ja merkinantoapuvälineille. Kyse on mekaanisista kytkimistä, joilla ohjataan laitteiston käsittelyä. Osapuolten määrittelemiin tuotemarkkinoihin kuuluvat seuraavat tuoteryhmät:

— painikkeet, eli ohjauslaitteet, joissa on ihmiskehon osan — yleensä sormen tai kämmenen — käyttämällä voimalla toimiva ohjausosa ja kerääntyvä palautusvoima (jousipalautus);

— kiertopainikkeet, eli painiketypinen kytkentäelementtien kokoonpano, jonka ohjausosa toimii manuaalisesti kiertämällä;

— kosketinpainikkeet, eli painikkeet, joita käytetään sovelluksissa, joiden ulkomitat ovat pienet, ja sähkökytkentä tapahtuu painopiirin kautta;

— painikekotelot, eli rei'itetyt metalli- tai muovi- (polyesteri-) kotelot, joihin kiinnitetään käyttäjän ja koneen väliset yhteys-elementit. Valmis tuote muodostaa ohjauspöydän;

— painikenäppäimistöt, eli mekaaniset kytkentälaitteet, joilla ohjataan kytkentälaitteiston käyttöä. Näppäimistössä on kolme pääasiallista osaa:

- painikkeet;
 - tiedonkäsittelyn ja -siirron elektroninen järjestelmä;
 - yhteenkytkennän liitäntä;
 - kalvonäppäimistö, eli erityiset näppäimistö, joissa kalvo on kosketuksissa käyttäjän kanssa ja joiden tekniikan avulla näppäimistö voidaan räätälöidä loppukäyttäjän tarpeisiin;
 - nokkakytkimet, eli ohjauslaitteet, joissa on ohjausosa, joka toimii kulmakierrolla. Niillä muutetaan yhden tai usean virtapiirin kytkentää;
 - kierrettävät katkaisimet, eli mekaaniset kytkentälaitteet, jotka voivat yhdistää, ylläpitää ja katkaista virran virtapiirin normaalioloissa. Lisäksi ne täyttävät ehdot jaksotuksen toiminnalle;
 - manipulaattorit, eli ohjauslaitteet, joissa on kulmasiirrolla toimivasta varresta koostuva ohjausosa;
 - merkkivalot, eli merkinantolaitteet, joiden värikäsi pää (merkkivalo) ilmoittaa käyttäjälle koneen tilan. Niiden alaosassa on sähkön syöttöön tarkoitettuja syöttöliittimiä. Varoitusvalo voidaan yhdistää painikkeeseen, jolloin saadaan merkkivalopainike.
- (457) Edellä kuvailtuja erilaisia tuotteita on saatavilla erilaisilla porauksen tai kiinnityksen halkaisijoilla: 12 mm, 16 mm, 22 mm ja 30 mm, jotka täyttävät IEC:n ja Cenelecin⁽¹⁵¹⁾ määrittelemät standardit. Ensimmäisenä ilmaantui 30 mm:n halkaisija, jota käytettiin erityisen paljon terästeollisuudessa. Kyseisellä halkaisijalla voidaan tehdä lujia ja kestäviä tuotteita. Tuotantotekniikoiden kehittyminen ja asiakkaiden toivomus koneiden ulkomittojen
- pienentämisestä edistivät pienempien halkaisijoiden kehitystä. Osapuolet selittävät⁽¹⁵²⁾, että nykyään 30 mm:n halkaisijaa ollaan asteittain korvaamassa 22 mm:n halkaisijalla. Hauraampia 16 mm ja 22 mm halkaisijan tuotteita käytetään pääasiallisesti suojatuissa ympäristöissä käytettävissä elektronisissa laitteissa. Täten 16 mm:n halkaisijaa käytetään yhä enemmän edellä mainituissa painike- ja kalvonäppäimistöissä.
- (458) Osapuolten mukaan nämä eri tuotteet kuuluvat samoille tuotemerkkinoille, sillä ne täyttävät saman tehtävän eli ihmisen ja koneen välisen vuoropuhelun. Tarkemmin sanottuna tuotteet on tarkoitettu sisällytettäväksi heikko-tehoisten moottoreiden tai automaatiojärjestelmien ohjauspöytiiin⁽¹⁵³⁾. Osapuolten mukaan tuotteet ovat kysynnän puolella pitkälti korvattavissa keskenään. Kaikkia valvonta- ja merkinantoapuvälineitä voitaisiin siis käyttää samanveroisesti tai ne voitaisiin korvata toisillaan koneissa. Se, mitä tuoteryhmiä valmistajat päättävät valmistaa, riippuu ensisijaisesti loppuasiakkaan ulkonäköön, ulkomittoihin ja tottumuksiin liittyvistä vaatimuksista⁽¹⁵⁴⁾. Osapuolet lisäävät, että tuotteet ovat tarjonnan puolella korvaavia. Ne ovat kaikki rakenteeltaan sähkömekaanisia. Vain monimutkaisimmissa kalvonäppäimistöissä vaaditaan näppäinten valmistamiseen seripainotaitoa⁽¹⁵⁵⁾.
- (459) Valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoiden täsmällinen määritelmä voidaan jättää tässä tapauksessa avoimeksi, koska toimenpide aiheuttaa samanlaisia kilpailuongelmia merkityksellisten markkinoiden määritelmästä riippumatta.

B.6.2 Maantieteelliset markkinat

- (460) Osapuolten mukaan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden maantieteelliset markkinat ovat Euroopan elleivät jopa maailman laajuiset. Osapuolet perustelevat tämän ensisijaisesti sillä, että tuotteet on tarkoitettu sisällytettäväksi teollisuuskoneisiin, jotka myydään samanmuotoisina koko maailmassa. Teollisuuskoneiden vienti johtaisi lisäksi siihen, että tuotteita yhtenäistettäisiin yleisimpien 22 mm:n halkaisijan valvonta- ja merkinantoapuvälinei-

⁽¹⁵²⁾ Osapuolten vastaus 15. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 29.

⁽¹⁵³⁾ Täydennys CO-lomakkeeseen, s. 15.

⁽¹⁵⁴⁾ Osapuolten vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 291.

⁽¹⁵⁵⁾ Osapuolten vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 290.

⁽¹⁵¹⁾ IEC- ja EN-standardit 60947-5-1.

den suuntaan. Osapuolet selittävät, että tiettyä toimintoa, poraushalkaisijaa ja teknistä eritelmaa varten Euroopassa myydään vain yhtä tuotetta, mistä on osoituksena se, että eri maissa levitettävissä tuoteluetteloissa käytetään samoja mallien numeroita ⁽¹⁵⁶⁾. Osapuolet lisäävät, että tuotteisiin sovelletaan eurooppalaisia, täysin yhdenmukaistettuja standardeja. Mitään kansallisia eritelmiä tai laatumerkintöjä ei näin ollen ole olemassa.

- (461) Seuraavissa kohdissa osoitetaan, että markkinat ovat maantieteelliseltä laajuudeltaan kansalliset.

Valvonta- ja merkinantoapuvälineiden hinnat ovat olennaisesti erilaiset eri jäsenvaltioissa

- (462) Osapuolten tarjoamien hintojen analyysissä ilmenee merkittäviä eroja eri jäsenvaltioiden välillä. Seuraavassa Schneiderin toimittamien tietojen pohjalta laaditussa taulukossa osoitetaan, että niiden valvonta- ja merkinantoapuvälineiden mallien hinnoissa, jotka ovat kyseisen yrityksen myydyimpiä kussakin ETA-maassa, on merkittävää vaihtelua ⁽¹⁵⁷⁾. Nämä viisi mallia vastaavat viittä eri valvonta- ja merkinantoapuvälineiden ryhmää, eli niitä voidaan pitää koko valvonta- ja merkinantoapuvälineiden tuoteryhmää edustavana otoksena.

Taulukko 25

Malli	Maa, jossa hinta on korkein Keskiahinta maassa vuonna 1999 (euroa)	Maa, jossa hinta on alhaisin Keskiahinta maassa vuonna 1999 (euroa)	Hintaero (%)
[...]* (painike)	Irlanti [*]*	Belgia [*]*	[*]*
[...]* (kiertopainike)	Irlanti [*]*	Yhdistynyt kuningaskunta [*]*	[*]*
[...]* (merkkivalo)	Yhdistynyt kuningaskunta [*]*	Italia [*]*	[**]*
[...]* (painikekotelo)	Irlanti [***]*	Saksa [***]*	[***]*
[...]* (katkaisin)	Alankomaat [***]*	Belgia [*]*	[***]*

Lähde: osapuolet.

Julkainen versio: * = 0—50 ; **=50—100; ***=100—150, jne.]*

- (463) Schneiderin toimittamista tiedoista ⁽¹⁵⁸⁾ ilmenee yleisesti katsoen, (i) että saman tuotemallin hinnassa on merkittäviä eroja ETA-maiden, jopa naapurimaiden, välillä ja (ii) että vaikka erot vaihtelevat voimakkaasti eri vuosina, ne ovat kokonaisuudessaan olleet merkittäviä koko tarkastelujaksona. Ranskan ja Saksan välillä hintaero vaihteli vuonna 1999 välillä [0—40]* prosenttia (malli [...]* ja [20—60]* prosenttia (malli [...]*). Vuonna 1997 hintaero vaihteli välillä [0—40]* prosenttia (malli [...]* ja

[10—50]* prosenttia (malli [...]*). Samalla tavoin Ranskan ja Espanjan välillä hintaero vaihteli vuonna 1999 välillä [0—40]* prosenttia (malli [...]* ja [10—50]* prosenttia (malli [...]*). Vuonna 1997 hintaero näiden kahden maan välillä vaihteli välillä [0—40]* prosenttia (malli [...]* ja [20—60]* prosenttia (malli [...]*).

- (464) On myös mielenkiintoista todeta, että hintaerot ovat kasvaneet tarkastelujaksona muidenkin naapurivaltioiden välillä. Saksan ja Belgian välillä hintaero vaihteli vuonna 1999 välillä [0—30]* prosenttia (malli [...]* ja [30—60]* prosenttia (malli [...]*). Vuonna 1997 hintaero vaihteli välillä [0—30]* prosenttia (malli [...]* ja [10—40]* prosenttia (malli [...]*).

⁽¹⁵⁶⁾ Osapuolten vastaus 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 70.

⁽¹⁵⁷⁾ Schneiderin liite 15. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 33 annettuun vastaukseen.

⁽¹⁵⁸⁾ Schneiderin liite 15. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 33 annettuun vastaukseen.

- (465) Samanlainen päätelmä voidaan tehdä analysoitaessa Le-grandin tytäryhtiön, Bacon, valvonta- ja merkinantoapu-

välineiden myyntihintoja eri ETA-maissa vuosina 1995—2000.

(466) Legrandin toimittamista tiedoista ⁽¹⁵⁹⁾ ilmenee yleisesti katsoen (i) että hinnoissa on merkittäviä eroja ETA-maiden, jopa naapurimaiden, välillä ja (ii) että, vaikka erot vaihtelevatkin eri vuosina, ne ovat kokonaisuudessaan olleet merkittäviä koko tarkastelujaksona. Ranskan ja sen naapurimaiden (Saksa, Belgia, Italia ja Espanja) välillä hintaero vaihteli vuonna 2000 välillä [30—60]* prosenttia (Belgia) ja [50—80]* prosenttia (Italia). Vuonna 1995 hintaero vaihteli välillä [30—60]* prosenttia (Belgia) ja [60—90]* prosenttia (Italia). On myös mielenkiintoista todeta, että hintaerot ovat kasvaneet tarkastelujaksona joidenkin naapurivaltioiden välillä. Vuonna 1995 Espanjan ja Portugalin välillä hintaero oli [0—30]* prosenttia, ja vuonna 2000 se oli kasvanut [10—40]* prosenttiin. Samalla tavoin Saksan ja Itävallan välinen hintaero oli vuonna 1995 [0—30]* prosenttia, mutta vuonna 2000 jo [0—30]* prosenttia.

(467) Osapuolten myymien valvonta- ja merkinantoapuvälineiden myyntihinnoissa on siis olennaisia eroja eri ETA-maiden välillä. Osapuolet eivät ole esittäneet kilpailijoistaan mitään tietoja, jotka olisivat ristiriidassa tämän päätelmän kanssa.

(468) Vastauskirjelmässään ⁽¹⁶⁰⁾ osapuolet esittivät, etteivät edellä esitetyt valvonta- ja merkinantoapuvälineitä koskevat hintaerot eri jäsenvaltioiden välillä ole merkityksellisiä. Niiden mukaan joihinkin näistä hinnoista sisältyy asiakkaille myönnettäviä alennuksia ("nettohinnat"), kun taas toisiin hintoihin ei sisälly tällaisia alennuksia ("bruttohinnat"). Hinnat eivät näin ollen ole vertailukelpoisia.

(469) Tässä yhteydessä on mainittava aivan ensimmäiseksi, että 20 päivänä maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymyksen 33 mukaan osapuolten piti toimittaa kussakin ETA-maassa myytävien valvonta-apuvälineiden ryhmien "laskutetut hinnat". Kyseiseen kysymykseen antamassaan vastauksessa osapuolet ovat lisäksi selittäneet, että komissiolle ilmoitetut hinnat vastasivat "sovellettuja keskihintoja" (Schneider) ⁽¹⁶¹⁾ ja "keskimääräisiä

myyntihintoja" (Legrand) ⁽¹⁶²⁾. Osapuolten ilmoittamat valvonta- ja merkinantoapuvälineiden myyntihinnat ovat siis nettohintoja, joihin ei sisälly alennuksia tai volyyomialennuksia ja jotka ovat keskenään vertailukelpoisia.

(470) Osapuolet ovat lisäksi selittäneet ⁽¹⁶³⁾, että valvonta-apuvälineiden ryhmien myyntivolyyymeissä esiintyvät erot oikeuttavat objektiivisesti hintaerojen olemassaolon. Väite perustuu implisiittisesti siihen ajatukseen, että osapuolten kuhunkin myytävään tuotteeseen soveltamien alennusten ja volyyomialennusten määrä vaihtelee eri jäsenvaltioissa, mikä niiden mukaan selittää todetut erot keskimääräisissä myyntihinnoissa. Tässä yhteydessä riittää, kun todetaan, etteivät osapuolet ole toimittaneet mitään näyttöä siitä, että niiden keskimääräiset tuotekohtaiset myyntivolyymit vaihtelisivat eri jäsenvaltioissa. Osapuolet eivät etenkin ole osoittaneet, että joissakin jäsenvaltioissa olisi suurempia myyntivolyymeja tuottavia asiakkaita kuin toisissa jäsenvaltioissa ja että alennusten ja volyyomialennusten soveltamisen takia tuotteiden keskimääräiset nettomyyntihinnat olisivat näissä maissa alhaisemmat. Tällainen tilanne olisi joka tapauksessa merkittävä lisäperuste sille, että merkitykselliset markkinat tulisi määritellä kansallisiksi.

(471) Lopuksi osapuolet väittävät, ettei Bacon ja Legrandin hintaeroista eri jäsenvaltioiden välillä voida johtaa päätelmiä, koska nämä kaksi yritystä myyvät ainoastaan pieniä määriä ja lähes yksinomaan Ranskassa. Valvonta- ja merkinantoapuvälineiden kiistämätön markkinajohtaja ETA-alueella on Schneider, jonka markkinaosuus on [20—30]* prosenttia ja joka toimii kaikissa jäsenvaltioissa. Sen hinnoissa todetut erot ovat ratkaisevan tärkeä osoitus siitä, että jäsenvaltioiden välillä on merkittävää vaihtelua hinnoissa. Vaikka Legrandilla on merkittävä markkinaosuus vain Ranskassa, se myy kyseisiä tuotteita kahdeksassa jäsenvaltiossa. Osapuolten esiin tuoma seikka ⁽¹⁶⁴⁾, ettei tällä yrityksellä ole Euroopan laajuista hintastrategiaa, ei suinkaan oikeuta objektiivisesti edellä todettuja eroja myyntihinnoissa, vaan on päinvastoin lisäosoitus siitä, että valvonta- ja merkinantoapuvälineiden hinnat vahvistetaan kansallisella tasolla.

(472) Johtopäätöksenä voidaan todeta, että valvonta- ja merkinantoapuvälineiden hinnat eroavat olennaisesti eri jäsenvaltioissa.

⁽¹⁵⁹⁾ Legrandin liite 15. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymyksiin 12, 34 ja 40 annettuun vastaukseen.

⁽¹⁶⁰⁾ Väitetedoksiantoon toimitetun vastauskirjelmän 774 kohta.

⁽¹⁶¹⁾ Schneiderin vastaus 20. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 33.

⁽¹⁶²⁾ Legrandin 15. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymyksiin 12, 3 ja 40 antaman vastauksen liitteenä toimitetun Bacon asiakirjan s. 1.

⁽¹⁶³⁾ Väitetedoksiantoon toimitetun vastauskirjelmän 776 kohta.

⁽¹⁶⁴⁾ Väitetedoksiantoon toimitetun vastauskirjelmän 777 kohta.

Valvonta- ja merkinantoapuvälineiden valmistajien asemat vaihtelevat olennaisesti eri jäsenvaltioissa

(473) Seuraavassa osapuolten toimittamassa taulukossa 26 esitetään valvonta- ja merkinantoapuvälineiden tärkeimpien valmistajien asema ETA:n eri jäsenvaltioissa vuonna 2000.

Taulukko 26

	Schneider	Legrand	Siemens	Moeller	K&N	Rockwell	EAO	ABB	Muut
Itävalta	[10-20]* %	[0-10]* %	[10-20]* %	[10-20]* %	[10-20]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	
Belgia	[20-30]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	RAFI [0-10]* %
Saksa	[0-10]* %	[0-10]* %	[10-20]* %	[10-20]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	RAFI [0-10]* % Hoffman [0-10]* %
Tanska	[30-40]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	
Espanja	[30-40]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	GE[0-10]* %
Ranska	[50-60]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	Entrelec [0-10]* %
Suomi	[20-30]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	
Kreikka	[10-20]* %	[0-10]* %	[10-20]* %	[10-20]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	
Italia	[20-30]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	GE[0-10]* %
Irlanti	[10-20]* %	[0-10]* %	[10-20]* %	[10-20]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	
Alankomaat	[10-20]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[10-20]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	
Portugali	[30-40]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	
Yhdistynyt kuningaskunta	[30-40]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[10-20]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	
Ruotsi	[20-30]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[10-20]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	
Norja	[20-30]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	
ETA yhteensä	[20-30]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[0-10]* %		

Lähde: osapuolet.

(474) Edellä esitetystä taulukosta ilmenee, että valmistajien asemat vaihtelevat merkittävästi jäsenvaltioiden välillä. Yleisesti katsoen ilmenee, että jokaisella valmistajalla on josakin jäsenvaltiossa huomattavasti isompi markkinaosuus kuin muissa ja että asema muissa jäsenvaltioissa, jopa naapurimaissa, on (i) huomattavasti heikompi ja (ii)

erittäin vaihteleva. Schneiderin markkinaosuus on Ranskassa [50—60]* prosenttia. Naapurivaltioissa sen markkinaosuus on Espanjassa [20—30]* prosenttia, Belgiassa [20—30]* prosenttia, Italiassa [20—30]* prosenttia ja Saksassa vain [0—10]* prosenttia. Legrandilla on merkittävä markkinaosuus vain Ranskassa ([0—10]* prosent-

tia), mutta sillä ei ole toimintaa missään Ranskan naapurivaltiossa, edes Italiassa, jossa se on hyvin vahva muiden tuotteiden markkinoilla. Siemensin, jonka markkinaosuus Saksassa on [10—20]* prosenttia, ja Moellerin, jonka markkinaosuus Saksassa on [10—20]* prosenttia, markkinaosuudet ovat puolta pienemmät Belgiassa (Siemens: [0—10]* prosenttia, ja Moeller: [0—10]* prosenttia), ja niiden asema on hyvin heikko Ranskassa (Siemens: [0—10]* prosenttia, ja Moeller: [0—10]* prosenttia). Kraus & Naimerin, joka on [10—20]* prosentin markkinaosuudellaan suurin toimija Itävallan markkinoilla, markkinaosuus on huomattavasti pienempi Saksassa ([0—10]* prosenttia). Sama pätee Rockwelliin ([0—10]* prosenttia Itävallassa ja [0—10]* prosenttia Saksassa). Suurimmalla osalla muista markkinoilla toimivista yrityksistä (EAO, ABB, GE, RAFI, Hoffman, Entelec) on jossakin jäsenvaltiossa yli [0—10]* prosentin markkinaosuus mutta vain vähän jos lainkaan toimintaa muissa valtioissa.

- (475) Osapuolet esittivät vastauskirjelmässään ⁽¹⁶⁵⁾, että edellä todetut vaihtelut tärkeimpien kilpailijoiden markkinaosuuksissa johtuvat joko historiallisista tekijöistä tai siitä, että koska valvonta- ja merkinantoapuvälineet ovat vähäarvoisia tuotteita, markkinatoimijat toimivat vain niillä maantieteellisillä alueilla, joilla niiden läsnäolo ei edellytä suuria markkinointiponnisteluja. Osapuolet ovat myös korostaneet, että kuusi kilpailijaa toimii yli kymmenessä ETA-maassa.
- (476) Osapuolet eivät joka tapauksessa ole kiistäneet toteamusta, jonka mukaan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoiden tärkeimpien toimijoiden asemat vaihtelivat merkittävästi eri jäsenvaltioissa ⁽¹⁶⁶⁾.
- (477) Osapuolet selittävät, että valvonta- ja merkinantoapuvälineiden valmistajien myynnit jakautuvat myyntiin tavallisille sähkölaitteiden tukkukauppiaille ja suoraan myyntiin koneiden rakentajille ⁽¹⁶⁷⁾. Osapuolet eivät kuitenkaan ole esittäneet mitään tietoa siitä, miten tuotteiden valmistajat jakautuvat näiden kahden myyntikanavan kesken.
- (478) Legrandin sisäisestä asiakirjasta ilmenee kuitenkin, että Baco myy [40—50]* prosenttia ja Legrand 100 prosenttia valvonta- ja merkinantoapuvälineistä jälleenmyynnin kautta ⁽¹⁶⁸⁾. Schneiderin asiakirjasta ilmenee, että Mafelec myy suurimman osan tuotteistaan suoraan, kun taas [60—70]* prosenttia Schneiderin tuotteista, Mafelecia lukuun ottamatta, myydään tukkukauppiaille ⁽¹⁶⁹⁾. Tässä yhteydessä on syytä muistuttaa, että Schneiderin markkinaosuus on ETA-alueella noin [20—30]* prosenttia, ja se on näin ollen suurin toimija kyseisillä markkinoilla. Edellä esitetystä voidaan päätellä, että tukkukauppiaille myynti on merkittävässä asemassa valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla, sen osuus on valmistajasta riippuen noin [50—60]* prosenttia.
- (479) Edellä on jo selitetty, että sähkölaitteiden tukkukauppiaiden ja valmistajien väliset kaupalliset suhteet on järjestetty kansalliselta tai jopa alueelliselta pohjalta. Tämä koskee myös Euroopan laajuisesti toimivia valmistajia ja tukkukauppiaita. Toteamus pätee myös valvonta- ja merkinantoapuvälineisiin. Näin ollen merkittävä osuus näiden tuotteiden jakelusta on järjestetty kansalliselta pohjalta.
- (480) Osapuolet ovat väittäneet vastauskirjelmässään ⁽¹⁷⁰⁾, että kun otetaan huomioon, kuinka suuren määrän valmistajat myyvät suoraan loppuasiakkaille, etenkin teollisuuskoneiden valmistajille, niin se, että jakelu on järjestetty kansallisesti, ei riitä osoittamaan, että merkitykselliset tuotemerkkinat ovat laajuudeltaan kansalliset.
- (481) Se, että puolet valvonta- ja merkinantoapuvälineiden myynnistä tapahtuu ETA-alueella tukkukauppiaiden välityksellä, ja että tukkukauppiaiden ja valmistajien väliset suhteet on järjestetty kansalliselta pohjalta, on kuitenkin tärkeä osoitus siitä, että merkitykselliset tuotemerkkinat ovat laajuudeltaan kansalliset. Tämä selittää ainakin osittain edellä todetut hintaerot ja markkinaosuusien vaihtelut.

Valvonta- ja merkinantoapuvälineiden jakelu on järjestetty pitkälti kansalliselta pohjalta

Markkinoille pääsyn esteet

- (477) Osapuolet selittävät, että valvonta- ja merkinantoapuvälineiden valmistajien myynnit jakautuvat myyntiin tavallisille sähkölaitteiden tukkukauppiaille ja suoraan myyntiin koneiden rakentajille ⁽¹⁶⁷⁾. Osapuolet eivät kuitenkaan ole esittäneet mitään tietoa siitä, miten tuotteiden valmistajat jakautuvat näiden kahden myyntikanavan kesken.
- (482) Osapuolet ovat esittäneet vastauskirjelmässään ⁽¹⁷¹⁾ useita väitteitä, joilla ne ovat pyrkineet todistamaan, ettei
-
- ⁽¹⁶⁵⁾ Väitetiedoksianto on toimitettu vastauskirjelmän 784 kohta.
- ⁽¹⁶⁶⁾ Väitetiedoksianto on toimitettu vastauskirjelmän 783 kohta.
- ⁽¹⁶⁷⁾ Täydennys CO-lomakkeeseen, s. 17.
- ⁽¹⁶⁸⁾ "Plan Moyen Terme 2001—2005 France Baco", s. 20. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.
- ⁽¹⁶⁹⁾ Hankintakomitean (Comité d'Acquisitions) 17. lokakuuta 1997 päivätty selonteko, s. 6. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.
- ⁽¹⁷⁰⁾ Vastauskirjelmän 786 kohta.
- ⁽¹⁷¹⁾ Vastauskirjelmän 788 ja 789 kohta.

valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoille pääsulle ole mitään esteitä. Osapuolet ovat lähinnä korostaneet tuotteiden standardointia, tuotteiden yhdenmukaista sääntelyä ETA-alueella, kansallisten laatu- ja merkintöjen ja kansallisten asennus- tai käyttötottumusten puuttumista, suurimpien valmistajien tuotannon Euroopan laajuista järjestäytymistä, kuljetuskustannusten alhaisuutta, 22 mm:n poraushalkaisijan yleistymistä ja useiden maailmanlaajuisesti käytettävien tuotemerkkien olemassaoloa.

(483) Alustavasti voidaan todeta, että edellä osoitetut huomattavat hintaerot jäsenvaltioiden välillä ja toimijoiden markkinaosuusien kirjavuus ovat kaksi ratkaisevaa seikkaa, jotka tosiasiallisesti kumoavat sen osapuolten väitteen, jonka mukaan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoille pääsulle ei olisi merkittäviä esteitä, tai ainakin rajoittavat sitä voimakkaasti.

(484) Komission tutkinnassa on todettu, että valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoita luonnehtii kolmenlaisten markkinoille pääsyn esteiden olemassaolo. Ensimmäinen markkinoille pääsyn este on pääsy jakelukanaviin, sillä noin puolet näiden tuotteiden myynnistä ETA-alueella tapahtuu tukkukauppioiden välityksellä. Komission tutkinnassa on tullut esiin, että tukkukauppiilla on taipumus rajoittaa myymiensä merkkien määrää kunkin sähkölaitteiden ryhmän osalta, mikä vaikeuttaa entisestään markkinoille pääsyä. Tästä on osoituksena sekin, että Legrandin sisäisessä asiakirjassa⁽¹⁷²⁾ mainittiin useaan otteeseen, että pääsy jakelukanavaan on yksi markkinoilla menestymisen avaintekijöistä.

(485) Toinen markkinoille pääsyn tärkeä este on tarve tuntea kunnolla toinenkin kyseisten tuotteiden myyntikanava, suora myynti teollisuuskoneiden valmistajille, ”OEM:ille” tai käytön suunnittelijoille. Täten Legrandin sisäisessä asiakirjassa⁽¹⁷³⁾ mainitaan useaan otteeseen myös se, että ”käytön suunnittelijoiden markkinat” ovat yksi menestyksen avaintekijöistä. Käytön suunnittelijoiden markkinat koostuvat kuitenkin suuresta määrästä pk-yrityksiä, kuten osapuolten tärkeimpien asiakkaiden luettelosta ilmenee⁽¹⁷⁴⁾, joten näille markkinoille pääsy edel-

lyttää huomattavia investointeja. Osapuolet ovatkin myöntäneet tämän seikan⁽¹⁷⁵⁾ ja selittäneet, että tuotteiden vähäisen arvon takia valmistajat tyytyvät toimimaan niillä maantieteellisillä alueilla, joilla niiden läsnäolo ei edellytä suuria markkinointiponnisteluja. Ilmiötä kärjistää se, että useat valmistajat ovat kooltaan pieniä. Täten Saksassa kahdeksan tärkeimmän ja ainoan toimijan, jotka osapuolet ovat yksilöineet, yhdistetty markkinaosuus on [50—60]* prosenttia. Suomessa seitsemän tärkeimmän ja ainoan toimijan, jotka osapuolet ovat yksilöineet, yhdistetty markkinaosuus on [50—60]* prosenttia.

(486) Lopuksi kolmas markkinoille pääsyn este johtuu siitä, että suuri osa valvonta- ja merkinantoapuvälineistä ei ole standardituotteita vaan erityistuotteita, jotka on valmistettu teollisuuskoneiden valmistajien määrittelemien ehtojen mukaisesti. Osapuolet selittävät⁽¹⁷⁶⁾, että näiden erityistuotteiden määrittelyä, toteutusta ja viimeistelyä varten on luotava ”läheinen suhde valmistajan ja käyttäjän välille”. Osapuolet ovat vielä tarkentaneet, ettei läheinen suhde tarkoita välttämättä fyysistä läheisyyttä. Eriyisten valvonta- ja merkinantoapuvälineiden myynti edellyttää joka tapauksessa, että tällaisen läheisen suhteen luomiseen tehdään investointeja, jotka vaikeuttavat etenkin pienimpien valmistajien pääsyä markkinoille.

(487) Komissio toteaa näin ollen, että valvonta- ja merkinantoapuvälineiden myynnin merkitykselliset maantieteelliset markkinat ovat laajuudeltaan kansalliset.

C. TOIMENPITEEN ANALYYSI

C.1 SÄHKÖNJAKOKESKUKSIA KOSKEVAT MARKKINAT

C.1.1 Asianomaisilla markkinoilla käytävän kilpailun pääpiirteet

(488) Tässä selvityksessä, joka perustuu Crédit Suisse First Bostonin raporttiin⁽¹⁷⁷⁾, esitetään tiivistetysti asianomaisilla markkinoilla käytävän kilpailun pääpiirteet. Seuraavissa kohdissa käsitellään tärkeimpiä seikkoja, jotka oikeuttavat tällaisen kuvauksen markkinoiden toiminnasta. On

⁽¹⁷²⁾ ”Plan Moyen Terme Baco France 2001—2005”, s. 34, 39, 41 ja 43. Liite 4 on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽¹⁷³⁾ ”Plan Moyen Terme Baco France 2001—2005”, s. 34, 39, 41 ja 43. Liite 4 on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽¹⁷⁴⁾ Liitteet, jotka osapuolet ovat toimittaneet vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 69.

⁽¹⁷⁵⁾ Vastauskirjelmän 784 kohta.

⁽¹⁷⁶⁾ Täydennys CO-lomakkeeseen ja vastaus 20. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 30.

⁽¹⁷⁷⁾ Crédit Suisse First Bostonin raportti Legrandista (11. syyskuuta 2000).

syötä tuoda esiin, että tämä analyysi on soveltuvin osin voimassa myös muiden ilmoitetun keskittymän vaikutusalueeseen kuuluvien tuotemarkkinoiden osalta, jollei kyseisiä tuotteita koskevien jaksojen yhteydessä esiin tuoduista erityisistä perusteluista muuta johdu.

Kysynnän uskollisuus

- (489) Kuten Crédit Suisse First Bostonin raportissa ⁽¹⁷⁸⁾ esitetään, ”sähkötekniikat ovat äärimmäisen uskollisia merkeille. He työskentelevät yleensä useita vuosia saman tavarantoimittajan ja tuotemerkin kanssa ja pitävät toisinaan saman tavarantoimittajan koko työuransa ajan. Ilmiöön on kaksi syytä. Niistä ensimmäinen liittyy tottumukseen: kun sähkötekniikka on tottunut tuotteeseen (tuotemerkki, asennuksen helppous), häntä on vaikea saada muuttamaan valintaansa edes tarjoamalla edullisempia hintoja. Toiseksi he ovat vastuussa valitsemistaan laitteista (kun he luottavat tavallisesti ostamansa tuotteen turvallisuuteen, he eivät ole halukkaita kokeilemaan edullisempia merkkejä)”.
- (490) Legrand kertoo myös, että ”sähkötekniikoiden ja rakennusprojektien johtajien tottumus ja luottamus Legrandin tuotteisiin on Legrandin kilpailuaseman ylläpitämisen ja parantamisen kannalta avaintekijä. [...] Sähkötekniikoiden ja rakennusprojektien johtajien jatkuva Legrandin tuotteiden käyttö vahvistaa Legrandin asemaa ja tarjoaa merkittävän kilpailuedun” ⁽¹⁷⁹⁾.
- (491) Komission tutkimuksen tulokset ja osapuolten toimittamat tiedot vahvistavat, että sähköasentajat ja sähkösuunnittelijat ovat hyvin uskollisia tavanomaiselle tuoteelle. Komission tutkimuksessa ilmeni kuitenkin myös, ettei uskollisuus ole ehdotonta. On käynyt ilmi, että tuotteiden turvallisuus ja välitön saatavuus ovat sähköasentajille ja sähkösuunnittelijoille ehdottomia vaatimuksia, jotka vaikuttavat merkkiäkin enemmän laitteiden valinnassa. Niin kauan kun merkeille voidaan taata riittävän hyvä laatu ja saatavuus, sen vakioasiakkaat pysyvät sille hyvin uskollisina. Kilpailijoiden ei siis ole helppoa viedä näitä asiakkaita edes tarjoamalla laadukkaampia ja/tai edullisempia tuotteita. Jos jokin merkki ei kuitenkaan enää tyydytä sähköasentajien ja sähkösuunnittelijoiden
- ehdottomia vaatimuksia, tai jos se ei enää pärjää vertailussa kilpailijoilleen, sähköasentajat ja sähkösuunnittelijat voivat menettää nopeasti luottamuksen siihen, ja sen jälkeen näitä asiakkaita on vaikea saada takaisin.
- (492) Komission tutkinnassa on lisäksi ilmennyt, että suurimmat valmistajat pyrkivät kehittämään ja lujittamaan tätä uskollisuutta siten, että niillä on yleensä liiketoimintaa lähellä asiakkaita, ne tarjoavat sähköjärjestelmän lohko-kaavion suunnitteluun ja laitteiston laskentaan välineitä, joissa käytetään niiden valmistamia tuotteita (etenkin tietokoneohjelmistoja), ne auttavat tuotteidensa asentamisessa, ne tarjoavat sähköasentajille koulutuskursseja jne. Näiden kaupankäyntiin ja asiakassuhteisiin tehtävien investointien osuus merkkien liikevaihdosta on usein huomattava, joskus jopa [10—30]* prosenttia kansallisesta myynnistä.
- (493) Vastauskirjelmässään osapuolet ovat arvioineet, että komissio liioittelee merkkiuskollisuutta etenkin sähkönjakokeskusten alalla. Ne väittävät muun muassa, että komissio liittää näihin markkinoihin ominaisuuksia, jotka kuuluvat pikemminkin väliintulevien asennustarvikkeiden alaan, ja että komissio toteaa uskollisuuden olevan ”lähes ehdotonta”, vaikka se on todellisuudessa vain vähäistä. NERA-toimiston tekemän tutkimuksen tuloksiin viitaten osapuolet väittävät, että merkkiuskollisuus on melko heikkoa.
- (494) Komissio kiistää todenneensa uskollisuuden olevan ”lähes ehdotonta”. Nimenomaan uskollisuuden suhteellisuus ja sen ylläpidon tarve perustelevat sen valmistajien merkittävän suhdetyön, jonka komissio on tuonut esiin väitetiedoksiannossaan. Komissio pitäytyy kannassaan, jonka mukaan merkkiuskollisuus kasvattaa uusien asiakkaiden hankinnan kustannuksia, ja että se on näin ollen merkittävä este markkinoille pääsulle. Merkkiuskollisuus lisää myös muiden toimijoiden keskiarvoa hieman heikompien suoritusten tai hieman korkeampien hintojen suvaitsemista markkinoilla, ja hidastaa siten tietyillä markkinoilla vakiintuneiden merkkien laajentumista tai taantumista. Se on kuitenkin suhteellista, kuten osapuolet ovat korostaneet, eikä siten salli vakiintuneen toimijan säilyttää asemaansa, jos sen tuotteiden tekninen ja taloudellinen taso laskee liian paljon muita merkkejä huonommaksi.
- (495) Osapuolten väite, jonka mukaan merkkiuskollisuus on heikkoa, kiistetään komission tutkinnassa, jossa on todettu, että merkkiuskollisuus on huomattavaa, myös

⁽¹⁷⁸⁾ Crédit Suisse First Bostonin raportti Legrandista (11. syyskuuta 2000).

⁽¹⁷⁹⁾ Legrand, lomake 20-F SEC.

sähkönjakokeskusten alalla. Uskollisuus vastaa myös näkemystä, jonka osapuolet ovat esittäneet useaan otteeseen ensin CO-lomakkeessa ("sähköasentajat ovat yleensä uskollisia tietyille merkille ja ostavat koko sarjan samalta valmistajalta jakokeskuksen asennuksen helppouden, tuotteiden ulkonäön, laitteiden toiminnallisuuden ja valmistajan teknistä laatua kohtaan tuntemansa luottamuksen perusteella" ⁽¹⁸⁰⁾) ja sen jälkeen myöhempiin kyselylomakkeisiin toimittamissaan vastauksissa ("Schneider ja Legrand tarjoavat [ryhmäkeskuksia]* sähköasentajille jakelukanavan kautta. Sähköasentajat ovat yleensä uskollisia merkille, jota ne ovat tottuneet käyttämään" ⁽¹⁸¹⁾).

(496) Komissio katsoo myös, että tutkinnan tulosten valossa NERAn tekemän tutkimuksen tulokset eivät riitä merkittävän merkkiuskollisuuden kyseenalaistamiseen. NERA perustelee todellakin valmistajien välisen kovan hintakilpailun olemassaolon sillä, että myynninedistämistoimia toteutetaan ja niillä on suuri merkitys.

(497) Komissio panee kuitenkin merkille, että valmistajien tarjoamat alennukset ovat usein huomattavia ([10—30]* prosenttia), mikä viittaa siihen, että myös uusien asiakkaiden hankinnan (ja siten uskollisuuden) kustannukset ovat huomattavia.

(498) Komissio panee myös merkille, että NERAn toteuttaman tutkimuksen perusteella ei voida arvioida merkkiuskollisuutta, koska vaikka siinä tuodaan esiin, että kyseisten laitteiden myynti on kasvanut voimakkaasti tarjouskausiina, siinä ei kerrota, missä määrin lisääntynyt myynti on saavutettu muiden valmistajien kustannuksella. Näin ollen tarjouksien kohteena olleiden laitteiden myynnin kasvu on saattanut johtua yksinkertaisesti tukkukauppioiden varastojen kartuttamisesta (tai siitä, että merkille uskolliset sähköasentajat ovat ostaneet edullisia laitteita myöhemmin asennettavaksi) tai saman valmistajan muiden mallien myynnin kustannuksella (tarjouksen kohteena olleiden mallien myynnin kasvu on tapahtunut muiden vastaavanlaisten mallien kustannuksella, jotka eivät ole olleet tarjouksessa). NERAn käyttämät tiedot vieläpä tukevat voimakkaasti näitä kahta selitystä. Todellakin [...]*. Tämä viittaisi siis voimakkaaseen merkkiuskollisuuteen.

(499) Johtopäätöksenä voidaan todeta, että komissio pitäytyy siinä tutkinnan tulosten tukemassa kannassa, että väittei-

den kohteena olevien sähköjakokeskusten alalla vallitsee voimakas merkkiuskollisuus. Komissio korostaa joka tapauksessa, ettei uskollisuuden voimakkuus vaikuta määrävän aseman analysointiin. Kuten edellä on jo todettu, uskollisuuden ainoa vaikutus on, että se kasvattaa uusien asiakkaiden hankinnan kustannuksia ja hidastaa muita heikompien merkin taantumista. Jäljempänä tullaan kuitenkin osoittamaan, että syyt, joiden takia toimenpiteellä luodaan määrävä asema, liittyvät etenkin siihen, että sulautumassa syntyvästä yrityksestä tulee välttämätön sopimuskuoppa, se voi vahvistaa nykyistä asemaansa ja heikentää kilpailijoidensa asemaa merkien uudelleenjärjestelyn ja tukkukauppiasiin omaamiensa erityissuhteiden kautta. Heikko uskollisuus vähentäisi kilpailijoiden kykyä kestää pitkällä aikavälillä sulautumasta syntyvää yritystä ja saattaisi siten kiihdyttää tai kärjistää toimenpiteen vaikutuksia.

Tuotemerkkien merkitys

(500) Edellä esitetyt huomiot selittävät kaksi muuta alan tärkeää ominaispiirrettä: tuotemerkkien merkityksen ja merkkikokoelmien kasvattamisen mahdollisimman laajoiksi.

(501) Suurimmat valmistajat myyvät tuotteitaan yhdellä tai usealla tuotemerkillä maasta ja laitetyypistä riippuen. Osapuolilla on kummallakin yhteensä yli kymmenen tuotemerkkiä, joiden halkaisijat ja maantieteellinen kattavuus vaihtelevat. Tuotemerkit esitetään tämän asiakirjan liitteessä 2.

(502) Komission tekemän tutkinnan tulokset osoittavat, että tuotemerkit ovat yksi valmistajien välisen kilpailun tärkeimmistä tekijöistä. Kuten osapuolet ovat selittäneet ⁽¹⁸²⁾, tuotemerkki on eräänlainen takuu kaikesta muusta. Ilmiö voidaan selittää pienten tilaajien sekä sähköasentajien ja -suunnittelijoiden valintaperusteilla. Tuotemerkit ohjaavat valmistajien ja asiakkaiden välistä suhdetta, sillä ne takaavat asiakkaille, että kaikilla tuotteilla on taatusti ne ominaisuudet (jotka liittyvät esim. turvallisuuteen ja asennuksen helppouteen), jotka he ovat tottuneet saamaan.

(503) Tuotemerkkien houkuttelevuus on tulosta paikan päällä tehdystä myyntityöstä ja investoinneista markkinointiin ja asiakassuhteisiin sekä valmistajien sähköasentajien

⁽¹⁸⁰⁾ CO-lomake, s. 54.

⁽¹⁸¹⁾ 28. helmikuuta 2001 päivätyt vastaukset 11 artiklan mukaiseen kyselylomakkeeseen, s. 11.

⁽¹⁸²⁾ Vastaus 29. kesäkuuta päivätyyn kyselylomakkeeseen (kysymys 106).

hyväksi tekemästä tuotekehitystyöstä. Tuotemerkkien merkitystä voidaan siis arvioida myös näiden menojen suuruuden perusteella. Ne voivat ylittää [10—30]* prosenttiin (kaupallisten investointien osalta) ja [0—20]* prosenttiin (tuotekehitystyön osalta) vuosimyyntistä. Osapuolten sisäisissä asiakirjoissa vahvistetaan, että tämä todennäköisesti selittää osapuolten tuotemerkkien runsauden ja ylläpidon, sillä tuotemerkin lakkauttaminen saattaisi rikkoa uskollisuuteen perustuvan suhteen sähköasentajiin ja viedä asiakassuhteisiin aiemmin tehtyjen investointien tuomat hyödyt.

(504) Tuotemerkkien merkitys saattaa tietenkin vaihdella eri aloilla ja eri valmistajilla. Ne ovat huomattavasti tärkeämpiä pienten sähköasentajien ja -suunnittelijoiden — jotka ovat yleensä merkkiuskollisia — valitsemissa laitteissa (nousu- ja ryhmäkeskusten sekä ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien sähkölaitteiden alalla), kuin laitteissa (etenkin pääkeskuksissa), joita tilaavat ja hankkivat suuret sähkösuunnittelijat ja rakennusprojektin johtajat. Valmistajien tuotemerkkeihin tekemät investoinnit riippuvat myös myytävien laitteiden lajeista ja niiden sijoittumisesta (siitä, keskittyvätkö ne kotitalouksien ja palvelujen sovelluksiin vain teollisuushankkeisiin).

(505) Komission tekemän tutkimuksen tulokset osoittavat kuitenkin, että tuotemerkki on yksi sähköasentajien valintaa eniten ohjaavista tekijöistä. On myös syytä panna merkille, että tuotemerkkien merkitys on suuri este markkinoille pääsulle ja toiminnan monipuolistamiselle, koska sähköasentajat valitsevat useimmiten sellaisten tuotemerkkien tuotteita, jotka ovat kaikkein tunnetuimpia ja joiden jakelu on parhaiten järjestetty, ja välttävät siis sellaisten valmistajien tuotteita, joita he eivät tunne kunnolla. Legrand onkin todennut⁽¹⁸³⁾, että ”valmistajat, joilla ei ole riittävän suurta mainetta voidakseen tarjota laajaa valikoimaa laatutuotteita, kärsivät pitkällä aikavälillä merkittävistä haitoista, koska sähkötekniikat ja rakennusprojektien johtajat suhtautuvat vastahakoisesti sellaisten uusien tuotteiden testaamiseen, joiden tehokkuutta ei tiedetä”.

(506) Kysynnän puute haittaa myös uusia tulijoita niiden suhteissa tukkukauppiaisiin, jotka eivät mielellään suosittelisi niiden tuotteita. Jotkin valmistajat, kuten Moeller⁽¹⁸⁴⁾, ovat ilmoittaneet, ettei tukkukauppiaita voi käyttää, ellei omista tunnettua tuotemerkkiä. Tukku kauppiaiden vas-

tahakoisuus heikosti tunnettujen tuotemerkkien tuotteiden varastointiin korostaa entisestään uusien tulijoiden kohtaamia vaikeuksia, koska se vähentää niiden tuotteiden saatavuutta ja siten niiden houkuttelevuutta sähköasentajille.

(507) Komission tekemässä tutkimuksessa on ilmennyt myös, että valmistajan tarjoaman tuotevalikoiman laajuus on toinen tekijä, joka vaikuttaa merkittävästi menestykseen. Osapuolet ovatkin vahvistaneet tämän ja ilmoittaneet, että (i) uskottavuus nousukeskusten ja ryhmäkeskusten markkinoilla edellyttää sitä, että kyseisiin keskuksiin sopivien komponenttien (kaapit, varokkeet, katkaisijat, vikavirtasuojat ja ohjauslaitteet, yms.) tarjonta on kattava, ja (ii) väliintulevien asennustarvikkeiden osalta on tarpeen, että valmistajilla on tarjottavanaan täydelliset tuotevalikoimat. Suurilla valmistajilla (mm. Schneider, Legrand, ABB, Siemens ja GE) on kullakin yli 2 000 nousukeskusten komponenttien mallia ja yli 5 000 ryhmäkeskusten komponenttien mallia. Suurten valmistajien ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden ja lisälaitteistojen tuoteluettelossa on tuhansia malleja.

(508) Kilpailijoiden ja tukkukauppiaiden vastauksissa esitetään, että valmistajat haluavat laajentaa tarjontaansa useasta syystä. Ne vastaavat tukkukauppiaiden haluun vähentää tavarantoimittajien määrää tai ainakin suosia valmistajia, jotka tarjoavat laajan tuotevalikoiman, voidakseen optimoida kustannuksensa. Lisäksi laajalla tarjonnalla voidaan jakaa suurelle määrälle valmistajien taakka muun muassa logistiikan alalla (tuotteiden saatavuuden ja lyhyiden toimitusaikojen takaaminen), myynninedistämiseen ja asiakassuhteisiin liittyvien investointien alalla (sähköasentajien koulutus, ammattikunnan messut jne.), yhtenäisen ulkomuodon alalla ja tuotekehityksen alalla.

(509) Sähköjakokeskusten alalla täydellisen valikoiman välttämättömyys selittyy myös sillä, että sähköjakokeskusten on oltava muokattavissa eri kokoonpanoihin, jotta niitä voitaisiin käyttää kaikkiin erityisiin laitteistoihin. Valmistajien on näin ollen tarjottava täydellinen valikoima komponentteja (suoritustehon, tyyppin jne. puolesta). Lisäksi pääkeskusten ja nousukeskusten osalta valmistajan tarjoamia komponentteja ei voi aina mukauttaa tai asentaa helposti kilpailijoiden keskuksiin. Kun otetaan huomioon kunkin merkin erityispiirteet (suorituskyvyn, asennustekniikan, mitoituksen jne. osalta) sähkösuunnit-

⁽¹⁸³⁾ Legrand, lomake 20-F SEC.

⁽¹⁸⁴⁾ Moeller, vastaus kyselyyn I.

telijoiden ja -asentajien olisi kallista investoida (koulutus-aikana jne.) valmistajiin, joiden tuotteet eivät sovellu kaikkiin tarkoituksiin.

- (510) Tuotemerkkien tavoin myös laajan valikoiman tarpeellisuus muodostaa esteen valmistajien markkinoille pääsulle ja toiminnan monipuolistamiselle, koska niiden on voitava tarjota asiakkailleen välittömästi laaja tuotevalikoima.

Markkinoille pääsyn esteet

- (511) Kyseisille markkinoille tulijan pitäisi lähteä nolllapisteestä ja herättää kysyntää, päästä myymään tukkukauppiaille ja kestää olemassa olevien kilpailijoiden aiheuttamaa kilpailupainetta.

- (512) Näiden vaikeuksien lisäksi uudet tulijat kohtaisivat lukuisia erityisiä esteitä. Ensinnäkin vaikuttaa siltä, että uuden tulijan pitäisi ehdottomasti tarjota täydellinen valikoima tuotteita voidakseen voittaa muutaman sähköasentajan ja -suunnittelijan luottamuksen ja edes toivoa pääsevänsä myymään tuotteitaan tukkukauppioiden kautta.

- (513) Tästä näkökulmasta markkinoille voisi tulla vain sellainen kyseisessä maassa jo toimiva tavarantoimittaja, joka haluaisi laajentaa toimintaansa nousu- tai ryhmäkeskukseen, tai sellainen ulkomainen tavarantoimittaja, jolla olisi täydellinen valikoima nousu- tai ryhmäkeskusten komponentteja.

- (514) Komission tutkinnassa on tullut esiin, ettei ensimmäinen vaihtoehto ole mahdollinen. Osapuolten toimittamat tiedot osoittavat esimerkiksi, että pienoiskatkaisijoiden tai koteloitujen katkaisijoiden kilpailukykyinen valmistaminen edellyttää noin [20—50]* miljoonan euron investointia ja vie noin [1—5]* vuotta. Vaikeudet ovat vielä suurempia nousukeskusten alalla, sillä ne ovat vielä teknisiä. Schneider on ilmoittanut, että sen viimeisimmän koteloitujen katkaisijan kehittäminen maksoi lähes [400—1 200]* miljoonaa euroa tutkimus- ja teollistamiskustannuksina. Vaikka potentiaalinen tulija harjoit-

taisikin toimintaa läheisillä markkinoilla (esimerkiksi nousukeskusten markkinoilla ja haluaisi tulla ryhmäkeskusten markkinoille), sen pitäisi investoida tuotantovälineiden mukauttamiseen tai laajentamiseen, eikä se voisi tosiasiallisesti päästä markkinoille kuin usean vuoden päästä.

- (515) Komission tutkinnassa vahvistettiin, ettei ulkomainen tavarantoimittaja voi päästä markkinoille. Pääsyn esteitä niiden tapauksessa ei ole niinkään tuotannon puolella kuin kysynnän puolella. Kuten edellä on jo selitetty, uuden tulijan on vaikea herättää kysyntää kyseisessä maassa ja päästä myymään riittävästi tukkukauppiaille. Osapuolten mukaan uusi tulija aloittaa käytännössä yleensä myymällä suoraan sähkösuunnittelijoille voidakseen luoda kysynnän, jonka avulla se voi myöhemmin tarjota tuotteitaan tukkukauppiaille, jotka ottavat niitä vähitellen myyntiin. Tämä porrastettu markkinoille tulo soveltuu kehnosti ryhmäkeskukseen, koska tuotteita valitsevat pääasiallisesti sähköasentajat, jotka ovat uskollisia käyttämilleen merkeille ja vaativat tuotteiden välitöntä saatavuutta (eli niitä on oltava valmiiksi tukkukauppiaila). Tämä osoittaa, ettei potentiaalinen tulija voisi edes ryhmäkeskusten alalla aiheuttaa merkittävää kilpailupainetta kuin usean vuoden viiveellä.

- (516) Osapuolet mainitsevat vastauskirjelmässään Gewissin hiltaintain tapahtuneen tulon ryhmäkeskusten markkinoille edellä esitetyn analyysin vastaesimerkkinä. Komission mielestä tämä esimerkki ei kyseenalaista markkinoille pääsyn esteiden suuruutta. Gewiss onnistui laajentamaan toimintaansa osittain sen ansiosta, että sillä oli jo vakaa asema Italian väliintulevien asennustarvikkeiden markkinoilla. Sillä oli jo asiakaspohja ja runsaasti tuotteita myynnissä tukkukauppioiden kautta, joten se ei joutunut kohtaamaan tärkeimpiä edellä mainituista esteistä ja sillä oli parhaat mahdolliset lähtökohdat sähkönjakokeskusten markkinoille pääsyyn. Lisäksi se vältti osan suunniteltuun ja tuotantoon liittyvistä vaikeuksista hankkimalla joitakin laitteita (etenkin virrankatkaisijoita) ABB:ltä. Suotuisasta tilanteesta huolimatta Gewissin osuus ryhmä- tai nousukeskusten pienoiskatkaisijoiden myynnistä on Italiassa alle [0—10]* prosenttia. Tämä esimerkki vahvistaa, että sellaisenkin kilpailijoiden, joilla on vakaa asema, on mahdotonta kohdistaa tuntuva kilpailupainetta, ennen kuin ne ovat toimineet monta vuotta. Tästä voidaan päätellä, kuinka vaikeaa vähemmän suotuisassa asemassa olevan tulijan on päästä markkinoille.

Kysynnän vähäinen herkkyys hinnanvaihteluille

(517) Kuten Crédit Suisse First Bostonin raportti ⁽¹⁸⁵⁾ osoittaa ja kuten osapuolten sisäisistä asiakirjoista ⁽¹⁸⁶⁾ ilmenee, sähkölaitteiden kysyntä riippuu ensisijaisesti teollisuuden, palvelualan ja kotitalouksien rakennus- tai kunnostushankkeista. Sähkölaitteiden hinnalla, ei ole vaikutusta rakennus- tai kunnostamishankkeiden aloittamista koskevaan päätökseen. Ensinnäkin sähkölaitteiden hinta muodostaa usein vain kohtuullisen pienen osan hankkeen kokonaiskustannuksista (kun otetaan huomioon mm. muuraus-, maalaus- ja putkityökustannukset). Toiseksi sähkölaitteiden osuus koko sähköasennuksen arvosta ei useinkaan ole enempää kuin 20 prosenttia (jäljellä oleva 80 prosenttia muodostuu olennaisesti työ- ja materiaalkustannuksista). Sähkölaitteiden hintojen korottaminen vaikuttaisi siis vain heikosti (jos lainkaan) näiden laitteiden kysyntään.

(518) Osapuolet kiistävät vastauskirjelmässään kysynnän vähäisen herkkyyden hinnanvaihteluille. Ne tukeutuvat väitteissään NERA-toimiston tekemän tutkimuksen tuloksiin, joiden mukaan tietyn laitteen asettaminen tarjoukseen johtaa kyseisen laitteen myynnin lisääntymiseen (ainakin tarjouskampanjan ajan).

(519) Komissio ei voi yhtyä tähän analyysiin. Se tuo ensinnäkin esiin, että osapuolet sekoittavat markkinoiden joustavuuden (jolla mitataan sitä, kuinka paljon hypoteettinen monopoli voisi korottaa hintoja kannattavasti) ja valmistajien väliset ristijoustot (joilla mitataan sitä, kuinka paljon kilpailupainetta tietty valmistaja kohdistaa määritellyn valmistajaan). Näillä kahdella joustolla mitataan erilaisia kilpailupaineita: markkinoiden kokonaisjoustavuus heijastaa kilpailupainetta, jonka markkinoiden ulkopuoliset tuotteet kohdistavat markkinoiden kaikkiin tuotteisiin, ja ristijoustolla mitataan kilpailupainetta, jonka markkinoilla oleva tuote kohdistaa toiseen markkinoilla olevaan tuotteeseen. Esimerkiksi katkaisijamarkkinoiden joustavuudella mitataan, kuinka suuri osa katkaisijoista jäisi ostamatta, jos niiden hintaa korotettaisiin prosentilla. Valmistajien A ja B välisellä ristijoustolla taas mitataan, kuinka suuren osuuden myynnistään A menettää, jos B laskee katkaisijoiden hintaa prosentilla. Erillisillä tuotemarkkinoilla, kuten tässä tapauksessa, kokonaisjoustavuus voi olla hyvin erilainen kuin valmistajien välinen ristijousto. Osapuolten väitteet voimakkaasta ristijoustosta eivät siis vaikuta lainkaan komission

⁽¹⁸⁵⁾ Crédit Suisse First Bostonin raportti Legrandista (11. syyskuuta 2000).

⁽¹⁸⁶⁾ Legrand, "Plans Moyen Terme", ja Schneider, "Plan à 3 ans".

analyysiin markkinoiden kokonaisjoustavuudesta.

(520) Komissio ei myöskään yhdy päätelmään, jonka osapuolet tekevät NERAn tutkimuksesta. Kuten edellä on todettu, se, että tarjouskampanjat kasvattavat tilapäisesti kyseisten laitteiden myyntiä, ei osoita, että kasvu tapahtuu muiden valmistajien kustannuksella. Edellä 496 ja 497 kohdassa esitettiin muina mahdollisina ja kenties todennäköisinä selityksinä varastojen kartuttaminen tai saman valmistajan muiden mallien myynnin vähentäminen. NERAn toimittamien tietojen perusteella ei siis voida arvioida valmistajien välistä ristijoustoa.

C.1.2 *Schneiderista ja Legrandista tulee keskittymän ansiosta välttämätön sopimuskumppani merkityksellisille markkinoille*

Määräävään asemaan viittaavat markkinaosuudet

Metodologia

(521) Osapuolet väittävät, ettei toimenpide johda määräävään asemaan luomiseen tai vahvistumiseen nousu- ja ryhmäkeskusten markkinoilla. Osapuolet korostavat etenkin, että uuden yrityksen myyntiosuudet eivät ylittäisi yhteisössä [15—35]* prosenttia ja olisivat kansallisella tasolla (Ranskassa) enintään [35—55]* prosenttia.

(522) Komissio katsoo kuitenkin, että osapuolten ehdottamalla markkinaosuuksien laskentamenetelmällä aliarvioidaan voimakkaasti valmistajien todellisia asemia merkityksellisillä markkinoilla.

(523) Osapuolet ovat laskeneet valmistajien markkinaosuudet jakamalla sen määrän, jonka valmistajat myyvät suoraan asiakkaille (lähinnä tukkukauppiaille ja sähkösuunnittelijoille), sillä kyseisten tuotteiden kokonaismäärällä, jonka sähköasentajat (eli tukkukauppiaiden ja sähkösuunnittelijoiden asiakkaat) ostavat. Nimittäjä ei siis vastaa osoittajaa, koska siihen sisältyy sähkösuunnittelijoiden ja tukkukauppiaiden lisäarvo ja ne sähkönjakokeskusten eri komponentit, joita valmistajat eivät yleensä toimita mutta jotka sähkösuunnittelijat liittävät keskuksiin. Nämä osuu-

det voivat olla merkittäviä ([10—30]* prosenttia tukku-kauppioiden osalta, [10—30]* prosenttia sähkösuunnittelijoiden osalta ja [10—30]* prosenttia erilaisten komponenttien osalta), ja siksi ne johtavat valmistajien markkinaosuusien olennaiseen aliarviointiin ja ne on vähennettävä markkinoiden kokonaisarvosta. Tällaisen menetelmän järjestöinä tuloksena olisi, että avainkomponentin (esim. pienoiskatkaisijoiden) valmistuksen alalla monopoliasemassa olevalla hypoteettisella toimijalla ei olisi 100 prosentin markkinaosuutta vaan se ”jakaisi” markkinaosuutensa asiakkaidensa kanssa.

(524) Osapuolet toimittivatkin komission pyynnöstä markkinaosuusista korjatut arviot, joista on vähennetty lisäarvot ja tuotantoketjun seuraaviin portaisiin kuuluvien toimijoiden (tukku-kauppioiden ja sähkösuunnittelijoiden) voittomarginaalit sekä niiden komponenttien osuus, joita valmistajat eivät toimita.

(525) Osapuolet ovat myös ehdottaneet, että markkinoiden kokonaisvolyyymiin sisällytettäisiin joidenkin vertikaalisesti integroituneiden valmistajien (ABB ja Siemens) myynti sähkösuunnittelijoina tai -asentajina. Komissio ei yhdy tähän näkemykseen vaan katsoo päinvastoin, ettei tällaista myyntiä pidä sisällyttää sen enempää kokonaismarkkinoiden koon laskentaan kuin kyseisten toimijoiden markkinaosuusiinkaan. Ensinnäkin nämä luvut eivät ole yhtenäisiä muiden myyntien kanssa vaan toistavat osapuolten alkuperäisiin laskelmiin sisällyttämät vääristymät; huomioon olisi pitänyt ottaa kyseisten yritysten sisäiset myynnit. Toiseksi, vaikka oletettaisiinkin, että osapuolet olisivat laskeneet oikein kyseisten kolmansien sisäiset myynnit, nämä myynnit koskevat tuotteita, joita ei ole saatettu markkinoille ja joihin ei ole kohdistunut kilpailua. Sisäiset myynnit eivät altistu todellisille markkinaoloille, eikä niillä ole mitään vaikutusta valmistajien markkinavoimaan ”vapailta” markkinoilla. Näiden myyntien mukaan ottaminen ei siis heijastaisi valmistajien markkinavoimaa. Se johtaisi näin ollen sen markkinavoiman aliarviointiin, joka valmistajilla voi tosiasiallisesti olla suhteessa suoraan asiakkaisiinsa.

(526) Komissio on lisäksi pyrkinyt tarkistamaan sisäisen myynnin määrän, jonka osapuolet ovat osoittaneet ABB:lle ja Siemensille markkinaosuusiksi koskevissa arvioissaan. Osapuolten mukaan kummankin yrityksen integroidun myynnin määrä olisi noin [400—1 200]* miljoonaa euroa. Lukuja ei pitäisi sisällyttää sellaisinaan markkinaosuusien laskelmiin, koska ne kuvastavat osapuolten mukaan sähköasentajien tasolla tapahtuneen myynnin liikevaihtoa. Niistä pitäisi siis vähentää työkustannukset (noin 80 prosenttia), sähkösuunnittelijan lisäarvo (15 prosenttia jäljellä olevasta summasta) ja jakelijoiden voittomarginaali (20 prosenttia jäljelle jäävästä summas-

ta), jotta markkinaosuusien laskelmiin saataisiin yhtenäinen arvo. Kyseisten yritysten toimittamat sisäisen myynnin luvut ovat huomattavasti pienemmät eivätkä muuttaisi merkittävästi markkinaosuusiksi, joiden laskennassa ei ole huomioitu sisäistä myyntiä ja jotka esitetään jäljempänä.

(527) Siemensin edustaja esitti kuulemistilaisuudessa, että hänen yrityksensä sisäisen myynnin osuus liikevaihdosta on alle 5 prosenttia sähkönjakokeskusten alalla. Muiden kolmansien komission tutkinnan aikana toimittamat sisäistä myyntiä koskevat luottamukselliset tiedot tukevat 5 prosentin lukua. Myös osapuolten esittämä arvio niiden kilpailijoiden integroidusta myynnistä peräisin olevasta liikevaihdosta, joka on [400—1 200]* miljoonaa euroa, vastaa sisäisenä myyntinä noin [50—100]* miljoonaa euroa (kun luvusta on vähennetty työkustannukset, sähkösuunnittelijan lisäarvo ja jakelijoiden voittomarginaali). Osapuolet arvioivat kuitenkin Euroopan nousu- ja ryhmäkeskusten markkinoiden kooksi (ilman sähkösuunnittelijoiden lisäarvoa ja jakelijoiden voittomarginaalia) noin [2 000—4 000]* miljoonaa euroa. Sisäisen myynnin ja osapuolten arvioiman markkinoiden koon välinen suhde on näin ollen noin [0—10]* prosenttia, mikä vastaa Siemensin esittämää arviota.

(528) Sisäisen myynnin huomioon ottaminen ei vaikuta markkinaosuusiksi koskeviin päätelmiin. Jos siis oletettaisiin erittäin hyväntahtoisesti, että Schneider ja Legrand olisivat ainoat, joilla ei ole sisäistä myyntiä, ja että markkinoiden kaikki muut toimijat toteuttaisivat [0—10]* prosenttia myynnistään konserninsa sisällä, ja jos nämä sisäiset myynnit sisällytettäisiin markkinoiden kokonaisvolyyymiin, sulautumassa syntyvän yrityksen yhdistetty markkinaosuus laskisi kaikilla merkityksellisillä markkinoilla enintään kolme prosenttiyksikköä. Tämä vaikuttaa vain hyvin vähän sen korkeisiin markkinaosuuksiin, eikä se muuta olennaisesti sulautumassa syntyvän yrityksen kokoa suhteessa sen kilpailijoihin.

(529) Edellä esitetyn perusteella komissio katsoo, että markkinaosuusien laskennassa on otettava huomioon vain osapuolten ja niiden kilpailijoiden ulkoinen myynti suoraan asiakkaille. Markkinoiden volyyymiin (ja markkinoitoimijoiden vastaaviin myynteihin) ei siis pidä sisällyttää sen enempää vertikaalisesti integroituneiden valmistajien sisäistä myyntiä kuin tuotantoketjun valmistajia myöhemmissä portaissa tehtyjen toimenpiteiden (sähkönjakokeskuksen asentaminen, tukku-kauppioiden palvelut) lisäarvoa tai voittomarginaalia. Tämä on se perusta, jolta on laskettu tässä asiakirjassa jäljempänä esitettävät markkinaosuudet.

Nousukeskukset

Italiassa ja Norjassa, jotka ovat ainoat maat, joissa Legrandilla on toimintaa.

(530) Nousukeskusten ja niiden komponenttien (koteloidut katkaisijat, pienoiskatkaisijat ja kaapit) alalla toimenpide ei kasvata markkinaosuuksia muualla kuin Ranskassa,

(531) Seuraavassa taulukossa 27 esitetään osapuolten koteloitujen katkaisijoiden, pienoiskatkaisijoiden ja kaappien myynteihin perustuvat arviot.

Taulukko 27

Luvut 2000	Koteloidut katkaisijat (%)				Pienoiskatkaisijat (%)				Kaapit (%)			
	F	IT	N	ETA	F	IT	N	ETA	F	IT	N	ETA
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]*

Lähde: osapuolten 25. heinäkuuta 2001 lähettämä sähköpostiviesti.

(532) Luvut ovat yhdenmukaiset osapuolten sellaisten markkinaosuuksien kanssa — joskin yleensä niitä alhaisemmat — joiden arviointiin on käytetty markkinoita, joiden koon laskenta perustuu kolmansien myynteihin, joiden alalla ne ovat ilmoittaneet toimivansa ja joita koskevat luvut ne ovat toimittaneet vastauksena komission tutkintaan.

(533) Näistä markkinaosuuksien arvioista voidaan todeta, että sulautumassa syntyvä yritys saisi ilmoitetun toimenpiteen myötä erittäin vahvan aseman Ranskan ja Italian koteloitujen katkaisijoiden, pienoiskatkaisijoiden ja nousukeskuskaappien markkinoilla. Sen osuus olisi noin [70—80]* prosenttia kyseisistä markkinoista Ranskassa ja [40—50]* prosenttia Italiassa. Taulukossa 27 mainittujen kilpailijoiden lisäksi sulautumassa syntyvä yritys

kohtaisi hajanaista kilpailua sähkösuunnittelijoiden taholta. Uudella yrityksellä olisi myös Euroopan laajuisesti hallitseva asema, kun sen osuus koteloitujen katkaisijoiden ja pienoiskatkaisijoiden myynnistä olisi hieman alle [40—50]* prosenttia.

Ryhmäkeskukset

(534) Toimenpide kasvattaa markkinaosuuksia kaikissa jäsenvaltioissa. Toimenpide ei kuitenkaan vaikuttaisi aiheuttavan kilpailuongelmia muualla kuin viidessä maassa (Ranska, Italia, Tanska, Espanja ja Portugali). Osapuolten ja niiden kilpailijoiden markkinaosuudet näissä maissa (ja yhteisössä) voidaan tiivistää seuraavasti:

Taulukko 28

Luvut 2000	Pienoiskatkaisijat (%)						Vikavirtasuojat (%)						Kotelot (%)					
	P	E	F	I	DK	ETA	P	E	F	I	DK	ETA	P	E	F	I	DK	ETA
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]*

Lähde: osapuolten arvio.

(535) Luvut ovat yhdenmukaiset osapuolten sellaisten markkinaosuuksien kanssa — joskin yleensä niitä alhaisemmat — joiden arviointiin on käytetty markkinoita, joiden koon laskenta perustuu kolmansien myynteihin, joiden alalla ne ovat ilmoittaneet toimivansa ja joita koskevat luvut ne ovat toimittaneet vastauksena komission tutkintaan.

(536) Ilmoitettu toimenpide johtaa näin ollen erittäin vahvojen asemien saamiseen ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen pienoisatkaisijoiden, johtosuoja-automaattien ja koteloiden markkinoilla Portugalissa ja Tanskassa, ja se vahvistaa Schneiderin hallitsevaa asemaa Espanjassa ja Ranskassa ja Legrandin hallitsevaa asemaa Italiassa.

Liitäntäkatkaisijat

(537) Kuten edellä on todettu, liitäntäkatkaisijoiden käyttöön vaikuttavat aivan omat näkökohdat (lähinnä kulutuksen seuranta ja energiahukan ehkäisy) eikä tätä laitetta vaadita kuin muutamassa jäsenvaltiossa. Toimenpiteestä ei käytännössä seuraa markkinaosuuden kasvua näiden komponenttien alalla kuin Ranskassa ja Portugalissa. Markkinaosuuden kasvu esitetään seuraavassa taulukossa 29. Schlumbergerin markkinaosuus lasketaan sulautumassa syntyvän yrityksen osuuteen, koska Schlumbergerin myymät tuotteet valmistaa Legrandin määräysvallassa oleva yritys Serd, jossa Schlumberger on vähemmistö-osakkaana [30—40]* prosentin omistuksella. Lisäksi on

syitä tuoda esiin, että Hager ostaa ilmeisesti Ranskassa myymänsä tuotteet Schneiderilta ⁽¹⁸⁷⁾.

Taulukko 29

	Liitäntäkatkaisijat	
	P	F
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]*	—

Lähde: osapuolten arvio.

"Ratkaisujen" analyysi

(538) Kuten edellä on jo todettu tiettyyn keskukseseen tarvittavien komponenttien, eli osapuolten kuvailemien "ratkaisujen", tarkastelu ei muuta olennaisesti kunkin komponentin alalla tehtyjä päätelmiä. Osapuolten ja niiden kilpailijoiden markkinaosuudet ratkaisujen alalla voidaan tiivistää seuraavasti:

⁽¹⁸⁷⁾ Osapuolten 28. helmikuuta 2001 lähettämä sähköpostiviesti.

Taulukko markkinaosuuksista ratkaisujen alalla

	Nousukeskukset				Ryhmäkeskukset					
	F	I	N	ETA	P	E	F	I	DK	ETA
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]*el	[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]*

Lähde: osapuolet.

- (539) Ryhmäkeskusten alalla osuudet ratkaisujen markkinoilla vastaavat osuuksia komponenttien markkinoilla. Nousukeskusten alalla osuudet ratkaisujen markkinoilla ovat hieman pienemmät kuin osuudet komponenttien markkinoilla. On kuitenkin syytä tuoda esiin, että nousukeskusten osalta edellä esitetyissä arvioissa on aliarvioitu sulautumassa syntyvän yrityksen todellinen markkinaosuus. Nämä osapuolten toimittamat luvut on laskettu sellaisten kokonaisuuksien pohjalta, joihin sisältyy osia, joita pienjännitelaitteiden valmistajat eivät tavallisesti valmista. Näiden osien osuus keskuksen arvosta (ennen lisäarvoja) on [20—30]* prosenttia. Kun tämä vääristävä tekijä jätetään pois, markkinaosuudet keskusten alalla ovat yhdenmukaiset niiden kanssa, jotka edellä on laskettu komponenttien alalla.

Ainutlaatuisen valta-aseman saaminen

- (540) Yhdistetty yritys Schneider/Legrand saa ilmoitetun toimenpiteen myötä ainutlaatuisen valta-aseman sekä suhteellisen kokonsa puolesta merkityksellisillä markkinoilla, kun yksi kilpailua aiheuttava tekijä poistuu Schneiderin ja Legrandin välisen kilpailun poistuessa ja kun uusi yritys saa johtoaseman muilla markkinoilla, mutta myös tuotevalikoimansa, maantieteellisen kattavuutensa ja tuotemerkkien määrän puolesta.
- (541) Sulautumassa syntyvä yritys perii myös kaikki emoyhtiöidensä kilpailuedut, etenkin niiden tuotemerkkien maineen, niiden valikoiman laajuuden ja niiden hyvät suhteet kansallisiin sähköasentajiin ja tukkukauppiaisiin.

Kaikki nämä tekijät vahvistavat sähköasentajien ja -suunnittelijoiden uskollisuutta, mikä tekee uudesta yrityksestä välttämättömän sopimuskumppanin näillä markkinoilla, ja ne vaikeuttavat kilpailevien merkkien kehitystä ja uusien valmistajien pääsyä markkinoille.

Kooltaan ainutlaatuinen yritys

- (542) Osapuolten toimittamat tiedot osoittavat, että yhdistetty yritys saa erittäin vahvan aseman sekä absoluuttisesti katsottuna että suhteessa sen suurimpien kilpailijoiden kokoon. Nousukeskusten katkaisijoiden markkinoilla sulautumassa syntyvällä yrityksellä on Ranskassa seitsemän kertaa suurempi markkinaosuus kuin sen tärkeimmällä kilpailijalla, GE:llä. Italiassa sen markkinaosuus olisi lähes kaksi kertaa suurempi kuin toiseksi suurimman toimijan, ABB:n. Ryhmäkeskusten komponenttien markkinoilla yhdistetty yritys olisi Portugalissa ja Tanskassa noin kaksi kertaa suurempi kuin toiseksi suurin toimija, Ranskassa ja Italiassa kolme kertaa suurempi ja Espanjassa neljä kertaa suurempi kuin toiseksi suurin toimija.
- (543) Edellä esitetyt markkinaosuustaulukot osoittavat myös, että jommallakummalla osapuolella oli yleensä jo ennen toimenpidettä erittäin vahva asema. Legrand on ryhmäkeskusten alalla kiistaton markkinajohtaja Italiassa, kun taas Schneider on selkeästi suurin toimija Espanjassa (sekä nousu- että ryhmäkeskusten alalla) ja Ranskassa. Ilmiö on erityisen korostunut ryhmäkeskusten alalla Ranskassa, jossa Schneiderilla on suurin ja Legrandilla toiseksi suurin (yhtä suuri kuin Hagerilla) myyntivolyymi.

(544) Schneiderin ja Legrandin toiminnan huomattavasta päällekkäisyydestä huolimatta toimenpidettä ei siis pidä analysoida kahden keskikokoisen toimijan sulautumana, jonka seurauksena ne saisivat äkisti johtoaseman alalla, vaan pikemminkin nykyisen johtajan aseman merkittävänä vahvistumisena (uusien merkkien ja toimintojen hankinnoilla) ja välittömän kilpailijan poistumisena.

Kilpailun poistuminen Schneiderin ja Legrandin väliltä ja kiistattoman johtajan ilmaantuminen merkityksellisille markkinoille

(545) Ennen toimenpidettä jommallakummalla osapuolella oli jo vahvin kilpailuasema merkityksellisillä markkinoilla. Schneiderilla oli se Tanskassa, Espanjassa, Portugalissa ja Ranskassa (nousukeskusten, ryhmäkeskusten ja niiden komponenttien alalla) ja Legrandilla Italiassa. Myös heikommalla osapuolella vaikuttaisi olevan näillä markkinoilla merkittävä asema, hyvä maine ja etuoikeutettu pääsy suurimpien kansainvälisten tukkukauppiaiden jakelukanavaan. Näin on Legrandilla Ranskassa, jossa yrityksellä on merkittävä asema muiden pienjännitelaitteiden markkinoilla. Päätöksessä todetaan näin ollen, että Legrandilla on jo määrävä asema pistorasioiden ja kytkinten, tiivistettyjen laitteiden, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden sekä turvavaloyksiköiden markkinoilla. Legrandin sähkönjakokeskusalan toiminnan tukeutuminen yrityksen asemaan näiden tuotteiden markkinoilla helpotti sen pääsyä jakelukanavaan ja merkin tunnetuksi tekemistä. Legrand toteaa sitä vastoin Ranskaa koskevassa keskipitkän aikavälin suunnitelmassaan [...]*.

(546) Toimenpide vahvistaa yrityksen asemaa entisestään. Onkin selvä, että kun molempien osapuolten toiminnot yhdistetään, sulautumassa syntyvä yritys voi vahvistaa otettaan markkinoilla ja kasvattaa välimatkaa, joka erottaa sen lähimmistä kilpailijoistaan. Schneiderin ja Legrandin sulautuminen poistaisi myös kilpailun sellaisen kahden yrityksen välillä, joiden valtataistelu näytti muodostavan keskeisen tekijän asianomaisissa maissa käydyn kokonaiskilpailun kannalta.

(547) Esimerkiksi Ranskassa Schneiderin ja Legrandin välinen kilpailu vaikuttaa olevan erityisen voimakasta nousu- ja ryhmäkeskusten alalla, sillä Legrandin sisäisten asiakirjojen⁽¹⁸⁸⁾ mukaan Schneider (joka on perinteisesti suun-

tautunut palveluun ja teollisuuteen) pyrkii saamaan jalansijaa kotitalouksien segmentillä ja syrjäyttämään Legrandin. Schneider ja Legrand ovat nousu- ja ryhmäkeskusten kaksi suurinta toimittajaa Ranskassa, joten niiden välisen kilpailun voimakkuus määrittelee pitkälti kilpailun voimakkuuden koko näiden tuotteiden markkinoilla. Tätä tukee sekin, että Legrandilla on Ranskassa vastaanottopään laitteiden markkinoilla pitämänsä vahvan aseman ansiosta tunnettu merkki ja etuoikeutettu pääsy jakelukanavaan. Legrand kuvailee esimerkiksi sitä, että ”sillä on muiden tuotteiden kautta tiiviit suhteet sähköasentajiin”, ”kiintopisteeksi”⁽¹⁸⁹⁾. Komission tutkimuksessa on todettu samanlaisia vaikutuksia Portugalissa: Legrandin asiakirjat osoittavat, että [...]*.

(548) Samanaikaisesti sulautumassa syntyvä yritys voi toimenpiteen ansiosta päästä kiistattomaksi markkinajohtajaksi ryhmäkeskusten komponenttien markkinoilla Portugalissa ja Tanskassa, joissa kolmannet yritykset kohdistivat siihen tuntuva kilpailupainetta (markkinaosuuksina).

(549) Lopuksi ilmoitettu toimenpide vahvistaa jommankumman yrityksen hallitsevaa kokoa nousukeskusten komponenttien markkinoilla Ranskassa ja Italiassa sekä ryhmäkeskusten komponenttien myynnin markkinoilla Espanjassa, Ranskassa ja Italiassa.

Yhdistetyllä yrityksellä on ainutlaatuinen tuotevalikoima ja maantieteellinen kattavuus

(550) Jo ennen ehdotettua keskittymää kummallakin osapuolella oli erittäin laaja valikoima tuotteita pienjännitelaitteiden alalla. Niillä oli usein erittäin tuntuvat asemat tiettyjen tällaisten tuotteiden markkinoilla ja tietyillä maantieteellisillä alueilla. Ilmoitetun keskittymän ansiosta osapuolilla on siten mahdollisuus yhdistää Schneiderin vahvat asemat Pohjoismaissa ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden markkinoilla Legrandin vahvoihin asemiin Etelä-Euroopassa. Schneiderilla on samoin tulevaisuudessa vahva asema kaikkien sähkönjakokeskusten ryhmien markkinoilla ja se tukee kyseisellä asemallaan Legrandin vahvaa asemaa myötävirtaan sijaitsevien tuotteiden markkinoilla.

⁽¹⁸⁸⁾ Legrand, ”Plans Moyen Terme”.

⁽¹⁸⁹⁾ Legrand, ”Plan à 3 ans”.

(551) Ilmoitetun keskittymän jälkeen jäljelle jäisi ainoastaan kaksi ETA-maata (Saksa ja Suomi), joissa yhdistetyllä yrityksellä ei olisi hallitsevia asemia. Yleisesti on myös todettava, että Schneider ilmoittaa olevansa maailmassa toisella sijalla pienjännitelaitteiden osalta, kun taas Le-

grand on maailman ykkönen vastaanottopään sähkönjakelun alalla. Seuraavassa taulukossa esitetään yhdistetyn yrityksen vahvuus kaikilla pienjännitelaitteiden markkinoilla.

Taulukko 30

	Pääkeskukset (DFI)	Nousukeskukset (DBM)	Ryhmäkeskukset	Kaapelihyllyt	Asennusvalmiit virtakisko-järjestelmät	Vastaanottopään laitteet	Liitäntä- ja kiinnityslaitteet	Kaapelitiet
Itävalta	*****	***	*	-	*****	**	-	***
Belgia	*****	*****	***	*	*****	**	-	***
Saksa	*	-	-	-	***	-	-	-
Tanska	***	****	****	**	*****	*****	*****	*
Espanja	****	*****	*****	-	****	***	*	**
Ranska	*****	*****	*****	-	*****	*****	*****	****
Suomi	*	***	**	-	**	***	**	**
Kreikka	*	**	**	-	*****	*****	-	*
Italia	***	****	****	**	**	*****	**	*
Irlanti	***	***	**	-	*****	*	-	-
Alankomaat	****	***	**	***	****	-	-	*
Portugali	***	***	****	-	*****	****	-	*****
Yhdistynyt kuningaskunta	*****	****	***	****	*	*	-	**
Ruotsi	**	***	***	*****	*****	****	***	*****
Norja	**	**	**	****	**	****	*****	*****

Selitys: yksi tähti (*) tarkoittaa myyntiosuutta, joka on 10—20 prosenttia, ja niin edelleen aina viiteen tähteen (*****), jotka tarkoittavat kaikkea yli 50 prosentin myyntiosuutta.

Lähde: osapuolten CO-lomakkeessa ja sen jälkeen toimittamat tiedot markkinaosuuksista vuonna 1999.

(552) On syytä tuoda esiin, että osapuolet saivat erittäin vahvan aseman kaikilla Ranskan markkinoilla. Niiden myyntiosuudet olisivat yli [40—60]* prosenttia kaikilla markkinoilla paitsi kaapelihyllyjen ja kaapeliteiden markkinoilla (joilla osuus olisi kuitenkin yli [40—60]* prosent-

tia). Yhdelläkään Schneider/Legrandin kilpailijalla ei ole tällaista tuotevalikoimaa ja tällaista maantieteellistä kattavuutta yhdistettynä vahvoihin asemiin merkityksellisillä markkinoilla. Ainoastaan ABB voisi tarjota vastaavanlaisen tuotevalikoiman ja maantieteellisen kattavuuden.

(553) Muista valmistajista vain Siemens ja Hager toimivat useilla tuotemerkkinoilla ja maantieteellisillä markkinoilla ETA-alueella. Kaikki muut kilpailijat ovat joko paikallisia toimijoita tai erikoisalojen toimijoita, useimmiten ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien sähkölaitteiden markkinoilla.

Yhdistetyllä yrityksellä olisi ainutlaatuinen merkkikokoelma

(554) Yhden ja/tai toisen osapuolen voima kullakin markkinoilla selittyy useimmiten sen merkkien vahvuudella. Osapuolet ovatkin todenneet ⁽¹⁹⁰⁾, että ”meillä on loistava ja monipuolinen valikoima merkkejä. Lisäksi kumpikin konserni on hallinnoinut merkkejä menestyksekkäästi siten, että ne ovat aina pysyneet lähellä markkinoita, ja ne ovat näin ollen tottuneet hyödyntämään merkkejä voimakkaasti”.

(555) Schneiderin ja Legrandin tuotemerkkien imagon laatu on selkeä. Legrand mainitsee ⁽¹⁹¹⁾ kolmeksi vahvuudekseen Italiassa, jossa se toimii tuotemerkeillä Legrand ja etenkin Bticino, seuraavat: ”Bticino-tuotemerkin imago”, ”Legrand- ja Bticino-tuotemerkkien yhteisvaikutteinen käyttö” ja ”tuotemerkin imago ja luottamus yhtiöön ja tuotemerkkiin”. Schneider muistuttaa ⁽¹⁹²⁾, että Espanjassa sen tuotemerkki Eunea Merlin Gerin on jo ”tärkeä toimija” markkinoilla, ja sen asemaa voidaan vahvistaa ”Schneiderin tukemalla tuotemerkin imagolla”. Lopuksi Legrandin esittää, että yksi sen tärkeimmistä vahvuuksista Ranskassa on sen ”tunnettuus”. Osapuolten tuotemerkkien tunnettuutta ja imagoa edistää tietenkin vielä se, että ne toimivat suurimmalla osalla pienjännitelaitteiden markkinoita, kuten edellä taulukossa 30 esitettiin.

(556) Osapuolten sisäisistä asiakirjoista ⁽¹⁹³⁾ ilmenee, että tuotemerkin maine voi itsessään tarjota merkittävän kilpailuedun. Näin vaikuttaisi olevan etenkin Italiassa, jossa ”markkinat keskittyvät kolmen suurimman tuotemerkin (Bticino, ABB ja Merlin Gerin) ympärille”, ja Ranskassa, jossa ”asiakkaat haluavat tuotemerkin tarjoaman turvan”.

(557) Komission tutkinnassa ilmeni kuitenkin myös, että Schneiderin ja Legrandin tuotemerkkien voima on kiinni myös niiden kyvystä täyttää sähköasentajien ja -suunnittelijoiden tarpeet. Komissio pysyi tukkukauppiaita luo-

kittelemaan valmistajat sen mukaan, miten hyvin ne pystyvät täyttämään kussakin maassa seuraavat 9 vaatimusta: tuotteiden laatu, tuotemerkki, hinta, toimitusten nopeus, muotoilu ja ulkonäkö, asennuksen helppous, tekniikan kehitysaste, täydellinen tuotevalikoima ja tekninen tuki. Tutkinnan tulosten mukaan Schneider kuuluu muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta yleensä kolmen parhaan tavarantoimittajan joukkoon kunkin vaatimuksen osalta ja Schneiderilla ja Legrandilla on Ranskassa ja Italiassa useimmiten kaksi parasta mainetta kaikkien vaatimusten osalta.

(558) Kuten edellä on jo todettu, merkityksellisiä markkinoita luonnehtii sähköasentajien ja -suunnittelijoiden voimakas uskollisuus. Osapuolten vahvat kilpailuasemat sekä niiden kyky täyttää tehokkaasti asiakkaiden tarpeet muodostavat siis yhdessä erittäin vahvan perustan.

(559) On kuitenkin tullut ilmi myös, että osapuolet tekevät joka vuosi merkittäviä investointeja myynninedistämiseen ja asiakkaiden uskollisuuden kasvattamiseen. Osapuolet ovatkin ilmoittaneet, että ne auttavat asiakkaita tuotteiden valinnassa muun muassa ylläpitämällä edustus- ja myyntiverkostoa jokaisessa maassa ja että ne tarjoavat myös koko joukon sellaisia tuotteita ja palveluja, jotka lähentävät ja vahvistavat niiden suhteita asentajiin. Tuotteista voidaan mainita asennusten laskenta- ja suunnitteluohjelmat tai tekniset käsikirjat, ja palveluista koulutustilaisuudet (Legrand), puhelinneuvonta, tekninen tuki jne. Kuten edellä mainittiin, näiden ponnistelujen osuus voi olla jopa [0—30]* prosenttia liikevaihdosta.

(560) Lisäksi jotkin osapuolten sisäisistä asiakirjoista viittaavat siihen, että niiden ponnistelut tällä alalla voivat olla huomattavasti suurempia kuin niiden kilpailijoiden. Legrand ilmoittaa ⁽¹⁹⁴⁾, että Italiassa ”Bticinolla on kaikista eniten myyjiä markkinoilla”. Samaten Schneider kertoo ⁽¹⁹⁵⁾ haluavansa ”luoda jokaiseen asiakkaaseen yhteyden, jolle ei ole vertaa Ranskan markkinoilla”. Lopuksi Schneider mainitsee ⁽¹⁹⁶⁾ Espanjan osalta, että ”myyntivoiman kattavuus alueella” on yksi sen suurimmista kilpailuvalteista, [...]”.

(561) On syytä tuoda vielä esiin, että sähköasentajien ja -suunnittelijoiden uskollisuutta vahvistaa osapuolten tuotevalikoiman laajuus (mm. ryhmäkeskusten ja väliintulevien asennustarvikkeiden alalla) ja niiden toisinaan merkittävä

⁽¹⁹⁰⁾ Schneider Electricin ja Legrandin 15. tammikuuta 2001 pitämä tiedotustilaisuus.

⁽¹⁹¹⁾ Legrand, ”Plans Moyen Terme”.

⁽¹⁹²⁾ Schneider, ”Plan à 3 ans (2001—2003)”.

⁽¹⁹³⁾ Legrand, ”Plans Moyen Terme”.

⁽¹⁹⁴⁾ Legrand, ”Plans Moyen Terme”.

⁽¹⁹⁵⁾ Schneider, ”Plan à 3 ans”.

⁽¹⁹⁶⁾ Schneider, ”Plan à 3 ans”.

kilpailuasema muiden sähköasentajien hankkimien tuotteiden alalla, kuten edellä taulukossa 30 esitettiin. Tämä lisää osapuolten tuotteiden käyttöastetta ja tunnettuutta, sähköasentajien tottumusta näihin tuotemerkeihin ja siten kyseisten nousukeskusten käyttöä. Legrand onkin todennut ⁽¹⁹⁷⁾, että [...]*

- (562) Ehdotetun toimenpiteen pitäisi myös parantaa yhdistetyn yrityksen kykyä hyödyntää markkinavoimaansa vahvistamalla ja kohdentamalla tuotemerkkejään. Tämä korostaisi osapuolten asemaa tukkukauppioiden välttämättöminä sopimuskumppaneina. Lisäksi kohdentamalla tuotemerkinsä vertailukohteisiin kaikilla merkityksellisten markkinoiden kolmella sovellussegmentillä (teollisuus, palvelut ja kotitaloudet) osapuolet voisivat eristää toimiansa vaikutukset suhteessa kilpailijoihinsa.

- (563) Ensinnäkin toimenpiteen pitäisi parantaa yhdistetyn yrityksen neuvotteluasemaa suhteessa tukkukauppiaisiin kaikkien sen hallussa olevien tuotemerkkien osalta. Sulautuman jälkeen uusi yritys voisi näin ollen päättää, että [...]* myönnettyt [...]* ehdot laajennetaan koskemaan Legrandia. Tämä vahvistaisi etenkin Legrandin asemaa [...]*, jossa Legrand mainitsee ⁽¹⁹⁸⁾ suurimmiksi heikkouksikseen tuotteidensa rajallisen jakelun ja vähäisen myynnin suurten tukkukauppioiden kautta. Legrand voisi myös kasvattaa tuotteidensa myyntiä tukkukauppioiden kautta [...]*, jossa tämä vaikuttaa haitanneen sen kehitystä. Lopuksi Schneiderin pääsy jakelukanavaan Italiassa voisi parantua Legrandin kyseisessä maassa vakiinnuttaman aseman ansiosta.

- (564) Toimenpiteellä voitaisiin myös kasvattaa molempien osapuolten tuotemerkkien tunnettuutta ja laajentaa niiden myyntiä siten, että molemmat hyötyisivät toimista, joita osapuolet toteuttavat näissä maissa myynninedistämiseksi ja asiakassuhteiden kehittämiseksi.

- (565) Komission tutkinnassa on myös ilmennyt, että vaikka Schneider ja Legrand kävivät perinteisesti vilkasta kilpailua merkityksellisillä markkinoilla, niiden perinteiset erityisosaamisen alat ovat erilaiset ja toisiaan täydentävät. Schneider menestyy erityisesti palvelualan ja teollisuuden sovelluksissa, kun taas Legrand menestyy erityisesti kotitalouksien alalla. Sulautuman jälkeen uudella yrityksellä

olisi näin ollen paras tuotemerkki kaikilla sähköjakokustusten kolmella sovellusalueella. Sulautumassa syntyvä yritys voisi tehdä kuten Legrand teki hankittuaan Bticon ja päättää korostaa kunkin tuotemerkin erikoistumista ja keskittää kunkin osapuolen toimet perinteiseen erityisosaamiseen alansa, jolloin se voisi kattaa koko kysynnän kirjon ja vastata optimaalisesti kunkin asiakasryhmän tarpeisiin. Toteuttamalla tämän strategian sulautumassa syntyvä yritys voisi siis sekä vahvistaa jokaisen tuotemerkin asemaa että korjata kummankin osapuolet mahdolliset puutteet. Uusi yritys olisi siis vielä vahvempi kuin kaksi osapuolta yhdessä, mikä parantaisi sen asemaa merkityksellisillä markkinoilla ja rajoittaisi olemassa olevien kilpailijoiden mahdollisuutta kilpailulla sen kanssa.

C.1.3 Kysynnän merkittävän sidonnaisuuden puuttuminen

- (566) Osapuolet myyvät merkityksellisillä markkinoilla usein huomattavan osan tuotteistaan tukkukauppioiden kautta, ja jotkut näistä tukkukauppiasta (Rexel, Sonepar ja Hagemeyer) ovat suuria kansainvälisiä konserneja. On siis tarkasteltava, onko tukkukauppiilla riittävästi ostovoimaa suhteessa sulautumassa syntyvään yritykseen, jotta ne voisivat rajoittaa olennaisesti sen kilpailukäyttäytymistä. Komissio uskoo jäljempänä esitettävistä syistä, ettei näin ole.

Yhdistetystä yrityksestä tulee tukkukauppiaille välttämätön sopimuskumppani

- (567) Komissio toteaa ensimmäiseksi, että yhdistetystä yrityksestä tulee välttämätön sopimuskumppani useimmille sen tukkukauppiaille. On todellakin tullut esiin, että (i) yhdistetyllä yrityksellä on merkittävä osuus tukkukauppioiden liikevaihdosta (joissakin tapauksissa yli [40—50]* prosenttia kansallisesta myynnistä); (ii) yhdistetty yritys tarjoaa ainutlaatuisen sähkölaitteiden valikoiman, jossa yhdistyvät maailman toiseksi suurimman pienjännitelaitteiden valmistajan tarjonta ja vastaanottopään sähkönjakelun alan maailman ykkösen tarjonta; ja (iii) yhdistetyllä yrityksellä on useimmissa tapauksissa vahva kilpailuasema jokaisessa maassa (ks. edellä taulukko 30). Se tilanne, että yhdistetystä yrityksestä tulee tukkukauppiaille välttämätön sopimuskumppani, on erityisen korostunut Ranskassa ja vähäisemmässä määrin Espanjassa, Italiassa ja Portugalissa.

⁽¹⁹⁷⁾ Legrand, "Plans Moyen Terme".

⁽¹⁹⁸⁾ Legrand, "Plans Moyen Terme".

- (568) Asia tulee erityisen selkeästi ilmi [...]*, jotka Schneider on jo tehnyt tärkeimpien tukkukauppiaidensa kanssa [...]*, ja erityissuhteista, jotka Legrand ilmoittaa luonneensa [...]* tukkukauppiasiin Ranskassa ja Italiassa.
- (569) Sisäisissä asiakirjoissaan ⁽¹⁹⁹⁾ Legrand ilmoittaa lisäksi, että [...]*. Legrand ⁽²⁰⁰⁾ ilmoittaa siis, että sillä on ”erittäin hyvät suhteet jälleenmyyntiin” [...]* ja että sillä on ”tiiviit suhteet ranskalaisiin jälleenmyyntiin, joista osa suostuu pitämään jatkuvasti varastossa joitakin Legrandin ensisijaisia tuotteita”.
- (570) Tilanne on vielä ilmeisempi Schneiderilla, [...]* ⁽²⁰¹⁾.
- (571) Tilanne on samanlainen [...]*, jossa Schneider tekee vuotuisia tavoitesopimuksia [...]* kanssa. Sama koskee [...]*.
- (572) Ilmiöön on useita syitä. Ensinnäkin, ja kuten edellä on selitetty, osapuolet ovat toisinaan välttämättömiä sopimus-
- muskumppaneita joillakin markkinoilla, sillä sähköasentajat ja -suunnittelijat suosivat vahvasti osapuolien tuotteita.
- (573) Yleisesti katsoen komission tutkimuksessa vahvistettiin, että kummallakin osapuolella on merkittävä osuus tärkeimpien tukkukauppioiden liikevaihdosta. Seuraavassa taulukossa 31 esitetään prosenttimääräinen vaihteluväli, joka kuvaa sitä, kuinka paljon suurimmat valmistajat ovat myyneet kaikkia pienjännitelaitteita tukkukauppias Rexelille. Taulukosta ilmenee, että sulautuman jälkeen uuden yrityksen osuus Rexelin myynnistä Ranskassa on lähes puolet, mikä kuvastaa osapuolien vahvoja ja täydentäviä asemia ennen sulautumaa. Sillä olisi myös merkittävä osuus Rexelin myynnistä Italiassa ja Portugalissa. Kaikissa näissä maissa sen tuotteita myytäisiin verrannollisesti paljon enemmän kuin sen kilpailijoiden. Schneider/Legrand olisi myös Espanjassa suhteellisesti suurempi kuin sen kilpailijat. Muut tukkumyyjien suuret konsernit ovat toimittaneet komissiolle samankaltaisia tietoja.

Taulukko 31

	Schneider/ Legrand	Siemens	Moeller	Gewiss	ABB	GE	Hager	Muut
Itävalta	0-10	0-10	0-10	0-10	10-20	—	0-10	> 70
Belgia	10-20	0-10	0-10	—	0-10	0-10	0-10	> 70
Saksa	0-10	0-10	0-10	—	10-20	0-10	10-20	> 50
Espanja	10-20	0-10	0-10	—	0-10	—	0-10	> 70
Ranska	40-50	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 40
Italia	30-40	0-10	—	0-10	0-10	0-10	0-10	> 50
Alankomaat	0-10	0-10	0-10	—	0-10	0-10	0-10	> 80
Portugali	30-40	0-10	0-10	—	0-10	0-10	0-10	> 50
Yhdistynyt kuningaskunta	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 80
Ruotsi	10-20	0-10	0-10	—	0-10	0-10	0-10	> 80

Lähde: Rexel, vastaus vaiheen II kyselylomakkeeseen.

⁽¹⁹⁹⁾ Legrand, ”Plans Moyen Terme”.

⁽²⁰⁰⁾ Legrand, ”Plans Moyen Terme” ja lomake 20-F SEC.

⁽²⁰¹⁾ Schneider, ”Convergence mode d’emploi”.

(574) Tämä selittyy sillä, että kummallakin osapuolella on erittäin laaja valikoima näiden tukkukauppioiden kautta myytäviä pienjännitelaitteita, ja sillä, että niillä on useimmiten hyvin vahva asema kunkin tuotteen alalla (ks. edellä taulukko 30). Edellä esitetty taulukko 31 kuvastaa yhdistetyn yrityksen voimaa kaikilla pienjännitelaitteiden markkinoilla.

(575) Osapuolilla on muitakin etuja suhteessa tukkukauppiisiin. Kuten edellä on jo todettu, komission tutkinnassa ilmeni, että tukkukauppiat suosivat valmistajia, jotka voivat toimittaa niille laajoja tuotevalikoimia. Osapuolilla on siis tässä asiassa suuri etu. Tukkukauppias, joka valitsisi ne, voisi tarjota asiakkailleen useita erihintaisia merkkejä lukuisien tuoteryhmien alalla. On vielä syytä korostaa, että tukkukauppiat ovat riippuvaisia valmistajien luomasta kysynnästä ja sähköasentajien ja loppukäyttäjien tuntemista merkeistä. Niiden on siis säilytettävä varastossaan tuotteita, joita kysytään usein ja jotka ovat käytännössä niitä, joita markkinoidaan tunnettujen tuotemerkkien alla.

(576) Lisäksi vaikuttaa siltä, että erityissuhteiden taustalla ovat myös Schneiderin ja Legrandin tukkukauppioiden hyväksi tekemät tosiasialliset ponnistelut. Legrand⁽²⁰²⁾ ilmoittaakin tarjoavansa Ranskassa tukkukauppiaille pikatoimituspalveluja, pitävänsä itse varmuusvarastoa tuotteista, joiden menekki on vähäistä, ja investoivansa uusiin varastotiloihin, joiden avulla se voi parantaa logistiikkaansa suhteessa tukkukauppiisiin. Tukkukauppioiden kanssa tekemissään sopimuksissa Schneider⁽²⁰³⁾[...]*. Schneiderin mukaan⁽²⁰⁴⁾ tukkukauppiat voivat näiden palvelujen ansiosta vastata sähköasentajien sellaisten palvelujen kasvavaan kysyntään, jotka menevät tavallista logistiikkaa pitemmälle (neuvonta, tekninen tuki jne.).

(577) Ehdotettu yrityskeskittymä mahdollistaisi osapuolien ja tärkeimpien tukkukauppioiden välisten erityissuhteiden luomisen tai kehittämisen, ja se edistäisi vastaavanlaisten kumppanuussopimusten lisääntymistä [...]*. [...]*, ne vahvistaisivat entisestään yhdistetyn yrityksen asemaa kaikilla toimenpiteen kohteena olevilla markkinoilla (ja väistämättä Ranskan ja Italian nousukeskusten markki-

noilla sekä Tanskan, Espanjan, Ranskan, Italian ja Portugalin ryhmäkeskusten markkinoilla), mikä taas heikentäisi entisestään muiden valmistajien asemaa.

(578) Osapuolet korostavat vastauskirjelmässään, että tukkukauppiat myyvät nykyään useita eri merkkejä kyseisissä maissa. Tämä ei suinkaan lievennä toimenpiteen vaikutuksia, vaan uhkaa kärjistää edellä mainitun ilmiön vaikutuksia. Mitä enemmän tukkukauppiat, joilla on erityissuhde yhdistettyyn yritykseen, myyvät kilpailevia tuotteita, sitä enemmän kilpailijat voivat kärsiä kyseisten tukkukauppioiden epäsuotuisasta kohtelusta.

Kilpailun rakenne tukkukauppioiden tasolla

(579) Tukkukauppioiden keskittymisaste (ks. edellä taulukko 6) ja siten kunkin yksittäinen ostovoima vaihtelee merkittävästi maasta toiseen. Keskittyminen on erityisen voimakasta Ranskassa, ja se vaikuttaisi olevan selkeästi heikompa Espanjassa. On siis hyvin epätodennäköistä, että espanjalaisilla tukkukauppiilla olisi kullakin riittävästi ostovoimaa voidakseen rajoittaa merkittävästi yhdistetyn yrityksen kilpailukäyttäytymistä.

(580) Vastauskirjelmässään osapuolet kiistävät sen, ettei pienillä tukkukauppiilla olisi ostovoimaa. Ne korostavat etenkin, että joissakin maissa, joissa tukkukauppa on pirstoutunutta (kuten Espanjassa tai Portugalissa), tukkukauppioiden välillä on voimakasta hintakilpailua, joka heijastuu paineena valmistajien hintoihin.

(581) Komissio ei kiistä tätä seikkaa, jonka se on itsekin tuonut useasti esiin. Osapuolet kuitenkin korostavat myös, että jälleenmyynti on yhä keskittyneempää joissakin maissa, etenkin Portugalissa (jossa Rexelin ja Soneparin osuus sähkönjakokeskusten komponenttien myynnistä on nykyään 40 prosenttia). Tämä todennäköisesti heikentää tukkukauppioiden välistä hintakilpailua, kuten on tapahtunut maissa, joissa jälleenmyynti on jo keskittyntä. Joka tapauksessa tukkukauppioiden välinen kilpailu ei tarkoita, että kaikilla tukkukauppiilla olisi ostovoimaa. Komissio väittää päinvastoin, että niissä maissa, jossa jälleenmyynti on pirstoutunutta, yksittäiset tukkukauppiat eivät voi kestää sellaisen välttämättömän sopimuskumppanin luomaa painetta, jolla on vahvin asema myytävien tuotteiden merkittävän määrän alalla. Ostovo-

⁽²⁰²⁾ Legrand, lomake 20-F SEC.

⁽²⁰³⁾ Schneider, kysymykseen 311 vastauksena toimitetut asiakirjat.

⁽²⁰⁴⁾ Schneiderin vastaus Hagemeyer-kyselylomakkeeseen.

voimaa heikentää vielä tukkukauppioiden välinen hintakilpailu, joka uhkaa tukkukauppioiden elinkelpoisuutta ja tekee entistäkin välttämättömäksi kysytyimpien merkkien ottamisen valikoimaan. Tästä todistaa lisäksi se, että espanjalaisten ja portugalilaisten tukkukauppioiden välisestä voimakkaasta kilpailusta huolimatta Schneider on tehnyt kumppanuussopimuksia näiden jälleenmyyjien kanssa. Sulautumassa syntyvä yritys voisi toimenpiteen jälkeen käyttää markkinavoimaansa määrätäkseen haluamansa sopimusehdot uhkaamalla vastahakoisia pieniä tukkukauppiaita niiden kilpailijoiden suosimisella.

(582) Lopuksi on tullut esiin, ettei tukkukauppioiden voimakas keskittyminenkään aiheuta voimakasta painetta hintojen alentamiseen. Legrandin sisäiset asiakirjat⁽²⁰⁵⁾ osoittavat myös, että tietyissä maissa (kuten [...]*)⁽²⁰⁶⁾, yksi syy sille, että tukkukauppiat arvostavat Legrandin tuotteita, on, että niiden verrattain korkean hinnan takia tukkukauppiat saavat niistä hyvän voittomarginaalin. [...]*, Legrandin tuotteiden hintataso antaa tukkukauppiaille mahdollisuuden saada kustakin myydyistä tuotteista enemmän voittoa kuin ne saisivat edullisemmista tuotteista. Legrandin sisäisistä asiakirjoista⁽²⁰⁶⁾ ilmenee myös, että vaikka jälleenmyynti on Ranskassa keskittynyttä, tukkukauppioiden maksamat hinnat ovat siellä keskimäärin huomattavasti Euroopan keskiarvoa korkeampia (ks. myös hintoja koskevat tiedot edellä taulukoissa 7–10), ja että jos hintoihin kohdistuu alentamis-paineita, niitä eivät aiheuta niinkään tukkukauppiat vaan pikemminkin Schneiderin ja Legrandin välinen kilpailu.

(583) Tukkukauppioiden ilmeinen välinpitämättömyys hintatasoa kohtaan vaikuttaa selittyvän suurelta osin sillä, että sähkölaitteiden kysyntä on joustamatonta suhteessa hintoihin. Kuten edellä on todettu, sähkölaitteiden kysyntä riippuu lähinnä kahdesta sähkölaiteteollisuuden ulkopuolisesta tekijästä.

Schneider/Legrandin ja tukkukauppioiden väliset sopimussuhteet auttavat yhdentynyttä yritystä säilyttämään asemansa

(584) Merkityksellisten tuotteiden valmistajien ja tukkukauppioiden välisiä kaupallisia suhteita luonnehtii monimutkaisten alennusmekanismien olemassaolo. Osapuolten

toimittamista asiakirjoista⁽²⁰⁷⁾ ilmenee, että alennukset voidaan jakaa kolmeen pääryhmään: (i) ”kumppanuusalennukset”, (ii) ”tavoite- tai kasvualennukset” ja (iii) ”volyyomialennukset”.

(585) Valmistajat myöntävät niiden tuotteita myyville tukkukauppiaille kumppanuusalennuksia erilaisia kaupallisia palveluja ja markkinointipalveluja vastaan. Kyse on yleensä erityisistä tuotteiden myynninedistämistoimista tai tuotteiden asemointia koskevien markkinointitietojen paranemisesta. Osapuolten asiakirjoista ilmenee, että näiden kumppanuusalennusten osuus voi olla jopa [0–30]* prosenttia verottomasta liikevaihdosta, jonka ne toteuttavat tukkukauppioiden kanssa.

(586) Kasvualennukset taas liittyvät sen liikevaihdon kasvutuotteisiin, jonka valmistajat toteuttavat tukkukauppioiden kanssa. Huomioitava liikevaihto voi olla joko valmistajan tuoteluettelon kaikkien tuotteiden myynnistä muodostuva kokonaisliikevaihto tai tiettyjen tuotelinjojen myynnistä muodostuva liikevaihto. Valmistajat myöntävät usein tällaisia alennuksia uusista tuotteistaan. Schneiderin ja Legrandin osalta näiden tavoitealennusten osuus voi olla jopa [0–30]* prosenttia tukkukauppiain tuottamasta verottomasta liikevaihdosta.

(587) Viimeinen alennusryhmä, ”volyyomialennukset”, lasketaan tukkukauppiain valmistajalta tekemien ostojen kokonaisu-määrän perusteella. Ne perustuvat siis liikevaihtoon, jonka valmistaja toteuttaa tukkukauppiain kanssa paitsi sähköjakokeskusten komponenttien myynnin kautta myös muiden pienjännitelaitteiden — kuten ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden — myynnin kautta. Alennuksen määrä, tai alennuskerroin, määräytyy vuotuisen liikevaihdon perusteella. Tukkukauppiain ja valmistajan välisessä sopimuksessa on tavallisesti vahvistettu liikevaihdon kynnsarvoja, joita vastaa alennusprosentti. Mitä suurempi liikevaihto on, sitä korkeampi on alennusprosentti, mikä laskee alennuksen tosiasiallista määrää. Volyyomialennusten osuus voi olla jopa [0–30]* prosenttia verottomasta liikevaihdosta, jonka valmistaja toteuttaa tukkukauppiain kanssa.

(588) Edellä mainittujen alennusten lisäksi valmistajat myöntävät tukkukauppiaille alennuksia tuotteidensa myyntihin-

⁽²⁰⁵⁾ Legrand, ”Plans Moyens Termes”.

⁽²⁰⁶⁾ Legrand, ”Plans Moyens Termes”.

⁽²⁰⁷⁾ Osapuolten vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 148.

noista. Nämä hinnanalennukset ovat erityisen tärkeitä, sillä niiden osuus tuotteiden myyntihinnasta voi olla yli [30—70]* prosenttia. Jos kaikki tukkukauppiat saavat hinnanalennuksia, kullekin myönnettävän alennuksen määrä vaihtelee sen liikevaihdon mukaan, jonka tukkukauppias toteuttaa kunkin valmistajan kanssa.

(589) Jo luonteensa puolesta nämä erilaiset mekanismit suosivat valmistajia, joilla on laajat tuotevalikoimat ja joilla on merkittävä osuus tukkukauppioiden liikevaihdosta. Tukku-kauppiat ostavat todellakin merkittävän määrän tuotteistaan näiltä valmistajilta ja saavat niiltä tuntuvia alennuksia. Alennukset, joiden osuus tukkukauppioiden ostojen kokonaismäärästä voi olla jopa [0—30]* prosenttia, tuottavat huomattavan osan voittomarginaalista. Tukku-kauppialla on siis suuri houkutus keskittää myyntinsä ja siten ostonsa niiden muutaman valmistajan tuotteisiin, joiden osuus sen ostoista on merkittävä.

(590) Ehdotettu toimenpide muuttaa valmistajien välillä vallinnutta verrannollista tasapainoa. Se johtaa sellaisen konsernin syntymiseen, joka on useilla pienjännitustuotteiden markkinoilla tukkukauppioiden suurin tavarantoimittaja pitkällä välimatkalla toiseksi suurimpaan toimittajaan. Kuten edellä on selitetty, tilanne on erityisen korostunut Ranskassa. Tämä tarkoittaa, että useimmat tukkukauppiat ovat valmistajilta saamiensa erilaisten alennusten kokonaismäärän puolesta hyvin riippuvaisia uudesta konsernista, kun muistetaan, että nämä alennukset määrittävät pitkälti niiden voittomarginaalin. Schneider/Legrandin tuotteilla toteutetun liikevaihdon laskeminen johtaisi konsernin niille myöntämien alennusten vähentämiseen ilman, että muiden tavarantoimittajien kanssa toteutetun liikevaihdon kasvaminen voisi tasoittaa tätä vähenemistä, koska alennusprosentti kasvaa liikevaihdon perusteella.

(591) Tukku-kauppiilla on näin ollen lisäsyä varmistaa, että niiden Schneider/Legrandilta tekemien ostojen määrä pysyy vähintäänkin ennallaan. Lisäksi monimutkaiset alennusmekanismit ja uuden konsernin merkittävä osuus tukkukauppioiden ostoista antavat yhdessä Schneider/Legrandille mahdollisuuden painostaa tukkukauppiaita. Schneider/Legrand pystyisi etenkin pakottamaan tukku-

kauppiat myymään uusia tuotteitaan tai tuotevalikoimia, joita niillä ei ollut aikaisemmin myynnissä. [...] (208).

Päätelmä

(592) Kuten edellä on selitetty, sähköasentajia ja -suunnitteli-joita on toimenpiteen kannalta merkityksellisissä maissa hyvin paljon. Kysyntäpuoli on erittäin pirstoutunut ja merkkiuskollinen eikä siksi vaikuta pystyvän kohdistamaan merkittävää ostovoimaa sulautumassa syntyvään yritykseen.

(593) Ainoastaan tukkukauppiat ja etenkin niistä suurimmat voisivat tarvittaessa yrittää vastustaa Schneider/Legrandin hinnankorotusyritystä. Niillä ei kuitenkaan ole suurta houkutus-asettua vastustamaan uutta yritystä, ja tähän on kolme pääasiallista syytä:

i) Uuden yrityksen myyntihintojen korotus ei laskisi niiden voittomarginaalia. Päinvastoin, hinnankorotus johtaisi tukkukauppioiden Schneider/Legrandin kanssa toteuttaman liikevaihdon kasvamiseen, mikä puolestaan kasvattaisi volyyminalennusten määrää.

ii) Tukku-kauppiat olisivat hyvin riippuvaisia uudesta konsernista, joka voisi alennusmekanismien kautta määrittellä pitkälti niiden voittomarginaalin suuruuden. Tukku-kauppias ottaisi siis suuren riskin, jos se yrittäisi vastustaa Schneider/Legrandin hinnankorotusyritystä siirtämällä osan kysynnästä muille valmistajille.

iii) Kysynnän osittainen siirtäminen muiden valmistajien tuotteisiin johtaisi ainakin lyhyellä ja keskipitkällä aikavälillä tukku-kauppiain varastointi- ja kuljetuskustannusten nousuun. Sähköasentajat pitävät todellakin merkin lisäksi hyvin tärkeänä sitä, että tuotteet ovat välittömästi tai melkein välittömästi saatavilla. Tukku-kauppiain, joka haluaisi lisätä Schneider/Legrandin kilpailijan tuotteiden myyntiä, olisi siis aloitettava kokoamalla varastoonsa tämän kilpailijan tuotteita, ennen kuin hän voisi aloittaa niiden myynnin.

(594) Johtopäätöksenä edellä esitetystä seuraa, etteivät osapuolien suorat asiakkaat (tukku-kauppiat) ja välilliset asiak-

(208) "Plan Moyen Terme Espagne Bticino", sivu, joka on merkitty "PMT2C4". Vastauksena 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 315 toimitettu asiakirja.

kaat (sähköasentajat ja -suunnittelijat) voisi asettua vastustamaan sulautumassa syntyvän yrityksen hinnankorotusta. Ensinnäkin sähköasentajat ja -suunnittelijat ovat liian pirstoutuneita voidakseen kohdistaa yhdistettyyn yritykseen merkittävää ostovoimaa. Sama koskee espanjalaisia, tanskalaisia ja portugalilaisia tukkukauppiaita. Toiseksi hinnankorotus ei välttämättä olisi tukkukauppioiden edun vastainen, sillä korkea hintataso takaa niille suuremmat tulot, kun volyymit (ja siten kustannukset) pysyvät vakaina. Lopuksi sulautumassa syntyvä yritys olisi merkityksellisissä maissa niin voimakas (niin vahvan kilpailuasemansa kuin toimintansa laajuuden puolesta) että se vahvistaisi entisestään asemaansa välttämättömänä sopimuskumppanina, jolle tukkukauppiaat ovat mieluummin liittolaisia kuin vastustajia.

C.1.4 Huomattavan kilpailupaineen puuttuminen

- (595) Komission toteuttaman tutkinnan tulokset osoittavat, että kilpailijoiden on vaikea kohdistaa merkittävää painetta sulautumassa syntyvän yrityksen käyttäytymiseen.
- (596) Ensinnäkin osapuolien sisäiset asiakirjat osoittavat, että osapuolten olemassa olevien kilpailijoiden oli jo ennen toimenpidettä vaikea asettaa kyseenalaiseksi johtavan merkin hallitsevaa asemaa merkityksellisillä markkinoilla. Legrand ⁽²⁰⁹⁾ selittääkin, että nousu- ja ryhmäkeskusten alalla Ranskassa [...]*
- (597) Nousu- ja ryhmäkeskusten alasta Italiassa Legrand ⁽²¹⁰⁾ selittää myös, että [...]*
- (598) Ryhmäkeskusten alasta Espanjassa Legrand ennakoii myös, että [...]*
- (599) Kilpailijoihin kohdistuvat paineet kasvavat ilmoitetun yrityskeskittymän myötä. Ensimmäiseksi ne ovat vaarassa konkretisoida tukkukauppioiden tasolla. Kuten edellä on jo selitetty, sulautumassa syntyvä yritys voi toimenpiteellä vahvistaa asemaansa merkityksellisissä maissa toimivien tukkukauppioiden välttämättömänä sopimuskumppanina ja erityissuhteitaan niihin. Yhdistetty yritys voi tässä tilanteessa luoda tai kehittää liittoja tukkukauppioiden kanssa ([...]*). Liitot [...]* parantavat entisestään vaikutelmaa sen tuotteiden saatavuudesta ja

palvelun laadusta ja haittaavat entistä enemmän muiden merkkien kehitystä. Ilmiön merkitystä lisää vielä se, että — kuten osapuolet ovat korostaneet — kyseiset tukkukauppiaat myyvät nykyään monen muun merkin tuotteita.

- (600) Ilmiö tulee kasvattamaan yhdistetyn yrityksen ja sen tärkeimpien kilpailijoiden välistä epätasapainoa ja vaikeuttamaan jälkimmäisten valmistajien kehityspyrkimyksiä. Kun otetaan huomioon, että tukkukauppiaat haluavat vähentää tarjottavien merkkien määrää ja suosia valmistajia, joilla on laaja tuotevalikoima, tilanne voi jopa johtaa sellaisten valmistajien syrjäytymiseen, joilla on heikko asema ja/tai rajallinen tuotevalikoima (kuten [...]*Italiassa tai [...]* Ranskassa ja Espanjassa).
- (601) Toinen ongelma ilmenee sähköasentajien ja -suunnittelijoiden tasolla. Komission tutkinnassa on tullut esiin, että kilpailijoiden tarjonta (mm. laadun, tuotemerkkien, hintojen ja toimitusnopeuden osalta) tunnetaan merkityksellisissä maissa jo nyt usein huomommin kuin osapuolien. Tutkinnassa on tullut myös esiin, että — kuten edellä on selitetty — tämä ero yritysten tunnettuudessa saattaa kasvaa sulautuman jälkeen, kun kaikkien yhdistetyn yrityksen hallussa olevien tuotemerkkien asema todennäköisesti vahvistuu ja kilpailijoiden ongelmat jakelun alalla vain kasvavat.
- (602) Kilpailijoiden on yhä vaikeampaa houkutellessa asiakkaita Schneiderilta ja Legrandilta, ja ne voivat joutua tyytymään seuraajan asemaan kyseisillä markkinoilla. Sen sijaan osapuolien aseman vahvistuminen ja niiden kilpailijoiden aseman heikkeneminen saattaa auttaa yhdistettyä yritystä saamaan uusia asiakkaita. Näin saattaisi käydä etenkin, jos muiden valmistajien tuotteita ei olisi enää välittömästi saatavilla tukkukauppiailta (jolloin sähköasentajat, jotka eivät pidä varastoja, lakkaisivat ostamasta niitä). Ilmiötä kärjistäisi vielä se, jos — kuten osapuolet väittävät — asiakkaat eivät olisikaan niin uskollisia kuin tutkinnan tulokset osoittavat.
- (603) Toimenpide saattaa myös johtaa siihen, että valmistajien sähköasentajiin ja -suunnittelijoihin kohdistama myynninedistämis- ja suhdetoiminta vähenee. Tutkinnan tulokset osoittavat, että näiden investointien osuus valmistajien merkityksellisten tuotteiden kansallisesta liikevaihdosta voi olla merkittävä (jopa [10—20]* prosenttia). Lisäksi nämä menot aiheutuvat pitkälti pysyvistä

⁽²⁰⁹⁾ Legrand, "Plans Moyens Terme".

⁽²¹⁰⁾ Legrand, "Plans Moyens Terme".

toimenpiteistä tai palveluista (asentajien koulutus, tekninen tuki jne.). Lopuksi erilaisten liikepankkien raporteista ⁽²¹¹⁾ ilmenee, että pienjännitelaitteiden alalla merkkien voittomarginaali kasvaa niiden markkinaosuuden rinnalla. Schneiderin ja Legrandin merkkien vahvistuminen ja toisaalta niiden tärkeimpien kilpailijoiden todennäköinen heikkeneminen saattaisi siis vaikuttaa näiden kilpailijoiden mahdollisuuteen säilyttää kaupalliset ponnistelunsa kannattavina merkityksellisissä maissa ja siten ylläpitää suhteitaan sähköasentajiin ja -suunnittelijoihin.

(604) On myös syytä panna merkille, että suurimmalla osalla kilpailijoista on toimintaa vain yhdellä tai kahdella sovellusalueella (kotitaloudet, palvelut ja teollisuus) ja että toimenpiteen jälkeen yhdistetyllä yrityksellä olisi toimintaa kaikilla sovellusalueilla ja parhaat tuotemerkit kullakin niistä. Jos — kuten edellä on selitetty —, sulautumassa syntyvä yritys päättäisi keskittää kunkin tuotemerkin alalla toteutettavat ponnistelut erityisosaamisen aloihin, se pystyisi kohdentamaan toimia jokaista sen kilpailijaa vastaan. Osapuolten sisäisistä asiakirjoista ilmenee, että tällaista strategiaa on käytetty aiemminkin. Legrandin mukaan ⁽²¹²⁾ Schneider, jolla on erittäin vahva asema pienoisiskatkaisijoiden alalla Portugalissa, etenkin teollisuuden ja palvelujen sovelluksissa, [...]*

(605) Yhdistetyllä yrityksellä on toimintaa laajan tuotevalikoiman alalla jokaisella merkityksellisellä maantieteellisellä alueella (ks. edellä taulukko 30), joten sillä on keinot kohdistaa kilpailijoihinsa kustotoimenpiteitä esimerkiksi soveltamalla tukkukauppiaisiin asianmukaisia alennuspolitiikkoja, jotka heikentävät jonkin kilpailijan jotakin tuotelinjaa.

(606) Edellä esitetyn valossa vaikuttaa siltä, että toimenpide yhtäältä johtaa sellaisen konsernin syntymiseen, jossa yhdistyvät kummankin yrityksen vahvuudet ja jossa poistuu Schneiderin ja Legrandin välinen kilpailu, ja toisaalta se johtaa myös siihen, että kumpikin osapuoli vahvistaa perinteisiä erityisosaamisen alojaan, ja mahdollistaa näin ollen sellaisen konsernin muodostamisen, jolla on parhaimmat tuotemerkit kaikilla sovellusalueilla (kotitaloudet, palvelut ja teollisuus).

⁽²¹¹⁾ Crédit Suisse First Bostonin raportti Legrandista (11. syyskuuta 2000), Dresdner Kleinwort Wassersteinin raportti Schneiderista (18. tammikuuta 2001).

⁽²¹²⁾ Legrand, "Plans Moyen Terme".

(607) On myös syytä panna merkille, että Schneiderin ja Legrandin kilpailijoiden yhdistetyt toiminnot eivät pysty kohdistamaan tehokasta kilpailupainetta sulautumassa syntyvään yritykseen. Kuten edellä on esitetty, kilpailijoilla on vain vähän integroitua toimintaa asianomaisissa maissa. Lisäksi, kun kilpailijoilla ei ole merkittävää myyntiä tukkukauppiaille, ne eivät voi kohdistaa tehokasta kilpailupainetta yksinomaan integroidun myyntinsä kautta.

(608) Edellä esitetystä seuraa, että osapuolten nykyiset kilpailijat eivät voi kohdistaa riittävän voimakasta painetta hillitäkseen sulautuneen yrityksen käyttäytymistä. Kuten edellä on selitetty, tämä päätelmä koskee osapuolten tärkeimpiä kilpailijoita merkityksellisillä markkinoilla, eli konserneja (kuten ABB, Siemens tai GE), joilla on täydellinen tuotevalikoima asianomaisilla markkinoilla. Se koskee vielä enemmän valmistajia, joilla on suppeampi tuotevalikoima (Hager, J Müller tai Geyer). Nämä valmistajat, jotka ovat usein jo toissijaisessa asemassa, saattaisivat jopa menettää myyntinsä tukkukauppiaille sen jälkeen, kun ilmoitettu toimenpide on pantu täytäntöön.

(609) Kuten edellä on esitetty, on epätodennäköistä, että asianomaisille markkinoille tulisi uusia toimijoita, sillä näiden jälkimmäisten pitäisi ensimmäiseksi pystyä vastaamaan osapuolten ylivoimaiseen kilpailuvoimaan. Kuten edellä on esitetty, toimenpide heikentäisi osapuolten kilpailijoiden asemaa, mutta on jokseenkin varma, että uusien toimijoiden olisi erittäin vaikea saavuttaa minkäänlaista asemaa merkityksellisillä markkinoilla. Osapuolten historia tukee tätä päätelmää. Schneider onkin selittänyt ⁽²¹³⁾, että [...]*. Jos niinkin monipuolinen ja vahva toimija kuin Schneider ei onnistunut saamaan merkittävää asemaa markkinoilla, jotka olivat asianomaisia markkinoita vähemmän keskittyneet, niin millaiset olisivatkaan uuden tulijan mahdollisuudet?

(610) Johtopäätöksenä voidaan todeta erään valmistajan tavoin ⁽²¹⁴⁾, että "olisi lähes mahdotonta kehittää uuden yrityksen kaltainen tuotevalikoima kaikissa asianomaisissa maissa. Se tarkoittaisi kussakin maassa noin 5—10 miljoonan euron investointia ja yli 10 vuoden tuotekehitystyötä. Vain sellaisten valikoimien hankinta, jotka jo löytyvät käytettävissä olevista yrityksistä, olisi osittain toimiva ratkaisu".

⁽²¹³⁾ Schneiderin vastaus kysymykseen 84.

⁽²¹⁴⁾ Hagerin vastaus vaiheen I kyselylomakkeeseen.

C.1.5 Sähkönjakokeskuksia koskeva päätelmä

(611) Edellä esitetystä seuraa, että ilmoitettu yrityskeskittymä muuttaisi tuntuvasti kilpailuolaja Ranskan ja Italian nousukeskuksiin tarkoitettujen koteloitujen katkaisijoiden, pienoiskatkaisijoiden ja kaappien markkinoilla, Ranskan ja Portugalin liitännätkatkaisijoiden markkinoilla sekä Tanskan, Espanjan, Ranskan, Italian ja Portugalin ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen pienoiskatkaisijoiden, vikavirtasuojien ja koteloiden markkinoilla. Se muuttaisi myös kilpailuolaja Ranskan ja Italian nousukeskusten markkinoilla sekä Tanskan, Espanjan, Ranskan, Italian ja Portugalin ryhmäkeskusten markkinoilla. Edellä esitetystä ja etenkin Schneiderin merkittävistä markkinaosuuksista, sen tuotemerkkien tunnettuudesta ja sen erityissuhteista tukkukauppiaisiin, seuraa myös, että Schneiderilla oli jo ennen yrityskeskittymää Ranskassa määräävä asema kaikilla asianomaisilla markkinoilla paitsi liitännätkatkaisijoiden markkinoilla.

(612) Toimenpiteellä saattaa olla erityisen merkittäviä vaikutuksia asianomaisten laitteiden hintatasoon. Kuten edellä on esitetty, kyseisten laitteiden kysyntä on melko joustamatonta. Aivan välttämättömän sopimuskumppanin ilmaantuminen asianomaisille markkinoille, muiden kilpailijoiden aseman heikkeneminen tai joutuminen toissijaiseen asemaan ja Schneiderin ja Legrandin välisen valtataistelun päättymisen (joka oli ollut pääasiallinen kilpailun synnyttäjä ja lähde joillakin merkityksellisillä markkinoilla, etenkin Ranskassa) johtaisivat siis siihen, että niin sähköasentajien ja -suunnittelijoiden kuin lopullisten kuluttajienkin asianomaisista laitteista maksamat hinnat nousisivat merkittävästi. Päätelmää tukee se, että jäsenvaltioiden välillä on huomattavia eroja ja että hinnat ovat korkeat kaikkein keskittyneimmillä markkinoilla.

(613) Komissio toteaa näin ollen, että ilmoitetulla toimenpiteellä luodaan määräävä asema Italian nousukeskuksiin tarkoitettujen koteloitujen katkaisijoiden, pienoiskatkaisijoiden ja kaappien markkinoilla, Ranskan ja Portugalin liitännätkatkaisijoiden markkinoilla sekä Tanskan, Espanjan, Italian ja Portugalin ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen pienoiskatkaisijoiden, vikavirtasuojien ja koteloiden markkinoilla. Toimenpiteellä myös vahvistetaan Schneiderin määräävää asemaa Ranskan nousukeskuksiin tarkoitettujen koteloitujen katkaisijoiden, pienoiskatkaisijoiden ja kaappien sekä ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen pie-

noiskatkaisijoiden, vikavirtasuojien ja koteloiden markkinoilla. Samat päätelmät koskevat Ranskan ja Italian nousukeskusten markkinoita sekä Tanskan, Espanjan, Ranskan, Italian ja Portugalin ryhmäkeskusten markkinoita.

C.2 KAAPELIHYLLYJEN MARKKINAT

(614) Sulautumassa syntyvästä yrityksestä Schneider/Legrand tulee suurin toimija Euroopan kaapelihyllyjen markkinoilla, joilla sen markkinaosuus on noin [10—20]* prosenttia (Schneider [0—10]* prosenttia, Legrand [10—20]* prosenttia). Sen tärkeimmän kilpailijan, Hagerin, markkinaosuus on ETA-alueella [0—10]* prosenttia. Schneider/Legrandilla on toimintaa yhdeksässä ETA-maassa, kun taas Hagerilla on toimintaa yhdeksätoista ETA-maassa. Ehdotettu toimenpide kasvattaa markkinaosuutta vain yksillä kansallisilla markkinoilla, Yhdistyneessä kuningaskunnassa.

C.2.1 Sulautumassa syntyvän yrityksen markkinaosuudet ovat brittimarkkinoilla huomattavasti suuremmat kuin sen kilpailijoiden

(615) Seuraavassa taulukossa 32, joka on laadittu osapuolten toimittamien tietojen perusteella ⁽²¹⁵⁾, esitetään tärkeimpien kilpailijoiden markkinaosuudet Yhdistyneen kuningaskunnan kaapelihyllyjen markkinoilla vuonna 2000.

Taulukko 32

Kilpailijat	Markkinaosuudet (%)
Legrand	[30-40]*
Schneider	[0-10]*
RM Cable Tray	[0-10]*
Unitrust	[0-10]*
Unitrunk	[0-10]*
Ackermann	[0-10]*
Muut	[30-40]*

Lähde: osapuolet.

(616) Osapuolet ilmoittivat vastauskirjelmässään ⁽²¹⁶⁾, että ensimmäinen markkinaosuuksia koskeva arvio, jonka ne olivat toimittaneet komissiolle, ei ollut totuudenmukai-

⁽²¹⁵⁾ Osapuolten 22. kesäkuuta 2001 päivätyt vastaukset komission 19. kesäkuuta 2001 päivätyyn pyyntöön.

⁽²¹⁶⁾ Vastauskirjelmän 500 ja 533 kohta.

nen. Ne selittivät, että ensimmäiseen arvioon oli otettu mukaan ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevia virran siirtämiseen tarkoitettuja laitteita, jotka kuuluvat kaapeliteistä erillisille tuotemerkkinoille. Kun tämä virhe on korjattu, suurimpien valmistajien markkinaosuudet merkityksellisillä markkinoilla ovat seuraavat:

Taulukko kaapelihyllyjen markkinaosuuksista Yhdistyneessä kuningaskunnassa — osapuolet

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

Lähde: osapuolet.

- (617) Toinen osapuolten toimittama arvio eroaa ensimmäisestä pääasiallisesti Unitrust/Tycon osalta, jonka markkinaosuus on ensimmäisessä arviossa [20—30]* prosenttia ja toisessa vain [0—10]* prosenttia.
- (618) Komission toteuttamissa tarkistuksissa tuli kuitenkin selkeästi esiin, että toisessa osapuolten toimittamassa arviossa on yliarvioitu Unitrust/Tycon osuutta, joka on [5—15 prosenttia]*, eli hyvin lähellä osapuolten ensimmäistä arviota.

(619) Lisäksi osapuolten toisessa arviossa ei ole otettu huomioon Schneiderin Wibe-tuotemerkin markkinaosuutta. Osapuolten toimittamista tiedoista ⁽²¹⁷⁾ ilmenee kuitenkin, että Wiben markkinaosuus on kyseisillä markkinoilla [0—10]* prosenttia.

(620) Komission toteuttamien tarkistusten pohjalta tärkeimpien kilpailijoiden markkinaosuudet ovat siis suunnilleen seuraavat:

Taulukko kaapelihyllyjen markkinaosuuksista Yhdistyneessä kuningaskunnassa

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

Lähde: komission tutkinta.

- (621) Ilmoitetun toimenpiteen jälkeen Schneider/Legrandin markkinaosuus on noin [30—40]* prosenttia, eli neljä kertaa suurempi kuin sen lähimpien kilpailijoiden RM Cable Trayn ja Unitrust/Tycon. Merkityksellisille markkinoille tulee siis markkinaosuuksissa mitattuna yksi vahvasti hallitseva johtaja ja useita seuraajia.
- (622) Lisäksi Schneider/Legrandin markkinaosuudet useilla Yhdistyneen kuningaskunnan kaapelihyllyjen markkinoitten segmenteillä kasvavat entisestään, kuten seuraavassa, osapuolten toimittamien tietojen perusteella laaditussa taulukossa osoitetaan ⁽²¹⁸⁾.

Taulukko 33

	Teräksiset kaapelihyllyt	Teräksiset kaapelitikkaat	Kaapelihyllyt teräslangasta	Muoviset kaapelihyllyt	Kaapelihyllyt ja -tikkaat lasikuitumuovista
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]* %
Muut	[0-10]* % (Perfast/Cablok)	[10-20]* % (Vantrunk)	[20-30]* % (Obo Bettermann)	[10-20]* % (Marshall Tufflex)	[10-20]* % (muut)

⁽²¹⁷⁾ Osapuolten vastauksena komission 20. heinäkuuta 2001 esittämään pyyntöön 30. heinäkuuta 2001 lähettämä sähköpostiviesti.

⁽²¹⁸⁾ Osapuolten 19. heinäkuuta 2001 päivätty vastaukset komission 12. heinäkuuta 2001 päivättyyn pyyntöön.

- (623) Toimenpiteen jälkeen Schneider/Legrand on siis selkeä johtaja Yhdistyneen kuningaskunnan kaapelihyllyjen markkinoilla kokonaisuudessaan, ja sen lisäksi sillä on erityisen vahva asema lähes kaikilla kyseisten markkinoiden segmenteillä. Sen asema on heikko enää ainoastaan terästukikannatettujen kaapelihyllyjen (Steel Strut-channel support system) markkinoilla, joilla sen osuus on [0—10]* prosenttia ja joilla sen edelle menevät Unitrust (markkinaosuus [40—50]* prosenttia) ja Metsec ([10—20]* prosenttia).
- (624) Ilmoitettu toimenpide siis vahvistaa Schneiderin asemaa siten, että se saa (i) Legrandin markkinaosuudet teräksisten kaapelihyllyjen markkinasegmenteillä, joilla se oli jo hallitsevassa asemassa ja (ii) Legrandin markkinaosuudet muovisten ja lasikuitumuovisten kaapelihyllyjen markkinasegmenteillä, joilla sillä ei ollut aikaisemmin toimintaa.
- (625) Osapuolet ilmoittivat vastauskirjelmässään, että [merkittävä osa]* Mitan myymistä kaapelihyllyistä oli todellisuudessa peräisin kolmannen osapuolen (Métal Déployé) teräslangasta hitsatuista kaapelihyllyistä. Ne selittivät myös, että Mita menettäisi sopimuksensa Métal Déployén kanssa (joka koski sekä Mitan myymiä Métal Déployén tuotteita että Métal Déployén omistaman Cablofil-tuotemerkin käyttöä). [...]*. Osapuolten mukaan Métal Déployén Mitalle toimittamien teräslangoista hitsattujen ja Cablofil-tuotemerkin alla myytävien kaapelihyllyjen osuus brittimarkkinoista on [0—10]* prosenttia, joten Schneiderin osuus on vain [0—10]* prosenttia, kun siihen sisällytetään myös Thorsmann. Osapuolet tuovat lisäksi esiin, että Métal Déployésta tulee nopeasti vakavasti otettava kilpailija asianomaisille markkinoille. Tytäryhtiö, jonka se aikoo perustaa brittimarkkinoille, hyötyy todellakin toimitussopimuksen irtisanomisesta tehdyn sopimuksen ehtojen mukaisesti sekä Mitan myyntivoimasta teräslangoista hitsattujen kaapelihyllyjen alalla että Cablofil-tuotemerkin tunnettuudesta kyseisillä markkinoilla.
- (626) Ensimmäiseksi on syytä tuoda esiin, ettei Mitan ja Métal Déployén välistä toimitussopimusta ole vielä tosiasiallisesti irtisanottu, [...]*. Lisäksi, jos sopimus irtisanotaan, Mita voi helposti tehdä kyseisten tuotteiden hankintansa Wiremoldilta, Legrandin tytäryhtiöltä, joka myy näitä samoja tuotteita. Osapuolet ovat selittäneet, että Wiremoldilla on toimitussopimus PEMSAn kanssa. Lisäksi, kuten osapuolet ovat myöntäneet, teräksiset kaapelihyllyt, teräslangasta valmistetut kaapelihyllyt ja teräksiset kaapelitikkaat ovat täysin korvattavissa toisillaan. Lopuksi Cablofil-tuotemerkin menetys korvautuu Mitalle sillä, että kyseinen tuotemerkki oli liitetty Mita-tuotemerkkiin (kuten Mitan tuoteluetteloista ilmenee). Näin ollen sen tähän asti Métal Déployén sitoneen toimitussopimuksen ja tuotemerkin lisenssisopimuksen mahdollinen irtisanominen ei heikennä merkittävästi Mitaa.
- (627) Kolmansien esittämästä toisesta väitteestä, eli Métal Déployén tulosta lähiaikoina brittimarkkinoille, on ensimmäiseksi syytä tuoda esiin, ettei se ole vielä varmaa vaan kyse on ainoastaan jälkimmäisen aiheesta. Vaikka Métal Déployé todellakin tulisi brittimarkkinoille, tämä ei kuitenkaan johtaisi siihen, että Mitan markkinaosuus sen tuotteiden jälleenmyynnin alalla kasvaisi automaattisesti. Ensinnäkin edellä on jo selitetty, että Cablofil-tuotemerkkiä on tähän asti käytetty Mita-tuotemerkin yhteydessä (ja alaisuudessa). Cablofil-tuotemerkki ei siis saa kaikkea Mita Cablofil -tuotemerkille kuulunutta vahvuutta ja tunnettuutta. Toiseksi Métal Déployén on voitettava edellä esitetyt kaapelihyllyjen markkinoille pääsyn esteet. Näitä markkinoille pääsyn esteitä tulee vielä brittimarkkinoilla vahvistamaan sulautumasta syntyvän yrityksen vahvuus (joka analysoidaan jäljempänä).
- C.2.2 Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on laajempi tuotevalikoima kuin sen kilpailijoilla**
- (628) Yleisesti katsoen Schneider/Legrand on konserni, jolla on toimintaa Yhdistyneen kuningaskunnan kaapelihyllyjen markkinoiden kaikilla segmenteillä. Yhdelläkään sen kilpailijalla ei ole tuotevalikoimaa, joka kattaisi kaikki näiden markkinoiden segmentit. Etenkään yksikään sen tärkeimmistä kilpailijoista ei tarjoa sekä muovisia kaapelitikkaita että lasikuitumuovisia kaapelihyllyjä.
- (629) Ennen sulautumaa vain Legrand on läsnä muovisten ja lasikuitumuovisten kaapelihyllyjen segmenteillä tuotteilla, joita myydään Legrand-tuotemerkin alla. Nämä arvotaan paljon muita markkinasegmenttejä pienemmät segmentit muistuttavat erikoistuotteiden markkinoita, jotka eivät kiinnosta markkinoiden suuria toimijoita. Täten Mita-, Wibe- ja Thorsman-tuotemerkkien alla toimiva Schneider ja Legrandin vuonna 2000 hankkima Wiremold-konserni ovat läsnä vain teräksisten kaapelihyllyjen markkinoiden eri segmenteillä. Ilmoitetun toimenpiteen myötä ilmaantuu näin ollen toimija, joilla on ainutlaatuinen asema asianomaisilla markkinoilla.
- (630) Tärkeimpien toimijoiden vuonna 2000 asianomaisilla markkinoilla tarjoamat tuotteet esitetään seuraavassa taulukossa.

Taulukko 34

	Terästukikannatetut kaapelihyllyt	Teräksiset kaapelihyllyt	Teräksiset kaapelitikkaat	Kaapelihyllyt teräslangasta	Muoviset kaapelihyllyt	Lasikuitumuoviset kaapelihyllyt
Schneider/Legrand	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
RM Cable Tray	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Ei	Ei
Unitrust	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Ei	Ei
Unitrunk	Ei	Kyllä	Ei	Kyllä	Ei	Ei
Vantrunk	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Ei	Ei
Obo Bettermann	Ei	Kyllä	Ei	Kyllä	Ei	Ei
Metsec	Kyllä	Kyllä	Ei	Ei	Ei	Ei
Perfast/Cablok	Ei	Kyllä	Kyllä	Ei	Ei	Ei

(631) Kuten edellä on selitetty, lasikuitumuovisilla kaapelihyllyillä on teknisiä ominaisuuksia, joiden ansiosta ne soveltuvat erityisen hyvin käytettäväksi korroosiota edistävissä ympäristöissä. Näitä tuotteita on siis kysynnän puolella vaikea korvata muista materiaaleista valmistetuilla muilla kaapelihyllyjen lajeilla. Sulautunut yritys Schneider/Legrand kohtaa siis asianomaisilla markkinoilla kahdenlaisia kilpailijoita: (i) melko suuria konserneja, joilla on toimintaa arvon puolesta tärkeimmillä markkinasegmenteillä, eli erilaisten teräksisten kaapelihyllyjen segmenteillä, ja (ii) erikoistuneita konserneja, joilla on toimintaa vain muovisten ja lasikuitumuovisten kaapelihyllyjen segmenteillä (kuten Marshall Tufflex) tai joillakin teräksisten kaapelihyllyjen segmenteillä.

(632) Tilanteen ansiosta Schneider/Legrand voi estää kilpailijoihin vahvistamasta asemiaan sen kustannuksella, sillä se voi tukeutua asemiinsa niillä markkinasegmenteillä, joilla näillä kilpailijoilla ei ole toimintaa, ja periä niillä melko korkeita hintoja, ja siten vastata kilpailijoiden hyökkäykseen muilla markkinasegmenteillä laskemalla hintojaan. Sen ainutlaatuinen asema markkinoilla yhdessä muiden etujen kanssa tarjoaa Schneider/Legrandille päinvastoin mahdollisuuden heikentää kummankinlaisten kilpailijoidensa asemia.

C.2.3 Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on ainutlaatuinen merkkikokoelma

(633) Schneider/Legrandilla on viisi tuotemerkkiä Yhdistyneen kuningaskunnan kaapelihyllyjen markkinoilla. Schneiderin hallussa Lexelin hankinnasta lähtien olleisiin Thorsman-, Mita- ja Wibe-tuotemerkeihin Legrand lisää Legrand- ja Wiremold-tuotemerkit. Wiremold on erittäin tunnettu tuotemerkki Yhdistyneessä kuningaskunnassa kaapelihyllyjen markkinoilla, sillä se on yksi suurimpia myyntivolyymeja tuottavista tuotemerkeistä ⁽²¹⁹⁾. Komission tietojen mukaan yhdelläkään kilpailijalla ei ole laadun tai määrän puolesta vastaavanlaista merkkikokoelmaa.

(634) Uusi konserni voi näin ollen harjoittaa monen tuotemerkin liikepolitiikkaa, jolla se voi toimia kohdenetusti kullakin kysynnän segmentillä. Schneider/Legrand voi etenkin keskittyä joissakin tuotemerkeissä tiettyihin erityistuotteisiin, kuten lasikuitumuovisiin kaapelihyllyihin, ja käyttää muita tuotemerkkejä myydyimpiin tuotteisiin, kuten teräksisiin kaapelitikkaisiin.

⁽²¹⁹⁾ Osapuolten 19. heinäkuuta 2001 päivättyt vastaukset komission 12. heinäkuuta 2001 päivättyyn pyyntöön.

(635) Tuotevalikoimansa laajuuden ja tuotemerkkikokoelmansa ansiosta Schneider/Legrand voi toimia sekä yleisellä tasolla että erityisaloilla, mihin yksikään sen kilpailijoista ei pysty ainakaan lyhyellä aikavälillä. Se voi näin ollen haastaa kilpailijansa suoraan niiden ydinmarkkinoilla samalla, kun se käyttää muita tuotemerkkejään, joiden hinnat ovat korkeammat, muilla markkinasegmenteillä, joilla on vähemmän kilpailua.

C.2.4 *Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on etuoikeutettu pääsy jakelukanavaan*

(636) Osapuolet selittävät, että kaapelihyllyjen valmistajat toteuttavat keskimäärin 75—95 prosenttia kaapelihyllyjen liikevaihdostaan sähkölaitteiden tukkukauppioiden kanssa ⁽²²⁰⁾.

(637) Schneider/Legrand hyöttyy siis vahvasta asemastaan Yhdistyneen kuningaskunnan muiden sähköjakelutuotteiden markkinoilla ja vastaavasti tukkukauppioiden näiden tuotteiden suuresta myynnistä. Täten uuden yrityksen osuus yhden Yhdistyneen kuningaskunnan suurimpiin kuuluvan tukkukauppiiaan myynnistä on 10—20 prosenttia. Vertailun vuoksi voidaan kertoa, että kyseisen tukkukauppiiaan toiseksi tärkeimmän toimittajan osuus sen myynnistä on alle [0—10 prosenttia]*.

(638) Kun otetaan huomioon Schneider/Legrandin merkittävä osuus niiden myynnistä ja valmistajien myöntämien alennusmekanismien vaikutukset, tukkukauppiaille on vähintäänkin voimakas houkutus säilyttää sulautuneen yrityksen kaikilla tuotteilla toteutettu liikevaihto ennallaan.

(639) Lisäksi Schneider/Legrand hyöttyy todennäköisesti myös tukkukauppioiden taipumuksesta rajoittaa kunkin pienjännitelaitteiden ryhmän toimittajien määrää. Taipumuksen pitäisi loogisesti ajateltuna olla erityisen voimakas tällaisten tuotteiden alalla, joiden yksikköarvo on hyvin alhainen ja joiden ulkomitat ovat suuret. Markkinajohtajana, jonka markkinaosuus on kaikilla segmenteillä yhteensä huomattavasti korkeampi kuin yhdelläkään sen kilpailijalla, sulautumassa syntyvästä yrityksestä tulee tukkukauppioiden — jotka myyvät suurimman osan valmistajien tuotteista — etuoikeutettu toimittaja.

C.2.5 *Sulautumassa syntyvä yritys on markkinoiden ainoa toimija, joka tarjoaa sekä kaapelihyllyjä että asennusvalmiita virtakiskojärjestelmiä*

(640) Schneider/Legrand on ainoa toimija brittimarkkinoilla, joka tarjoaa sekä kaapelihyllyjä että asennusvalmiita virtakiskojärjestelmiä. Sen kilpailijat toimivat todellakin vain jommallakummalla näistä tuotemarkkinoista. Vaikka kaapelihyllyjen ja asennusvalmiiden virtakiskojärjestelmien välillä on kysyntäpuolella vain heikko korvaavuus, uusi yritys hyöttyy tästä ainutlaatuisesta asemastaan. Se voi näin ollen haastaa muut kaapelihyllymarkkinoiden toimijat sekä markkinoiden sisältä tarjoamalla kaapelihyllyjä että niiden ulkopuolelta tarjoamalla asennusvalmiita virtakiskojärjestelmiä sellaisia sähkön siirto- ja jakelusovelluksia varten, joissa näiden kahden tuoter ryhmän välillä on jonkinasteista korvaavuutta.

C.2.6 *Päätelmä: sulautumassa syntyvä yritys voi korottaa kannattavasti tuotteidensa hintoja*

(641) Schneider/Legrandilla on lukuisia tuntuvia etuja verrattuna sen kilpailijoihin Yhdistyneen kuningaskunnan kaapelihyllyjen markkinoilla. Sen lisäksi, että sillä on huomattavasti suurempi markkinaosuus kuin sen kilpailijoilla, yhdistetyllä yrityksellä on erityisen vahva asema useilla markkinasegmenteillä, ainutlaatuinen merkkikoelma, etuoikeutettu pääsy jakelukanavaan ja tarjottavana sekä kaapelihyllyjä että asennusvalmiita virtakiskojärjestelmiä. Se voi siis korottaa asianomaisten tuotteiden hintoja menettämättä markkinaosuuksia siten, että korotus olisi kannattamaton. Schneider/Legrand voi etenkin korottaa vain tiettyjen tuotemerkkien alla myytävien tuotteiden hintoja siten, että kysyntä, joka siirtyisi muihin tuotemerkkeihin, siirtyisi ainakin osittain sen omiin tuotemerkkeihin, joiden hinnat olisivat säilyneet ennallaan. Edellä esitetystä syistä sen enempää kilpailijat kuin tukkukauppiatkaan eivät voisi vastustaa tätä uuden konsernin toteuttamaa hinnankorotusta. Komissio toteaa näin ollen, että ilmoitetulla toimenpiteellä Schneider/Legrand saa määräävän aseman Yhdistyneen kuningaskunnan kaapelihyllyjen myynnin markkinoilla.

⁽²²⁰⁾ CO-lomakkeen s. 90.

C.3 ANALYYSI KESKITTYMÄN VAIKUTUKSISTA RYHMÄKESKUKSESTA MYÖTÄVIRTAAN SIJAITSEVIEN SÄHKÖLAITTEIDEN MARKKINOILLA

Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien sähkölaitteiden markkinoiden eri toimijoiden roolit ja keskinäiset suhteet

C.3.1 *Johdanto*

Valmistajat

- (642) Ilmoitetulla toimenpiteellä saatetaan yhteen kaksi Euroopan kolmesta suurimmasta kilpailijasta ja siten luodaan määräävä asema tai vahvistetaan määräävää asemaa useilla ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien sähkölaitteiden tuotemerkkinoilla ja kansallisilla markkinoilla.
- (643) Kyseisiin sähkölaitteisiin kuuluu laaja valikoima tuotteita, joiden toiminnot, tekniset ominaisuudet ja hinnat ovat hyvin vaihtelevia. Tuotteiden yhteisenä piirteenä on kuitenkin, että ne asennetaan ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevaan sähköverkkoon. Tämän piirteen takia kyseisiä tuotteita kutsutaan myös "vastaanottopään sähkölaitteiksi". Tämä tarkoittaa, että niissä kulkeva virta on heikkoa, yleensä alle 40 ampeeria, tai että ne eivät ole lainkaan kosketuksissa sähkövirran kanssa. Laitteissa ei siis käytetä samaa teknologiaa kuin muissa edellä kuvailuissa pienjännitelaitteissa. Lisäksi osa näistä laitteista asennetaan, toisin kuin muut sähkölaitteet, kotitalouksien tai palvelualan asuttujen tilojen sellaisiin osiin, joissa ne ovat näkyvillä. Näiden kahden ominaispiirteen takia ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien tuotteiden markkinat toimivat osittain eri tavalla kuin edellä arvioidut tuotemarkkinat.
- (644) Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien sähkölaitteiden markkinoiden tärkeimmät toimijat ovat Euroopassa nykyään Legrand, ABB ja Schneider. Vain nämä kolme valmistajaa toimivat kaikilla tai useimmilla merkityksellisillä tuotemerkkinoilla ja kansallisilla markkinoilla.
- (645) Muista valmistajista vain Siemens ja Hager toimivat useilla tuotemerkkinoilla ja ETA-alueen kansallisilla markkinoilla. Kaikki muut kilpailijat ovat joko paikallisia toimijoita, jotka ovat vahvasti läsnä vain yhdessä maassa (esimerkiksi Niko Belgiassa pistorasioiden ja kytkinten alalla), tai yrityksiä, jotka ovat erikoistuneet vain yhteen tai useampaan tuoteryhmään (esimerkiksi Cooper turvalaistussjärjestelmien alalla).
- (646) Seuraavassa taulukossa esitetään tärkeimpien valmistajien toimintaa osapuolten määrittelemillä eri segmenteillä (eli segmentit ovat toisinaan laajempia kuin tätä päätöstä varten määritellyt tuotemarkkinat) ja eri jäsenvaltioissa (** = markkinaosuus yli 50 prosenttia; * = markkinaosuus 20—50 prosenttia; * = markkinaosuus 5—20 prosenttia):

Taulukko 35

	Legrand	ABB	Schneider	Siemens	Hager
Pistorasiat ja kytkimet	*** F, GR, I ** A, P * B, E, IRL, GB	** A, D, E, FIN, I, NL * IRL, S	*** DK ** FIN, S, N * B, D, F, GR	* A, D, GR	* GB
Ohjauksjärjestelmät			* DK	* D, FIN	
Turvajärjestelmät	** F * E, I, P		* FIN, S, N	** D, FIN * S	
Viestintäverkkojen osat	* F, I		** DK, N * FIN, NL, S		
Kiinnitys- ja liitintätarvikkeet	*** F * E, IRL, NL, P	** FIN	*** DK, N ** F, FIN, S * I	* D	
Tarvikkeet kaapeliteitä varten	*** P ** A, B, E, F * GR, IRL		*** S, N ** FIN, GB * DK, NL	* D	*** DK ** D * B, F, FIN, NL, P, S, N

(647) Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien tuotteiden valmistajien vahvuus perustuu niiden tuotemerkkien tunnettuuteen sekä sähköasentajien ja -suunnittelijoiden tuotemerkejä kohtaan tuntemaan luottamukseen. Ne pyrkivät myymään tuotteitaan etuoikeutetusti tukkukauppiaille pääasiallisesti myöntämällä merkittäviä alennuksia mutta myös toteuttamalla tukkukauppioiden liikkeissä tuotteidensa myynninedistämistoimia. Valmistajilla on myös suoria suhteita sähköasentajiin, mikä on välttämättömän edellytys kysynnän vilkastuttamiselle. Valmistajat tarjoavat näin ollen sähköasentajille koulutuskursseja, jakavat sähkölaitteistojen suunnitteluun ja niiden tuotteisiin liittyvien materiaalien valintaan tarkoitettuja tietokoneohjelmistoja, toteuttavat paikan päällä myynninedistämistoimia ja ylläpitävät teknisen tuen palveluja. Legrandin kaupallisten kustannusten ja markkinointikustannusten osuus onkin Ranskassa yhteensä noin [0—10]* prosenttia sen liikevaihdosta, eli lähes [100—800]* miljoonaa Ranskan frangia ⁽²²¹⁾.

Tukkukauppiat

(648) Tukku-kauppiaille on erityisen tärkeä rooli ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien tuotteiden markkinoilla, sillä suurin osa näistä tuotteista myydään niiden kautta. Komission tutkinnassa ilmeni, että osapuolet ja niiden kilpailijat myyvät yleensä 90 prosenttia vastaanottopään laitteistaan tukkukauppiaille. Muutamit poikkeukset tähän sääntöön koskevat vain erityistuoteryhmiä (esimerkiksi puhelinpistokkeita tai ohjausjärjestelmiä) ja/tai joitakin maita. Tukku-kauppiat ovat riippuvaisia valmistajien luomasta kysynnästä sekä sähköasentajien ja loppukäyttäjien tuntemista tuotemerkeistä. Niiden on näin ollen pakko pitää varastossa usein pyydettyjä tuotteita, jotka ovat käytännössä niitä, joita myydään hyvin tunnettujen tuotemerkkien alla.

(649) Lisäksi tukku-kauppiat haluavat rationalisointisista pitää tavarantoimittajiensa määrän suppeana. Komission tutkinnassa ilmeni, että tukku-kauppiat pyrkivät yleensä rajoittamaan toimittajiensa määrän kolmeen tai neljään kunkin tuoteryhmän alalla. Tukku-kauppiat keskittävät ostonsa rajalliseen määrään toimittajia myös siksi, että suuret valmistajat myöntävät niille lukuisia alennuksia, joiden osuus tuotteiden myyntihinnasta voi olla yli [30—60]* prosenttia. Tämä kannustaa niitä myymään sellaisten valmistajien ja tuotemerkkien tuotteita, jotka ovat jo vakiinnuttaneet asemansa ja joilla on merkittävä markkinaosuus. Tukku-kauppiilla ei sitä vastoin ole

suurta houkutusta nähdä paljon vaivaa sen eteen, että ne auttaisivat pientä tuotemerkkiä tai uutta tulijaa parantamaan tai kehittämään markkina-asemaansa. Tämä toteamus koskee kaikkia pienjännitelaitteita, mutta se on erityisen tärkeä ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien tuotteiden alalla. Näiden tuotteiden valmistajissa on lukuisia pieniä, itsenäisiä valmistajia, jotka ovat erikoistuneet yhdenlaisten laitteiden valmistamiseen ja joilla on toimintaa rajallisessa määrässä jäsenvaltioita. Tukku-kauppioiden ostojen rationalisointi ja keskittäminen uhkaavat ensisijaisesti juuri pieniä valmistajia.

(650) Komission tutkinnassa tuli myös yksiselitteisesti esiin, että ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden tukkukauppioiden ja valmistajien väliset kaupalliset suhteet on järjestetty kansalliselta tai jopa paikalliselta pohjalta. Tämä koskee kaikkia liiketoiminnallisia näkökohtia ja etenkin tavarantoimittajien valintaa, ostettavien ja myytävien valikoimien määrittelyä, hintojen ja alennusten määrittelyä sekä erityisten myynninedistämistöimien toteuttamista. Ostettavien tuotteiden hinta ei vaikuta niinkään merkittävästi tukku-kauppiaisiin kuin valmistajien myöntämät alennukset, jotka tuottavat huomattavan osan voittomarginaalista.

Sähköasentajat

(651) Sähköasentajat asentavat pienjännitelaitteet loppuasiakkaiden tiloihin. Kuten edellä on jo selitetty, he ovat asenteeltaan yleensä konservatiivisia ja kiintyneitä tuotemerkeihin, jotka he tuntevat ja joihin he luottavat. Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien tuotteiden alalla sähköasentajat vaikuttavat usein voimakkaasti tuotemerkkien menestymiseen. Rakennusprojektin johtajat (arkkitehdit, suunnitteluluoimistot jne.) ottavat todellakin vain harvoin kantaa tähän valintaan muutoin kuin ohjaus- ja valvontajärjestelmien sekä viestintäverkkojen komponenttien osalta, joita asennetaan yleensä vain suuriin palvelualan rakennuksiin. Sähköasentajien päätösvaltaa tuotemerkin valinnassa rajoittavat kuitenkin asiakkaiden mahdolliset toiveet, joihin vaikuttaa lähinnä tuotteiden ulkonäkö. Tämä koskee ensisijaisesti pistorasioita ja kytkimiä, harvoin muita tuotteita.

(652) Sähköasentajan tuotemerkin valinnan ratkaisevia perusteita ovat turvallisuus, jonka hänen mielestään takaa tunnettu tuotemerkki, johon hän luottaa, laitteiston asen-

⁽²²¹⁾ "Plan Moyen Terme 2001—2005 Legrand SNC France". Legrandin 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen 315 kysymykseen antaman vastauksen liitteenä toimitettu asiakirja.

nuksen helppous ja tuotteen saatavuus paikallisen tukku-kauppiaan liikkeessä. Hinnalla on sen sijaan vähäisempi merkitys, sillä mahdolliset säästöt, joita edullisen tuotteen ostamisesta kertyy, ovat hänen mielestään usein vähemmän tärkeitä kuin aika, joka kuluu uuden ja huonosti tunnetun tuotteen asentamisen oppimiseen. Lisäksi, kun sähköasentaja ei ole loppukuluttaja, hän siirtää asiakkailleen asentamiensa tuotteiden kustannukset.

Loppuasiakkaat

- (653) Loppuasiakasta kiinnostaa ensisijaisesti lopputulos, eli vastaanottopään sähköasennus kokonaisuudessaan. Ainoa hinta, jonka hän tietää, on koko asennuksen hinta, josta suurimman osan muodostaa asennustyö. Loppuasiakas ei käytännössä tiedä kunkin asennetun tuotteen hintaa eikä yleensä ole kiinnostunut siitä. Häntä kiinnostaa kuitenkin yleensä enemmän ryhmäkeskuksesta myötävirtaan kuin vastavirtaan sijaitsevien laitteiden valinta. Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevat tuotteet, etenkin pistorasiat ja kytkimet, ovat asuinrakennuksissa ja palvelualan rakennuksissa näkyvissä, ja ulkonäköä koskevilla henkilökohtaisilla mieltymyksillä voi tällöin olla merkitystä.

Sulautunut yritys Schneider/Legrand on välttämätön sopimus Kumppani useimmilla Euroopan ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien sähkölaitteiden markkinoilla

Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on huomattavasti laajempi tuotevalikoima ja maantieteellinen kattavuus kuin sen kilpailijoilla

- (654) Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on täydellinen tuotevalikoima, joka kattaa kaikki ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien sähkölaitteiden markkinat. Lisäksi sen toiminta kattaa koko ETA-alueen. Se, että Schneider/Legrandin roolia arvioidaan Euroopan mittakaavalla, ei suinkaan heikennä määritelmää merkityksellisten maantieteellisten markkinoiden kansallisesta ulottuvuudesta, vaan se on olennainen osa niiden vaikutusten analysointia, joita yrityskehityksellä on merkityksellisiin tuotemarkkinoihin ja kansallisiin markkinoihin.

- (655) Tuotevalikoimista on syytä korostaa, että Schneider ja Legrand ovat jo kaksi suurinta yleisen tason konsernia merkityksellisillä tuotemarkkinoilla ja maantieteellisillä

markkinoilla. Ne eivät tarjoa ainoastaan pistorasioita ja kytkimiä vaan myös kiinnitys- ja liitäntätarvikkeita ja kaapeliteitä, jotka liittyvät suoraan näihin tuotteisiin, sekä ohjaus- ja turvajärjestelmiä ja viestintäverkkojen liitäntätarvikkeita. Kummankin osapuolen tarjonta on jo hyvin laajaa, mutta sitä voidaan verrata muiden yleisen tason konsernien, kuten ABB:n ja Siemensin tai vähemmässä määrin Hagerin ja GE:n tarjontaan.

- (656) Kun Legrandin tuoteluettelo yhdistetään Schneiderin tuoteluetteloon, saadaan tuotevalikoima, jonka laajuudelle ei löydy vertaista. Legrand tuo esimerkiksi uuteen konserniin turvaluokkajärjestelmien valikoimansa ja kulunvalvontajärjestelmien valikoimansa. Schneider puolestaan täydentää Legrandin tarjontaa lämmityksen ja valaistuksen ohjausjärjestelmien valikoimallaan. Lopuksi yhdistämällä molempien konsernien data-pistorasioiden ja viestintäjärjestelmien komponenttien tarjonnat saadaan täydellinen valikoima kuva-ääni-data-tuotteita.

- (657) Schneider/Legrandilla on laajempi tuotevalikoima kuin muilla yleisen tason konserneilla. ABB:llä on vain vähän jos lainkaan toimintaa kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden markkinoilla sekä turva- ja suojajärjestelmien markkinoilla⁽²²²⁾. Siemensillä ei ole toimintaa kuva-ääni-data-tuotteiden ja kaapeliteiden markkinoilla⁽²²³⁾. GE:llä ei ole toimintaa turvajärjestelmien ja kuva-ääni-data-tuotteiden markkinoilla⁽²²⁴⁾. Hagerilla ei ole toimintaa turvajärjestelmien, kuva-ääni-data-tuotteiden sekä kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden markkinoilla⁽²²⁵⁾.

- (658) Maantieteellisen laajuuden puolesta Schneider/Legrandin Euroopan kattavuus on myös vailla vertaista.

- (659) Legrandilla on erityisen paljon toimintaa ETA-alueen eteläisissä maissa. Sillä on merkittävät markkinaosuudet pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla Ranskassa ([80—90]* prosenttia), Italiassa ([60—70]* prosenttia), Portugalissa ([50—60]* prosenttia) ja Kreikassa ([40—50]* prosenttia). Schneiderilla on puolestaan ollut erityisen paljon toimintaa ETA-alueen pohjoisissa maissa ja etenkin pohjoismaissa sen jälkeen, kun se hankki Lixelin. Sillä on merkittävät markkinaosuudet pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla Tanskassa ([70—80]* pro-

⁽²²²⁾ ABB:n 7. maaliskuuta 2001 antama vastaus.

⁽²²³⁾ Siemensin 28. helmikuuta 2001 antama vastaus.

⁽²²⁴⁾ GE:n 26. helmikuuta 2001 antama vastaus.

⁽²²⁵⁾ Hagerin 6. maaliskuuta 2001 antama vastaus.

- senttia), Suomessa ([30—40]* prosenttia), Ruotsissa ([40—50]* prosenttia) ja Norjassa ([50—60]* prosenttia). Ilmoitettu toimenpide johtaisi siis siihen, että Schneiderin merkittävät markkinaosuudet Pohjois-Euroopassa yhdistyisivät niihin, jotka Legrandilla on Etelä-Euroopassa.
- (660) Toimenpiteellä myös vahvistettaisiin merkittävästi kumman osapuolen asemia useilla kansallisilla markkinoilla, joilla Schneider ja Legrand eivät ole aiemmin olleet hallitsevassa asemassa. Espanjassa toimenpiteellä lisätään pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla Schneiderin vuonna 2000 hallussaan pitämään [10—20]* prosentin markkinaosuuteen Legrandin hallussa oleva [10—20]* prosenttia. Sulautumassa syntyvä yritys siis vahvistuu ja pystyy entistä paremmin kilpailemaan markkinajohtaja Simonin kanssa, jonka markkinaosuus on [40—50]* prosenttia.
- (661) Ainoat valtiot, joissa sulautuneella yrityksellä ei ole suurta markkinaosuutta millään ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden markkinoilla, ovat Saksa ja vähemmässä määrin Irlanti ja Alankomaat.
- (662) Toimenpiteellä luodaan konserni, joka on erityisen vahva Ranskan kaikilla vastaanottopään laitteiden markkinoilla. Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on lähes monopoli pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla, [80—90]* prosentin markkinaosuus kytkentä- ja liitäntätarvikkeiden markkinoilla, [50—60]* prosentin markkinaosuus turvavalaistusjärjestelmien markkinoilla ja [90—100]* prosentin markkinaosuus tiivistettyjen laitteiden markkinoilla.
- (663) Sulautumassa syntyvä yritys kattaa näin ollen maantieteellisesti koko ETA-alueen, ja sillä on tuotevalikoima, joka on huomattavasti laajempi kuin sen Euroopassa toimivilla suorilla kilpailijoilla ABB:llä, Siemensillä, GE:llä ja Hagerilla. Schneider/Legrandilla on etenkin vahva asema useilla kansallisilla markkinoilla sekä pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla. Näillä markkinoilla omaavansa vahvan aseman ansiosta uusi konserni voi vahvistaa asemaansa muilla tuotemarkkinoilla tai muilla kansallisilla markkinoilla. Se voi lisäksi käyttää merkittävää läsnäoloaan useimmilla maantieteellisillä markkinoilla ja tuotemarkkinoilla vastustaakseen kilpailijoidensa pyrkiä vahvistaa omia asemiaan markkinoilla, joilla se on hallitsevassa asemassa.
- (664) Väitetiedoksianto antamassaan vastauskirjelmässä ⁽²²⁶⁾ osapuolet kiistävät tämän analyysin laskelmalla, joka koskee tärkeimpien kilpailijoiden asemia ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden hypoteettisilla kokonaismarkkinoilla ETA-alueella. Näin määritellyillä ”markkinoilla” sulautuneen yrityksen markkinaosuus olisi [10—20]* prosenttia, kun taas Siemensin osuus olisi [10—20]* prosenttia. Osapuolten tätä tarkoitusta varten toimittamasta taulukosta ja edellä esitetystä taulukosta 35 ilmenee kuitenkin, että Siemensin asema näillä hypoteettisilla markkinoilla perustuu pääasiallisesti sen melko vahvaan asemaan kahdella ainutlaatuisella segmentillä: ohjausjärjestelmien ja turvajärjestelmien markkinoilla. Lisäksi Siemensin toiminta näillä segmenteillä keskittyy lähinnä yhteen jäsenvaltioon, Saksaan.
- (665) Osapuolet ovat myös tuoneet esiin ⁽²²⁷⁾, että joillakin erikoisalojen toimijoilla, kuten Lucentilla, Pouyet’lla, 3M:llä, AMP:llä, Quantella, Alcatelilla ja BICC:llä, olisi joidenkin tuotteiden alalla laajemmat valikoimat kuin yleisen tason toimijoilla. Osapuolten väitteensä tueksi mainitsemista yrityksistä voidaan todeta, että tilanne vaikuttaisi rajoittuvan viestintäverkkojen komponentteihin. Vaikka erityisalojen toimijoiden tuotevalikoimat olisivatkin laajemmat kuin osapuolten tai muiden yleisen tason toimijoiden, kyse on joka tapauksessa hyvin kapea-alaisista tuotevalikoimista, jotka rajoittuvat suppeaan määrään tuoteryhmiä. Tilanne ei siis saata kyseenalaiseksi toteamusta, jonka mukaan sulautumassa syntyvällä yrityksellä on vastaanottopään laitteiden alalla kaikkia sen kilpailijoita — toimivat ne sitten erikoisaloilla tai yleisellä tasolla — laajempi tuotevalikoima.
- (666) Schneider/Legrandilla on siis huomattavasti laajempi tuotevalikoima ja maantieteellinen kattavuus kuin yhdelläkään sen kilpailijalla.
- Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on suurempi merkkikokoelma kuin sen kilpailijoilla*
- (667) Kuten seuraavassa taulukossa esitetään, Schneider/Legrandilla on ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden markkinoilla niin tuotemerkkien määrän kuin tunnettuuden puolesta ainutlaatuinen merkkikokoelma.

⁽²²⁶⁾ Vastauskirjelmän 569 kohta.

⁽²²⁷⁾ Vastauskirjelmän 573 kohta.

Taulukko 36

Valmistaja	Tuotemerkki	Vastaanottopään laitteiden ryhmät, joilla tuotemerkkiä käytetään	Maat, joissa tuotemerkkiä käytetään
Schneider	Alombard	Pistorasiat ja kytkimet, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet	Ranska
	Dalcotech	Turvajärjestelmät	Tanska
	Eljo	Pistorasiat ja kytkimet, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet	Ruotsi
	Elko	Pistorasiat ja kytkimet, ohjausjärjestelmät, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet, kuva-ääni-data-tuotteet	Ruotsi, Suomi, Kreikka
	Elso	Pistorasiat ja kytkimet, ohjausjärjestelmät, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet	Saksa, Kreikka
	Esmi	Turvajärjestelmät	Suomi, Ruotsi, Tanska, Saksa
	Eunea-Merlin Gérin	Pistorasiat ja kytkimet, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet	Espanja, Portugali
	Jojo	Ohjausjärjestelmät	Tanska, Yhdistynyt kuningaskunta, Ranska, Ruotsi, Suomi
	Lexel	Ohjausjärjestelmät, kuva-ääni-data-tuotteet	Ruotsi, Tanska, Suomi
	LK	Pistorasiat ja kytkimet, ohjausjärjestelmät, kuva-ääni-data-tuotteet, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet	Tanska
	Merlin Gérin	Ohjausjärjestelmät, turvajärjestelmät	Ranska
	Mita	Kaapelitiet	Yhdistynyt kuningaskunta, Belgia, Irlanti
	Multisignal	Turvajärjestelmät	Ruotsi
	Sarel	Pistorasiat ja kytkimet, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet	Ranska, Italia, Itävalta, Belgia
	Schyller	Pistorasiat ja kytkimet	Italia
	Strömfors	Pistorasiat ja kytkimet, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet	Tanska, Ruotsi, Suomi, Saksa
	Telesafe	Viestintäverkkojen komponentit	Ruotsi, Saksa, Alankomaat

Valmistaja	Tuotemerkki	Vastaanottopään laitteiden ryhmät, joilla tuotemerkkiä käytetään	Maat, joissa tuotemerkkiä käytetään
	Thorsman	Kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet, kaapelitiet	Tanska, Suomi, Ruotsi, Yhdistynyt kuningaskunta, Belgia, Irlanti, Alankomaat, Saksa
Legrand	Legrand	Pistorasiat ja kytkimet, ohjausjärjestelmät, turvajärjestelmät, kuva-ääni-data-tuotteet, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet, kaapelitiet	Ranska, Italia, Espanja, Portugali, Kreikka, Yhdistynyt kuningaskunta, Ruotsi, Belgia, Alankomaat, Itävalta, Saksa, Luxemburg, Tanska, Suomi, Norja
	Arnould	Pistorasiat ja kytkimet	Ranska
	Bticino	Pistorasiat ja kytkimet, ohjausjärjestelmät, kuva-ääni-data-tuotteet, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet	Italia, Espanja, Portugali, Saksa, Belgia, Itävalta, Ranska, Alankomaat
	Quintela	Kaapelitiet	Espanja, Portugali, Saksa, Belgia
	Tegui	Turvajärjestelmät	Espanja, Portugali
	Tenby	Pistorasiat ja kytkimet, kuva-ääni-data-tuotteet, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet	Yhdistynyt kuningaskunta, Irlanti
	Ortronics	Kuva-ääni-data-tuotteet	Ranska, Italia, Yhdistynyt kuningaskunta
	Planet-Watt-hom	Kaapelitiet	Ranska, Alankomaat, Itävalta, Tanska, Ruotsi, Suomi, Saksa
	Ura/Lumatic	Turvajärjestelmät	Ranska, Espanja, Belgia, Ruotsi
ABB	ABB	Pistorasiat ja kytkimet, ohjausjärjestelmät, kuva-ääni-data-tuotteet	Saksa, Itävalta, Alankomaat, Belgia, Luxemburg, Ranska, Italia, Espanja, Alankomaat, Yhdistynyt kuningaskunta, Irlanti, Ruotsi, Norja, Tanska, Suomi, Kreikka
	Busch-Jäger/BJE	Pistorasiat ja kytkimet, ohjausjärjestelmät	Saksa, Itävalta, Alankomaat, Kreikka
	Niessen	Pistorasiat ja kytkimet	Espanja
	Vimar	Pistorasiat ja kytkimet, ohjaus- ja turvajärjestelmät, turvajärjestelmät, kuva-ääni-data-tuotteet, kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet	Italia
GE	GE	Ohjausjärjestelmät	Saksa, Alankomaat, Belgia, Ranska, Italia, Espanja, Alankomaat, Yhdistynyt kuningaskunta
	AEG	Pistorasiat ja kytkimet	Saksa, Norja, Tanska, Ruotsi, Italia
	Lemag	Pistorasiat ja kytkimet	Espanja, Portugali
	Graesslin	Pistorasiat ja kytkimet	Saksa
Siemens	Siemens/Cerberus	Ohjaus- ja turvajärjestelmät	Saksa, Itävalta, Belgia, Luxemburg, Ranska, Italia, Espanja, Alankomaat, Yhdistynyt kuningaskunta, Irlanti, Ruotsi, Norja, Tanska, Suomi, Kreikka, Portugali, Luxemburg, Norja

Lähde: osapuolet ja kolmannet.

- (668) Kummallakin osapuolella on jo erittäin laaja kokoelma tuotemerkkejä, jotka ovat vakiinnuttaneet asemansa useilla kansallisilla markkinoilla. Ilmoitettu toimenpide johtaa siihen, että samaan konserniin yhdistyvät Schneiderin pohjoisella ETA-alueella tunnetut tuotemerkit (mm. Elso, Elko, Thorsmann) ja Legrandin eteläisellä ETA-alueella tunnetut tuotemerkit (mm. Bticino, Legrand). Lisäksi Schneider/Legrandilla on Legrand-tuotemerkki, joka on ABB-tuotemerkin ohella ainoa todella eurooppalainen tuotemerkki, joka kattaa laajan valikoiman ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevia laitteita.
- (669) Väitetiedoksiantoon toimittamassaan vastauskirjelmässä⁽²²⁸⁾ osapuolet esittävät, että tärkeimpien kilpailevien tuotemerkkien määrä on jokaisessa jäsenvaltiossa suurempi kuin uuden yrityksen tuotemerkkien määrä. Tässä yhteydessä riittää, että todetaan, että osapuolet vertaavat sulautuneen yrityksen tuotemerkkien määrää kaikkien niiden kilpailijoiden kussakin maassa omistamien tuotemerkkien kokonaismäärään, johon sisältyvät sellaisten erikoisalojen toimijoiden tuotemerkit, jotka valmistavat vain kapea-alaisia tuotevalikoimia, eivätkä kunkin kilpailijan omistamien tuotemerkkien määrään.
- (670) Schneider/Legrandin tuotemerkkien määrä ja laatu antavat uudelle konsernille huomattavan kilpailuedun, kun otetaan huomioon niiden rooli ja merkitys merkityksellisten tuotemarkkinoiden toiminnassa. Tuotemerkki on ratkaiseva tekijä ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden valinnassa, etenkin pienille sähköasentajille, jotka ovat näiden tuotteiden tärkein ostajaryhmä. Pienillä sähköasentajilla on tapana käyttää suppeaa määrää tuotemerkkejä, jotta ne tuntisivat kunnolla tuotteiden tekniset ominaisuudet. Siten ne hallitsevat täydellisesti asennusprosessin, mikä säästää aikaa. Valmistajat itsekin tukevat tätä ilmiötä tarjoamalla pienille sähköasentajille koulutusta ja sähkölaitteistojen suunnitteluohjelmistoja. Monet Euroopan laajuiset valmistajat ja tukkukauppiat ovat vahvistaneet, että useimmilla kansallisilla markkinoilla tuotemerkeillä on tälle asiakasryhmälle suurempi merkitys kuin hinnalla⁽²²⁹⁾.
- (671) Lisäksi se, että samaan konserniin yhdistyy useita erittäin tunnettuja tuotemerkkejä, joita käytetään samojen tuote-
- ryhmien myyntiin, antaa Schneider/Legrandille mahdollisuuden noudattaa niiden kaikkien yhteydessä erillisiä ja täydentäviä liikepolitiikkoja. Tällaisten politiikkojen avulla uusi konserni voi vastata hyvin tarkasti kysyntään ja kilpailuun jokaisella markkinasegmentillä. Schneider/Legrand voi etenkin asemoida tuotemerkin korkeaan, keskitason tai matalaan hintaluokkaan. Lähes kaikilla ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden markkinoiden toimijoilla on vain yksi tuotemerkki tuoteriimää ja/tai kansallisia markkinoita kohti. Niiden on ainakin lyhyellä ja keskipitkällä aikavälillä mahdotonta vastustaa Schneider/Legrandia kehittämällä vastaavanlainen monen tuotemerkin liikepolitiikka. Schneider/Legrand voi siis kilpailla suoraan muiden toimijoiden tuotteiden kanssa sillä markkinasegmentillä, joka muodostaa niiden ydinmarkkinat, käyttämällä tiettyä tuotemerkkiä samalla, kun se käyttää muita tuotemerkkejä muilla markkinasegmenteillä.
- (672) Legrand on jo ottanut käyttöön edellä kuvaillun kaltaisen liikepolitiikan niissä maissa, joissa tällä yrityksellä on useita tuotemerkkejä, ja se on jo alkanut näyttää satoa. Legrandin Italiaa koskevassa sisäisessä asiakirjassa⁽²³⁰⁾ onkin selitetty, että Legrand- ja Bticino-tuotemerkkien ”synerginen” käyttö on yksi Legrand-konsernin vahvuuksista kyseisessä maassa. Bticino-tuotemerkki on asemoitu korkeaan hintaluokkaan, kun taas Legrand-tuotemerkin alla myytävät tuotteet sijoittuvat alhaisempaan hintaluokkaan. Edut, joita mahdollisuus soveltaa monen tuotemerkin politiikkaa tarjoaa, tulevat erityisen selkeästi ilmi Legrandin Portugalia — jossa Legrandilla on kolme tuotemerkkiä, Legrand, Bticino ja Quintela — koskevasta sisäisestä asiakirjasta⁽²³¹⁾. Asiakirjassa täsmennetään ”kullekin (konsernin tuotemerkillä) määriteltä tilanne, rooli ja tavoitteet”. Siinä todetaan, että [...]*
- (673) Johdonmukaisen monen tuotemerkin politiikan kehittäminen aina, kun se on mahdollista, onkin yksi Legrand-konsernin prioriteeteista. Legrandin Ranskaa koskevassa sisäisessä asiakirjassa⁽²³²⁾ esitetään, että ”Legrandin sähkölaitteiden tarjonnalle vaihtoehdoisen aseman vahvistaminen” on (Legrand-konserniin kuuluvan) Arnould-yrityksen ja -tuotemerkin ensisijainen strateginen tavoite maan ”sähkölaitteiden” (pistorasioiden ja kytkinten) markkinoilla.

⁽²²⁸⁾ Vastauskirjelmän 577 kohta.

⁽²²⁹⁾ Ks. mm. Rexelin 25. kesäkuuta 2001 antama vastaus.

⁽²³⁰⁾ ”Plan Moyen Terme Italie Bticino”, sivu, joka on merkitty ”Annexe 4”.

⁽²³¹⁾ ”Plan Moyen Terme Legrand Portugal”, sivu, joka on merkitty ”PMT 8”.

⁽²³²⁾ Sivun, joka on merkitty ”PMT 7”.

(674) Myös Schneider on tuonut esiin, että Legrandilla on johdonmukainen monen tuotemerkin politiikka ja että siitä on etua. Schneiderin Espanjaa koskevassa sisäisessä asiakirjassa ⁽²³³⁾ esitetäänkin, että Legrand- ja Bticino-tuotemerkit ovat Espanjassa ”täydentäviä” ja ”eriytettyjä”. Asiakirjassa selitetään etenkin, että Bticino-tuotemerkki on asemoitu ”ylellisyustuotteiden” segmenttiin, kun taas Legrand-tuotemerkki on tarkoitettu enemmänkin ”suurten työmaiden” markkinoille.

(675) Edellä esitetystä seuraa, että Schneider/Legrandin hallussa olevien tuotemerkkien valikoimasta saatavat kilpailuedut ovat huomattavasti suuremmat kuin ne osapuolten väitetiedoksiintoon toimittamassaan vastauskirjelmässä ⁽²³⁴⁾ mainitsevat lisäkustannukset, joita valikoiman edellyttämien erilaisten mallien, tuoteluetteloiden tai pakkausten ylläpidosta aiheutuu. Tässä yhteydessä on syytä mainita, että Schneider ja Legrand ovat molemmat säilyttäneet niiden vastaanottopään laitteiden markkinoilla toimivien yritysten tuotemerkit, jotka ne ovat hankkineet viime vuosina, kuten edellä esitetystä taulukosta 36 ilmenee.

Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on etuoikeutettu pääsy jakelukanavaan

(676) Kuten edellä on esitetty, Schneider/Legrandilla on tuotevalikoimansa laajuuden ja tuotemerkkiensä tunnettuuden ansiosta merkittävä osuus tukkukauppioiden liikevaihdosta ja näin ollen merkittävä osuus näiden suorittamien ostojen määrästä suurimmassa osassa ETA:n jäsenvaltioita (ks. edellä taulukko 31). Uudesta konsernista tulee siis välttämätön sopimuskumppani tukkukauppiaille. Tukkukauppias voi muun muassa saada täyden valikoiman ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevia laitteita yksinomaan Schneider/Legrandilta. Tämän valinnan tekevä tukkukauppias voisi jopa tarjota asiakaskunnalleen useita erihintaisia tuotemerkkejä useiden tuoteryhmien alalla.

(677) Asianomaisten tuotteiden valmistajien ja tukkukauppioiden väliset liikesuhteet on kuvailtu edellä ⁽²³⁵⁾ siinä yhteydessä, kun analysoitiin ilmoitetun toimenpiteen vaikutuksia kilpailuun sähköjakokeskusten komponenttien markkinoilla. Asianomaisten tuotteiden kohdalla toimivat samat tukkukauppioiden kannustinmekanismit kuin ne, jotka on kuvailtu edellä.

⁽²³³⁾ ”Plan Stratégique à 3 ans Eunea de 1996”, s. 3.

⁽²³⁴⁾ Vastauskirjelmän 580 kohta.

⁽²³⁵⁾ Ks. edellä 495—502 kohta.

(678) Tukkukauppiaita kannustetaan voimakkaasti varmistamaan, että niiden ostot Schneider/Legrandilta säilyvät vähintäänkin ennallaan. Lisäksi monimutkaiset alennusmekanismit ja uuden konsernin merkittävä asema tukkukauppioiden ostoissa tarjoavat Schneider/Legrandille keinon painostaa tukkukauppiaita. Schneider/Legrand pystyy muun muassa pakottamaan tukkukauppiat myymään sen uusia tuotteita tai tuotevalikoimia, joita ne eivät ole aiemmin myyneet. Tämä on jo osittain tilanne niissä maissa, joissa jommallakummalla konsernilla on jo vahva asema. Täten [...] ⁽²³⁶⁾.

Schneider/Legrandin toimenpiteellä useilta markkinoilta poistuu kilpailun kannalta tärkeä tekijä

(679) Schneiderin ja Legrandin välinen valtataistelu on tähän saakka ollut kilpailun kannalta tärkeä tekijä useilla vastaanottopään laitteiden markkinoilla. Tämä koskee ensisijaisesti niitä kansallisia markkinoita, joilla jompikumpi konserni on ollut hallitsevassa asemassa ja toinen konserni on ollut tosiasiallinen tai potentiaalinen haastaja.

(680) Edellä on jo selitetty, että Schneider on hallitsevassa asemassa useilla Pohjois-Euroopan vastaanottopään laitteiden markkinoilla, kun taas Legrand on vastaavassa asemassa useilla Etelä-Euroopan kansallisilla markkinoilla.

(681) Pohjoismaiden tuotemarkkinoilla, joilla Schneider on markkinajohtaja, Legrand on potentiaalinen kilpailija, jonka markkinoille tulo on useimmiten odotettavissa. Legrand on maantieteellisesti läsnä kyseisellä alueella ([...])^{*}, mutta toisilla tuotemarkkinoilla. Se myy [...] ^{*} sähköjakokeskusten komponenttien lisäksi turvavaloyksiköitä. Omien arvioidensa mukaan Legrandin osuus Ruotsin turvavaloyksiköiden markkinoista on [10—20] ^{*} prosenttia ⁽²³⁷⁾. Se ilmoittaa lisäksi samassa asiakirjassa ⁽²³⁸⁾, että Legrandin ensisijaisena tavoitteena

⁽²³⁶⁾ ”Plan Moyen Terme [...] Bticino”, sivu, joka on merkitty ”PMT2C’4”. Asiakirja on toimitettu vastauksena 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 315.

⁽²³⁷⁾ ”Plan Moyen Terme Legrand, 2001—2005—[...]”^{*}, sivut, jotka on merkitty ”LRP 3 (next)”. Asiakirja on toimitettu vastauksena 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 315.

⁽²³⁸⁾ Sivun, joka on merkitty ”LRP 7”.

on [...]*. ⁽²³⁹⁾ Legrand on siis [...]* ja odotti voimakasta reaktiota Schneiderilta. Ilmoitetulla toimenpiteellä kyseinen kilpailutekijä poistuu ainakin [...]* markkinoilta.

(682) Niillä kansallisilla markkinoilla, joilla Legrand on markkinajohtaja yksillä tai useilla vastaanottopään laitteiden markkinoilla, eli Ranskassa mutta vähemmässä määrin myös Espanjassa, Italiassa, Portugalissa ja Kreikassa, Schneider on suora ja uhkaava kilpailija.

(683) Legrandin Ranskaa — jossa konsernin osuus pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla ylittää [80—90]* prosenttia — koskevassa sisäisessä asiakirjassa ⁽²⁴⁰⁾ selitetään, että suurin uhka konsernille on ”että Schneider Electric luo Legrand-tuotemerkin kanssa kilpailevan vaihtoehdon sähkölaitteiden alalla 'Alombard-Sarel-Infra +' -pohjalta”. Asiakirjan samalla sivulla todetaan myös, että [...]*. Alombardin, Sarelin ja Infra +:n tuotevalikoimat kattavat suuren osan vastaanottopään tuotteiden markkinoista. Alombard ja Sarel myyvät pistorasioita, kytkimiä, kiinnitys- ja liitintätarvikkeita sekä kaapeliteitä. Infra + on puolestaan erikoistunut data-pistorasioihin. Lisäksi on syytä tuoda esiin, että Schneiderin tarjontaa Ranskassa voidaan täydentää Lexelin tuotevalikoimalla. Ilmoitetulla toimenpiteellä estetään siis Legrandin tosiasiallisen kilpailijan ilmaantuminen sellaisessa maassa, jossa kyseinen yritys on hallitsevassa asemassa.

(684) Samalla tavoin Legrandin Kreikkaa — jossa Legrandin osuus pistorasioiden ja kytkinten markkinoista on lähes [40—50]* prosenttia — koskevassa asiakirjassa ⁽²⁴¹⁾ esitetään, että [...]*.

(685) Italiassa, Espanjassa ja Portugalissa Schneiderilla on vain vähän jos lainkaan toimintaa ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden markkinoilla. Sillä on sen sijaan huomattavan paljon toimintaa sähkönjakokeskusten komponenttien markkinoilla. Sen olisi siis melko helppoa tuoda näissä maissa markkinoille vastaanottopään tuotteiden valikoimansa, koska niitä myyvät samat tukkukauppiat kuin sähkönjakokeskusten komponentteja. Tässä yhteydessä [...]* ⁽²⁴²⁾.

Sulautumassa syntyvä yritys pystyy pakottamaan kilpailijansa uudistamaan kilpaa tuotevalikoimiaan

(686) Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien tuotteiden valikoiman uudistaminen tihein aikavälein on keino, jolla parhaissa asemassa olevat valmistajat haastavat pienempiä valmistajia, ja jolla ne voivat samalla ylläpitää tai parantaa tuotemerkkiensä imagoa. Legrandin Italiaa koskevassa sisäisessä asiakirjassa ⁽²⁴³⁾ todetaan, että valikoiman uudistamisaste on yksi konsernin vahvuuksista kyseisessä maassa. Ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden valikoimien uudistamisella pyritään sekä mukauttamaan tuotteiden ulkonäköä kuluttajien kysyntään että monipuolistamaan tuotteiden toimintoja muun muassa liittämällä niihin elektronisia toimintoja, kuten kaukohavainnointi- ja kauko-ohjaustoimintoja.

(687) Tuotevalikoimien jatkuvan uudistamisen vaikutuksena ja tavoitteena on tuotteiden elinkaaren lyhentäminen, pienempien kilpailijoiden resurssien kuluttaminen ja sitä kautta niiden mahdollinen häätäminen markkinoilta. Schneiderin sisäisessä asiakirjassa ⁽²⁴⁴⁾, joka koskee Alombard-yritystä, todetaan, että pistorasioiden ja kytkinten yhä lyhyempi elinkaari (”shorter life time cycle”) [...]*.

Päätelmä

(688) Schneider/Legrandin toimenpide muuttaa perusteellisesti kilpailun rakennetta vastaanottopään laitteiden markkinoilla suuressa määrässä ETA-maita. Se johtaa sellaisen konsernin muodostumiseen, jolla on kilpailijoihinsa nähden useita tuntuja etuja, joita tuovat muun muassa tuotevalikoiman laajuus, maantieteellinen kattavuus, tuotemerkkikokoelma ja suhteet tukkukauppiaisiin. Kun otetaan lisäksi huomioon sähköasentajista lähtöisin olevan kysynnän pirstoutuneisuus ja niiden uskollisuus tunnetuimpia tuotemerkkejä kohtaan, uusi konserni pystyy korottamaan hintoja menettämättä vastaavasti markkinaosuuksia. Tukkukauppiaille tarkoitettujen kannustimien tarkastelusta ilmenee, että tukkukauppiat tulevat todennäköisesti mukautumaan Schneider/Legrandin käyttäytymiseen ⁽²⁴⁵⁾.

⁽²³⁹⁾ Sivun, joka on merkitty ”Annex 3”.

⁽²⁴⁰⁾ ”Plan Moyen Terme Arnould”, sivu, joka on merkitty ”Annexe 3”.

⁽²⁴¹⁾ ”Plan Moyen Terme Legrand”, sivu, joka on merkitty ”PMT2C’4”.

⁽²⁴²⁾ ”Plan Moyen Terme Espagne Bticino”, sivu, joka on merkitty ”PMT2C’4”. Asiakirja on toimitettu vastauksena 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 315.

⁽²⁴³⁾ ”Plan Moyen Terme 2001—2005 Legrand Italie”, sivu, joka on merkitty ”Annexe 4”.

⁽²⁴⁴⁾ ”Stratégie produit/marché Alombard”. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽²⁴⁵⁾ Ks. edellä 495—502 kohta.

C.3.2 Pistorasiat ja kytkimet

(689) Osapuolten ja niiden tärkeimpien kilpailijoiden markkinaosuudet pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla ovat seuraavat ⁽²⁴⁶⁾:

Taulukko 37

Segmentti: 5A1 Laitejärjestelmät (markkinaosuudet vuonna 2000)					
	Schneider	Legrand	Hager	Siemens	ABB
Itävalta	[0-10]* %	[20-30]* %		[10-20]* %	[20-30]* %
Belgia	[0-10]* %	[20-30]* %			
Saksa	[0-10]* %	[0-10]* %		[10-20]* %	[30-40]* %
Tanska	[70-80]* %				
Espanja	[10-20]* %	[10-20]* %			[10-20]* %
Ranska	[0-10]* %	[80-90]* %			
Suomi	[30-40]* %				[30-40]* %
Kreikka	[0-10]* %	[40-50]* %		[10-20]* %	
Italia	[0-10]* %	[60-70]* %			[20-30]* %
Irlanti		[10-20]* %			[0-10]* %
Luxemburg					
Alankomaat		[0-10]* %			[30-40]* %
Portugali	[0-10]* %	[50-60]* %			
Yhdistynyt kuningaskunta	[0-10]* %	[10-20]* %	[0-10]* %		
Ruotsi	[40-50]* %				[10-20]* %
EY	[10-20]* %	[30-40]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[10-20]* %
Norja	[50-60]* %				[10-20]* %
ETA	[10-20]* %	[20-30]* %	[0-10]* %	[0-10]* %	[10-20]* %

Lähde: osapuolten toimittama arvio.

⁽²⁴⁶⁾ Nämä osapuolten toimittamat tiedot liittyvät segmenttiin "5.A.1", ja niihin kuuluvat näin ollen puhelin- ja antennipistorasiat, tiivistetyt laitteet ja se kuva-ääni-data-pistorasioiden osa, joka myydään pistorasioiden ja kytkinten valikoimassa. Osapuolet ovat kuitenkin esittäneet, että markkinaosuudet eivät muutu merkittävästi, jos niiden ulkopuolelle jätetään puhelin-, antenni- ja kuva-ääni-data-pistorasiat sekä tiivistetyt laitteet.

- (690) Näistä tiedoista ilmenee, että Legrandilla on Ranskassa jo [80—90]* prosenttien markkinaosuudella määräävä asema, joka lähentelee monopolia. Kun otetaan vielä huomioon, että ABB:llä ja Siemensillä ei ole lähes lainkaan toimintaa Ranskan markkinoilla, Schneider on [0—10]* prosenttien markkinaosuudella ainoa Legrandin kilpailija, joka voisi tällä hetkellä uhata sitä uskottavasti ja siten rajoittaa sen käyttäytymistä.
- (691) Schneiderilla on kaksi tunnettua tuotemerkkiä, Alombard ja Sarel. Alombard-tuotemerkillä on vakaa asema markkinoiden korkeassa hintaluokassa. Schneider on Euroopan markkinoiden kolmanneksi suurin toimija, jolla on vahva asema Pohjois-Euroopassa, samalla kun se on Ranskan muilla pienjännitelaitteiden markkinoilla tärkeä toimija, jolla on mahdollisuus myydä etuoikeutetusti suurille tukkakauppiaskonserneille, joten se voi ylläpitää tai jopa parantaa asemaansa Ranskan pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla. Tämä onkin todettu Legrandin sisäisissä asiakirjoissa, joissa käsitellään Schneiderista aiheutuvaa kilpailu-uhkaa⁽²⁴⁷⁾. Tämä kilpailu-uhka poistuisi ilmoitetun toimenpiteen myötä. On kuitenkin vain yksi toinen toimija, joka voisi kehittyä Ranskan pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla, sillä se hallitsee ranskalais-belgialaisen teknologian: Niko-yhtiö([0—10]* prosenttien markkinaosuus vuonna 1999⁽²⁴⁸⁾). Mutta [...]*, mikä vaikeuttaa voimakkaan kilpailupaineen muodostumista näiden tuotemerkkien välille. Ilmoitetulla toimenpiteellä poistetaan Legrandin ja Schneiderin välinen kilpailu ja kasvatetaan sulautuneen yrityksen markkinaosuus [90—100]* prosenttiin, mikä vakiinnuttaa ja vahvistaa merkittävästi Legrandin määräävää asemaa Ranskassa.
- (692) Komissio toi väitetiedoksiannossa esiin, että ilmoitetulla toimenpiteellä luodaan määräävä asema tai vahvistetaan määräävää asemaa myös Italiassa, Portugalissa ja Kreikassa.
- (693) Osapuolet kiistävät vastauksessaan tämän analyysin ja väittävät, että vaikka Legrandilla on vahva asema kyseisillä kolmilla markkinoilla, toimenpide ei rajoita kilpailua, sillä Schneiderin markkinaosuudet ovat melko pienet ja näillä markkinoilla toimii suurempiakin kilpailijoita.
- (694) Osapuolten selitys voidaan hyväksyä Italian ja Portugalin markkinoiden osalta. Kreikan markkinoilla pätee sen sijaan väitetiedoksiannossa esitetty päätelmä.
- (695) Ensinnäkin, kuten edellä on selitetty, Schneider on ainoa kilpailija, joka pystyy kohdistamaan Legrandiin kilpailupainetta pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla Euroopassa. Se, että Schneiderin tosiasiallinen asema on toisinaan melko heikko joillakin kansallisilla markkinoilla, ei siis kuvasta välttämättä sen kilpailupotentiaalia. Kyseisen toimenpiteen kielteisiä vaikutuksia kilpailuun ei voida näyttää toteen vain, jos Schneiderin lähtöasema on todellakin toissijainen verrattuna muiden kilpailijoiden asemaan.
- (696) Legrand on tällä hetkellä Italiassa hallitsevassa asemassa markkinaosuudella, joka on [60—70]* prosenttia, ja kahdella tunnetulla tuotemerkillä, Bticinolla ja Legrandilla. Schneiderin markkinaosuus on siellä kuitenkin nykyään vain [0—10]* prosenttia, ja joillakin muilla toimijoilla on Italiassa sitä vahvempi asema, kuten ABB:llä (Vimar-tytäryhtiön kautta), jonka markkinaosuus on [20—30]* prosenttia, ja Gewissillä, jonka markkinaosuus on [10—20]* prosenttia. Vaikka otettaisiin huomioon Schneiderin kilpailupotentiaalinen poistuminen, markkinaosuuksissa ei ole niin paljon päällekkäisyyttä, että voitaisiin osoittaa riittävän varmasti, että ilmoitetulla toimenpiteellä muutetaan kilpailuoljoja Italian pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla siinä määrin, että Legrandin määräävä asema vahvistuu.
- (697) Tilanne on sama Portugalissa, jossa Legrandilla on nykyään erittäin vahva asema markkinaosuudella, joka on [50—60]* prosenttia, ja neljällä tunnetulla tuotemerkillä, Legrandilla, Bticinolla, Quintelalla ja Terraneolla, mutta jossa Schneiderin markkinaosuus on vain 1 prosenttia. Legrandin tärkeimmät kilpailijat näillä markkinoilla ovat General Electric (GE) (markkinaosuus [20—30]* prosenttia), Elapel ([10—20]* prosenttia) ja JSL ([0—10]* prosenttia). Näin ollen ei voida osoittaa riittävän varmasti, että Schneiderin kanssa käytävän tosiasiallisen ja potentiaalisen kilpailun poistuminen johtaisi määräävän aseman luomiseen tai vahvistamiseen.
- (698) Kreikassa tilanne on kuitenkin toinen. Legrandilla on myös näillä markkinoilla [40—50]* prosentilla markkinaosuus, joka on huomattavasti suurempi kuin sen tärkeimmillä kilpailijoilla, Siemensillä ([10—20]* prosenttia), Berkerillä ([10—20]* prosenttia) ja Jungilla ([10—20]* prosenttia), mutta joka ei vielä suolle samanlaista hallitsevaa asemaa kuin se, joka Legrandilla on Italiassa tai Portugalissa. Schneider on tuotemerkillään neljänneksi suurin toimija [0—10]* prosenttien mark-

⁽²⁴⁷⁾ Ks. edellä esitetyt lainaukset, alaviite 210.

⁽²⁴⁸⁾ Ne kilpailijoiden osuudet pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla, joita ei ole esitetty taulukossa 37, koskevat vuotta 1999. Osapuolet ovat esittäneet ne CO-lomakkeessa.

kinaosuudella. Legrand pitää sitä ensisijaisena kilpailijanaan ⁽²⁴⁹⁾. Ilmoitetulla toimenpiteellä poistetaan markkinoilta tämä kilpailija ja luodaan markkinajohtaja, jonka markkinaosuus on [40—50]* prosenttia, eli kolme kertaa suurempi kuin Siemensin ja kolme ja puoli kertaa suurempi kuin kahden seuraavan kilpailijan. Sulautumassa syntyvän yrityksen lisäksi vain Siemensillä on merkittävän paljon toimintaa niin muilla tuotemerkkinoilla kuin muilla maantieteellisilläkin markkinoilla. Berker ja Jung ovat puolestaan saksalaisia pk-yrityksiä, jotka ovat erikoistuneet ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaistseviin laitteisiin.

- (699) Yhteenvedon voidaan siis todeta, että (i) Legrandin nykyinen vahva muttei selkeästi määräävä asema, (ii) Schneiderin merkityksellisen markkinaosuuden yhdistyminen Legrandin osuuteen ja (iii) muiden kilpailijoiden huomattavasti heikommat asemat vahvistavat, että ilmoitetulla toimenpiteellä muutetaan merkittävästi kilpailuoloja Kreikan pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla ja luodaan määräävä asema sulautumassa syntyvälle yritykselle.
- (700) Komissio näin ollen toteaa, että ilmoitetulla toimenpiteellä vahvistetaan määräävä asemaa Ranskan pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla ja luodaan määräävä asema Kreikan kyseisillä markkinoilla.

C.3.3 Tiivistetyt laitteet

- (701) Tiivistettyjen laitteiden markkinoilla osapuolten markkinaosuudessa on päällekkäisyyttä Saksassa, Espanjassa, Ranskassa ja Kreikassa. Päällekkäisyydet eivät aiheuta kilpailuongelmia Saksassa (jossa osapuolten mukaan Legrandin markkinaosuus on [0—10]* prosenttia ja Schneiderin [0—10]* prosenttia) eikä Kreikassa (jossa osapuolten mukaan Legrandin markkinaosuus on [20—30]* prosenttia ja Schneiderin [0—10]* prosenttia), mutta osapuolten markkinaosuudet ovat huomattavasti suuremmat Ranskassa ja Espanjassa.
- (702) Osapuolet ovat esittäneet, että vuonna 2000 Legrandin markkinaosuus oli Ranskassa [80—90]* prosenttia ja Schneiderin [0—10]* prosenttia. Tiedot vastaavat yleisesti katsoen Legrandin Ranskaa koskevassa keskipitkän aikavälin suunnitelmassa vuosiksi 2001—2005 ("Plan moyen terme de Legrand 2001—2005 France") esitetyt arvioita, joiden mukaan Legrandin (Arnould mukaan luettuna) markkinaosuus olisi [90—100]* prosenttia ja Schneiderin [0—10]* prosenttia. Kaikkien näiden arvioi-

den mukaan Legrandilla on selkeästi määräävä asema Ranskan tiivistettyjen laitteiden markkinoilla. Ilmoitetulla toimenpiteellä poistetaan kaikki markkinoilla vielä esiintyvä kilpailu ja vahvistetaan siten tätä määräävä asemaa.

- (703) Osapuolet ovat arvioineet, että Espanjassa Legrandin markkinaosuus vuonna 2000 oli [30—40]* prosenttia ja Schneiderin [0—10]* prosenttia siten, että markkinoiden kooksi on arvioitu [10—30]* miljoonaa euroa. Espanjan Bticinoa koskevassa keskipitkän aikavälin suunnitelmassa vuosiksi 2001—2005 ("Plan moyen terme 2001-2005 Bticino Espagne") markkinoiden kooksi on kuitenkin arvioitu [1 000—3 000]* miljoonaa Espanjan pesetaa eli [0—10]* miljoonaa euroa. Saman asiakirjan mukaan Legrandin (Bticino mukaan luettuna) markkinaosuus on [60—70]* prosenttia ja Schneiderin, Simonin ja Gewissin osuus on kullakin [0—10]* prosenttia."
- (704) Legrand on selittänyt, että keskipitkän aikavälin suunnitelmassa esitetyt tiedot ovat arvioita kussakin maassa toimivien yritysten myyntivoimasta, ja niiden pääasiallisena lähteenä ovat tukkukauppiat, joten niissä usein aliarvioidaan markkinoiden kokonaiskoko. Legrand on kuitenkin myöntänyt, että suurin osa tiivistetyistä laitteista myydään tukkukauppioiden kautta, joten kokonaismarkkinoita koskevan arvion pitäisi olla jokseenkin tarkka ⁽²⁵⁰⁾. Legrand ei todellakaan ole ilmoittanut myyvänsä tiivistettyjä laitteita muutoin kuin tukkukauppioiden kautta ⁽²⁵¹⁾.
- (705) Schneiderin mukaan Legrandin markkinaosuus on [40—50]* prosenttia, Schneiderin osuus on [0—10]* prosenttia ja markkinoiden koko on [1 000—3 000]* miljoonaa pesetaa eli [0—10]* miljoonaa euroa.
- (706) Lisäksi kolmas osapuoli on arvioinut Legrandin markkinaosuudeksi [50—80]* prosenttia ja Schneiderin osuudeksi alle [0—10]* prosenttia. Tämän kolmannen mukaan markkinoiden koko on [0—10]* miljoonaa euroa ⁽²⁵²⁾.
- (707) Vertailtuaan näitä erilaisia arvioita Espanjan tiivistettyjen laitteiden markkinoiden koosta ja rakenteesta komissio on tullut siihen johtopäätökseen, että osapuolten tämän menettelyn puitteissa toimittamissa tiedoissa on yliarvioitu markkinoiden kokoa ja siten aliarvioitu Legrandin markkinaosuutta. Legrandin Espanjaa koskevassa keskipitkän aikavälin suunnitelmassa ("Plan moyen terme Espagne") esitetyt arviot ovat sen sijaan hyvin lähellä edellä mainitun kolmannen osapuolen arvioita ja Schneiderin toimittamia arvioita ainakin markkinoiden koon puolesta.

⁽²⁵⁰⁾ 10. heinäkuuta toimitettu vastaus, kysymys 21, jossa viitataan kysymyksiin 20 ja 4 annettuihin vastauksiin.

⁽²⁵¹⁾ 10. heinäkuuta toimitettu vastaus, kysymys 19.

⁽²⁵²⁾ Simonin vastaus kilpailijoille esitettyyn II vaiheen kyselylomakkeeseen (segmentti 5).

⁽²⁴⁹⁾ "Plan moyen terme Legrand Grèce", mainittu alaviitteessä 211.

- (708) Komissio näin ollen toteaa, että Espanjan tiivistettyjen laitteiden markkinoiden koko ei ole merkittävästi suurempi kuin [0—20]* miljoonaa euroa. Kun määrään lisätään osapuolten eduksi [10—20]* prosentin turvamarginaali, sen suuruudeksi voidaan määrittellä [0—20]* miljoonaa euroa. Tämän oletuksen mukaan, ja kun lähtökohdaksi otetaan osapuolten itse ilmoittamat tiedot niiden liikevaihdosta (Legrand: [0—10]* miljoonaa euroa, Schneider: [0—10]* miljoonaa euroa), Legrandin markkinaosuuden voidaan arvioida olevan vähintään [40—50]* prosenttia ja Schneiderin vähintään [0—10]* prosenttia.
- (709) Edellä esitettyjen tietojen mukaan Legrand on jo selkeästi markkinajohtaja, jonka markkinaosuus on huomattavasti suurempi kuin sen tärkeimpien kilpailijoiden (Simon, Gewiss), joiden kummankin markkinaosuudeksi Legrandin keskipitkän aikavälin suunnitelmassa arvioidaan [0—10]* prosenttia⁽²⁵³⁾. Ilmoitetulla toimenpiteellä tähän vahvaan asemaan lisätään vielä Schneiderin markkinaosuus. Schneiderin nykyinen melko vähäinen osuus Espanjan tiivistettyjen laitteiden markkinoista ei kuitenkaan kuvasta täysin Schneiderin kilpailupotentiaalia kyseisillä markkinoilla, sillä Schneider tuli niille vasta vuonna 1999. Päinvastoin se, että Schneider on onnistunut kahdessa vuodessa saavuttamaan vähintään [0—10]* prosentin markkinaosuuden markkinoilla, joilla sillä ei ollut aiemmin lainkaan toimintaa, osoittaa, että yritys pystyy kohdistamaan Legrandiin merkittävää kilpailupainetta. Poistamalla kilpailun Schneiderin ja Legrandin väliltä ilmoitettu toimenpide voi luoda sulautumassa syntyvälle yritykselle määräävän aseman.
- (710) Väitetiedoksiintoon toimittamassaan vastauksessa osapuolet ovat kiistäneet tämän analyysin kahden väitteen perusteella:
- (711) Schneiderin markkinaosuuden saaminen vahvistaa vain hyvin vähän Legrandin asemaa eikä siis vaikuta kilpailua rajoittavasti.
- (712) Schneiderin melko nopea menestyminen Espanjan tiivistettyjen laitteiden markkinoilla osoittaa, että kyseiset markkinat ovat hyvin avoimet ja uusien kilpailijoiden on helppo päästä niille.
- (713) Schneiderin nykyinen [0—10]* prosentin markkinaosuus ei sen sijaan ole mitenkään vähäpätöinen. Kuten edellä on selitetty, se kuvastaa huomattavaa kasvupotentiaalia, kun otetaan huomioon, että Schneider tuli kyseisille markkinoille vasta melko hiljattain. Lisäksi Schneiderin markkinaosuus asettaa sen jo nykyään hyvään asemaan verrattuna tärkeimpiin kilpailijoihin, Simoniin ([0—10]* prosenttia) ja ABB/Niesseniin ([0—10]* prosenttia)⁽²⁵⁴⁾, etenkin kun otetaan huomioon, että Simon on johtoasemassa Espanjan vakiomallisten pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla, joilla sen osuus on [40—50]* prosenttia.
- (714) Edellä esitetyn toisen väitteen osalta on todettava, että se, että Schneider on menestynyt nopeasti Espanjan tiivistettyjen laitteiden markkinoilla, joilla sellaiset kilpailijat, kuten Simon ja ABB/Niessen, ovat melko heikossa asemassa, vaikka ne ovat vahvoja vakiomallisten laitteiden markkinoilla, on enemminkin osoitus Schneiderin kilpailuvoimasta kuin väitetyistä markkinoille pääsyn esteiden puuttumisesta. Tässä yhteydessä on syytä muistuttaa, ettei Schneider ole suinkaan mikään ”uusi tulija” Espanjan pienjännitelaitteiden markkinoilla. Schneiderilla on Espanjassa vakiintunut asema sähkönjakokeskusten komponenttien markkinoilla. Sillä on myös tiivistettyjen laitteiden valikoima, jota myydään jo menestyksekkäästi Ranskassa, josta Espanjassa Eunea-tuotemerkillä myytävät tiivistetyt laitteet kaiken lisäksi tuodaan. Yhdelläkään muulla kilpailijalla ei ole sekä vahvaa asemaa muilla Espanjan tuotemarkkinoilla että tunnettua tuotemerkkiä ja täydellistä valikoimaa tiivistettyjä laitteita.
- (715) Komissio näin ollen toteaa, että ilmoitetulla toimenpiteellä vahvistetaan määräävää asemaa Ranskan tiivistettyjen laitteiden markkinoilla ja luodaan määräävä asema Espanjan kyseisillä markkinoilla.

C.3.4 Turvavalaistusjärjestelmät/turvavaloyskiköt

- (716) Turvavalaistusjärjestelmien markkinoilla osapuolten toiminnassa on merkittävää päällekkäisyyttä Ranskassa, jossa Legrandin (tytäryhtiöt URA ja Lumatic mukaan luettuina) markkinaosuus on [50—60]* prosenttia ja Schneiderin [0—10]* prosenttia. Jos tarkastellaan pelkkiä turvavaloyskiköitä, markkinaosuudet ovat Legrandilla [60—70]* prosenttia ja Schneiderilla [0—10]* prosenttia. Legrand valmistaa itse tuotteensa, mutta Schneider ostaa omansa pääasiallisesti Kaufelilta. Osapuolten tärkeimpiä kilpailijoita ovat Cooper (tuotemerkki: Luminox; [10—20]* prosenttia) ja Chubb ([0—10]* prosenttia), kaikkien muiden kilpailijoiden markkinaosuudet ovat alle [0—10]* prosenttia. Legrand on siis jo näiden markkinoiden kiistaton johtaja, sen markkinaosuus on noin neljä kertaa suurempi kuin sen lähimmän kilpailijan.

⁽²⁵³⁾ Osapuolet eivät ole esittäneet käsiteltävänä olevan menettelyn yhteydessä arviota näiden kilpailijoiden markkinaosuuksista.

⁽²⁵⁴⁾ Markkinaosuudet osapuolten vastauskirjelmän mukaan, 659 kohta.

Legrandin asema on niin vahva, että sillä voidaan väittää olevan määräävä asema kyseisillä markkinoilla. Schneider on sen sijaan tullut Ranskan turvavalaistusjärjestelmien markkinoille vasta hiljattain, ja sen osuus oli vuonna 1997 vain [0—10]* prosenttia. Legrandin osuus oli tuolloin vielä [70—80]* prosenttia markkinoista. Tämä osoittaa, että Schneider onnistui nousemaan Legrandin vakavasti otettavaksi kilpailijaksi vain muutamassa vuodessa. Schneider on palauttanut markkinojohtajalle merkittävän markkinaosuuden, ja se voi näin ollen kohdistaa merkittävää painetta Legrandin käyttäytymiseen. Tämä toteamus vahvistetaan Legrandin tytäryhtiön URAN sisäisessä asiakirjassa, jonka mukaan ”hintoja on vaikea säilyttää ennallaan, sillä tuotteista on tullut arkipäiväisiä ja Schneider on ryhtynyt hyökkäykseen kohdistamalla kahdenlaista kielteistä painetta: painetta hintoihin yleensä [...] ja painetta tuotevalikoimaan, sillä Schneider on käynyt hyökkäykseen perustuotteiden alalla.”⁽²⁵⁵⁾.

(717) Schneiderin ja Legrandin lähentyminen poistaa tämän kilpailupaineen ja kasvattaa yhdetyn yrityksen markkinaosuuden lähes [50—60]* prosenttiin turvavalaistusjärjestelmien kokonaismarkkinoilla ja yli [60—70]* prosenttiin turvavalo-yksiköiden markkinoilla. Sulautumassa syntyvän yrityksen määräävä asema vahvistuu näin ollen niin paljon, että muut kilpailijat, erikoistuneet yritykset, joilla ei ole samankaltaisia resursseja ja yhteyksiä tukku-kauppiaisiin kuin Schneiderilla, tai potentiaaliset uudet tulijat eivät pysty vaikuttamaan sen markkinakäyttäytymiseen. Kuten kolmas osapuoli on esittänyt⁽²⁵⁶⁾, Schneiderin harjoittama alennusten laskentajärjestelmä vie kilpailijoilta kilpailukyvyn.

(718) Osapuolet eivät ole vastauskirjelmässään kiistäneet tätä analyysia, vaan ne ovat tyytyneet toteamaan turvalaitteiden laajojen tuotemarkkinoiden (joihin kuuluvat sekä turvavalaistusjärjestelmät että paloilmalaitteet) pohjalta, ettei toimenpiteellä ole kielteisiä vaikutuksia kilpailuun. Kuten edellä on osoitettu, tämä osapuolten kanta ei ole perusteltu.

(719) Komissio toteaa näin ollen, että ilmoitetulla toimenpiteellä vahvistetaan määräävää asemaa turvavalaistusjärjestelmien markkinoilla tai turvavalo-yksiköiden mahdollisesti rajallisemmilla markkinoilla Ranskassa.

⁽²⁵⁵⁾ ”SAFT URA — Plan moyen terme 2001-2005”.

⁽²⁵⁶⁾ Kaufelin 3. heinäkuuta 2002 lähettämä sähköpostiviesti.

C.3.5 *Analyyysi keskittymän vaikutuksista kilpailuun kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden markkinoilla*

(720) Yhdistetystä yrityksestä Schneider/Legrand tulee suurin toimija Euroopan kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden markkinoilla. Sen yhteenlaskettu markkinaosuus ETA-alueella on [20—30]* prosenttia, ja sillä on toimintaa 11 jäsenvaltiossa. Osapuolet selittävät, että niiden tärkein kilpailija Euroopassa on Hager, jonka markkinaosuus on [10—20]* prosenttia, mutta jolla on toimintaa vain yhdessä jäsenvaltiossa, Saksassa. Hager on kuitenkin ilmoittanut, ettei sillä ole toimintaa kyseisillä tuotemarkkinoilla⁽²⁵⁷⁾.

(721) Ilmoitettu toimenpide johtaa markkinaosuuksien merkittävään kasvuun Ranskan kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden markkinoilla.

Sulautumassa syntyvällä yrityksellä tulee olemaan erityisen suuri markkinaosuus Ranskan markkinoilla

(722) Schneider/Legrandin markkinaosuudeksi tulee [70—80]* prosenttia Ranskan kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden markkinoilla. Legrandin osuus kyseisillä markkinoilla on [50—60]* prosenttia, jonka päälle tulee Schneiderin [20—30]* prosentin markkinaosuus (luvut vuodelta 2000). Osapuolet eivät ole kyenneet yksilöimään näiden markkinoiden muita toimijoita.

(723) Schneider/Legrandilla on lisäksi vielä suuremmat markkinaosuudet tiettyjen kiinnitys- ja liitántätarvikkeiden ryhmien alalla. Schneiderilla on [20—30]* prosentin ja Legrandilla [40—50]* prosentin (luvut vuodelta 2000) osuus Ranskan liitántä- ja haaroitusrasioiden markkinoilla⁽²⁵⁸⁾. Osapuolet eivät ole kyenneet yksilöimään kilpailijoita liitántä- ja haaroitusrasioiden alalla. Legrandin mukaan tämän tuoteryhmän osuus merkityksellisistä kokonaismarkkinoista on noin 40 prosenttia⁽²⁵⁹⁾.

(724) Ilmoitetulla toimenpiteellä siis yhdistetään merkityksellisten markkinoiden kahden suurimman toimijan markkinaosuudet.

⁽²⁵⁷⁾ Hagerin 6. maaliskuuta 2001 päivätty vastaus.

⁽²⁵⁸⁾ Osapuolten vastaus 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 239.

⁽²⁵⁹⁾ Legrandin liite 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 239.

Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on verraton merkkikokoelma

- (725) Schneider/Legrand toimii Ranskan kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden markkinoilla neljällä tuotemerkillä, jotka ovat kaikki erittäin tunnettuja. Täten Legrandin Legrand- ja Arnould-tuotemerkkien ohien liitetään Schneiderin Alombard- ja Sarel-tuotemerkit. Sähköasentajat tuntevat nämä merkit erittäin hyvin, sillä ne edustavat enemmistöä Ranskassa myytävistä pistorasioista ja kytkimistä.
- (726) Uusi konserni voi tässä tilanteessa kehittää monen tuotemerkin liikepolitiikan, ja vastata siten kohdennetusti jokaiseen kysynnän segmenttiin. Sarel on jo erityisen hyvin asemoitunut teollisuudelta tulevan kysynnän alalla, kun taas Alombard tunnetaan korkean hintaluokan tuotemerkkinä. Legrandilla ja Arnouldilla on erinomainen maine kotitalousalalla. Schneider/Legrand pystyy siis vastustamaan kilpailijoidensa toimia asemoimalla jonkin tuotemerkkinsä ydinmarkkinoilleen samalla, kun se käyttää muita tuotemerkkejään muilla markkinasegmenteillä.

Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on vahva asema kaikilla Ranskan ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien tuotteiden markkinoilla

- (727) Schneider/Legrandilla on erityisen vahva asema Ranskassa kaikilla ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien tuotteiden markkinoilla. Uudella konsernilla on erityisesti yli [80—90]* prosentin markkinaosuus pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla. Sillä on myös [40—50]* prosentin markkinaosuus kaapeliteiden markkinoilla (luvut vuodelta 1999).
- (728) Kiinnitys- ja liitäntätarvikkeita myydään samoja jakelunavia pitkin kuin muita ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevia sähkölaitteita, ja näiden laitteiden kysyntä on lähtöisin pääosin sähköasentajilta. Osapuolet selittävät todellakin, että [90—100]* prosenttia valmistajien liikevaihdosta ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien tuotteiden alalla toteutetaan tukkukauppiain kanssa ja että sähköasentajien osuus tukkukauppiain kysynnästä on [90—100]* prosenttia ⁽²⁶⁰⁾.

- (729) Uusi konserni voi siis käyttää voimaansa kaikilla Ranskan ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden

⁽²⁶⁰⁾ CO-lomake, s. 102.

den markkinoilla säilyttääkseen asemansa kiinnitys- ja liitäntätarvikkeita markkinoilla tai vahvistaakseen sitä, sillä kaikki nämä tuotteet vaikuttavat täydentävän toisiaan vahvasti. Etenkin haaroitus- ja liitäntäkotelot on tarkoitettu vastaanottamaan muita vastaanottopään laitteita tai integroitaviksi niihin. Legrandin tuoteluettelossa pistorasioiden ja kytkinten tarjonta, kaapeliteiden tarjonta sekä kiinnitys- ja liitäntätarvikkeita tarjonta esitetäänkin yhtenä ryhmänä ⁽²⁶¹⁾. Samaten eräässä Arnouldin tuoteluettelossa selitetään, mitkä pistorasioiden ja kytkinten sarjat voidaan liittää Igloo-sarjan liitäntäkoteloihin ⁽²⁶²⁾.

Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on etuoikeutettu mahdollisuus myydä tukkukauppiaille

- (730) Osapuolet selittävät, että kiinnitys- ja liitäntätarvikkeista myydään keskimäärin [90—100]* prosenttia tukkukauppiain kautta ⁽²⁶³⁾. Schneider/Legrandilla on etuoikeutettu pääsy jakelukanavaan kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden myynnissä. Uudesta konsernista tulee todellakin välttämätön toimittaja ainakin suurimmille Ranskassa toimiville tukkukauppiaille.
- (731) Rexel, Ranskan suurin sähkölaitteiden jälleenmyyjä, jonka markkinaosuus on arviolta [40—50]* prosenttia, kertoo, että Schneider/Legrandin osuus sen myynnistä on [40—50]* prosenttia ⁽²⁶⁴⁾ (ks. edellä taulukko 31).
- (732) Uudella konsernilla on siis ainutlaatuinen asema jakelussa. Kun otetaan huomioon se, mitä edellä on selitetty alennusmekanismeista, tukkukauppiat haluavat todennäköisesti ainakin säilyttää ennallaan niiden kautta myytävien uuden konsernin kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden määrän.

Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on täydellinen valikoima kiinnitys- ja liitäntätarvikkeita (este markkinoille pääsulle)

- (733) Kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden markkinoiden ominaispiirteensä on, että niille kuuluu suuri määrä tuotteita.

⁽²⁶¹⁾ Legrandin vuoden 2001 tuoteluettelo, s. 206 ja sitä seuraavat sivut.

⁽²⁶²⁾ Arnouldin vuoden 2001 yleinen tuoteluettelo.

⁽²⁶³⁾ CO-lomake, s. 102. Ks. myös Legrandin liite 6. huhtikuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 132.

⁽²⁶⁴⁾ Rexelin vastaus komission II vaiheen kyselylomakkeeseen.

Tuotteet jakautuvat vielä suuremmaksi määräksi erilaisia malleja. Täydellisen tuotevalikoiman omistaminen tarjoaa kaksi merkittävää kilpailuetua.

- (734) Ensinnäkin sähköasentajan on helpompaa ja nopeampaa ostaa kaikki tarvitsemansa kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet tai ainakin suurin osa niistä samalta toimittajalta. Sähköasentajan, joka haluaisi tehdä hankintansa eri toimittajilta, pitäisi tutustua joko eri valmistajien tuoteluetteloihin tai kunkin toimittajan myyntihyllyihin tukkukauppioiden luona. Se veisi liian paljon aikaa suhteessa kyseisten tuotteiden alhaiseen hintaan.
- (735) Toiseksi valmistaja, jolla on täydellinen tuotevalikoima, hyötyy tuotteiden välisestä korkeasta täydentävyydestä. Sarelin tuoteluettelossa selitetäänkin, että Murabox-valikoiman haaroitusrasioihin on helppo yhdistää Sarel-lattaliitin ja Sarel-liitäntäpuristin ⁽²⁶⁵⁾.
- (736) Lopuksi täydellisen tuotevalikoiman omistaminen auttaa totuttamaan sähköasentajat käyttämään kyseisen valmistajan tuotteita.

Päätelmä

- (737) Ehdotetulla toimenpiteellä poistetaan pääasiallinen kilpailutekijä Ranskan kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden

markkinoilta. Siinä yhdistyvät markkinoiden kiistattomasti suurin ja toiseksi suurin toimija. Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on käytössään kaikki mahdolliset keinot, joilla se voi hallita Ranskan kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden markkinoita. Se voi muun muassa määrätä hintansa markkinoilla. Sillä on niin suuri painoarvo jakelun alalla, että tukkukauppiat eivät voi vastustaa hintojenkorotusta (ks. edellä). Ehdotetulla toimenpiteellä luodaan siis määräävä asema Ranskan kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden myynnin markkinoilla. Osapuolet eivät ole kiistäneet tätä päätelmää vastauskirjelmässään.

C.3.6 *Analyysi keskittymän vaikutuksesta kilpailuun muuntotuotteiden markkinoilla*

- (738) Osapuolten toiminnoissa näillä markkinoilla on päällekkäisyyttä lähinnä Ranskassa, jossa Legrand myy itse valmistamia tuotteita ja Schneider myy saksalaiselta valmistajalta, Murelektronicilta, ostamia tuotteita.
- (739) Osapuolet esittivät vastauskirjelmässään seuraavan taulukon, jossa ilmoitetaan osapuolien ja niiden tärkeimpien kilpailijoiden markkinaosuudet Ranskan muuntajien ja teholahteiden markkinoilla:

Taulukko markkinaosuuksista muuntajien ja teholahteiden alalla

RANSKA	Muuntajat ja teholahteet	Muuntajat	Teholahteet
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⁾ Sarelin vuoden 2001 yleinen tuoteluettelo, s. 448 ja 449.

RANSKA	Muuntajat ja tehölähteet	Muuntajat	Tehölähteet
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]* %	
PALMERI ROBIN	[0-10]* %	[0-10]* %	
AEM	[0-10]* %	[0-10]* %	
MUUT (noin 50)	[20-30]* %		

- (740) Tiedoista ilmenee, että Legrand on nykyään kiistaton johtaja Ranskan muuntajamarkkinoilla, joilla sen markkinaosuus on viisi kertaa suurempi kuin lähimmän kilpailijan, Siemensin, ja kuusi tai seitsemän kertaa suurempi kuin kolmanneksi ja neljänneksi suurimpien toimijoiden, Schneiderin ja Ceclan. Markkinoiden loppuosa, eli noin [40—50]* prosenttia kokonaismarkkinoista, on pirstoutunut siten, ettei yhdenkään kilpailijan markkinaosuus ole suurempi kuin [0—10]* prosenttia. Ilmoitetulla toimenpiteellä poistetaan siis yksi niistä kolmesta kilpailijasta, joiden asema näillä markkinoilla ei ole merkityksellinen. Lisäksi sillä kasvatetaan yhdistetyn yrityksen ja sen lähimpien kilpailijoiden välistä eroa kuusinkertaiseksi (Siemens) ja kahdeksankertaiseksi (Cecla).
- (741) Uudella yrityksellä on paitsi suurin markkinaosuus myös etuoikeutettu pääsy jakelukanavaan. Jälkimmäinen tekijä ei ole yhtä tärkeä merkityksellisten markkinoiden analyysissä, sillä loppuasiakkaat ovat teollisuudenharjoittajia, jotka voivat tehdä hankintansa tukkukauppiainden kanavan ulkopuolelta, ja huomattava osa kyseisistä tuotteista ([30—70]* prosenttia) myydään suoraan valmistajilta loppuasiakkaille. Kilpailijoiden tutkinnan aikana toimitamista vastauksista ilmenee kuitenkin, että mahdollisuus myydä tukkukauppiaille vaikuttaa kilpailuun muuntajamarkkinoilla. Yhden kilpailijan mukaan Schneider hallitsee yhä enemmän tukkukauppiainden kautta kulkevaa jakelukanavaa, minkä takia muiden merkkien on mahdollista löytää jakelukanavia ⁽²⁶⁶⁾. Toisen kolmannen osapuolen mukaan uusi yritys saa sulautuman kautta mahdollisuuden ajaa kilpailijat ulos ensin tukkukauppiainden kautta tapahtuvan myynnin markkinoilta ja sen jälkeen kokonaismarkkinoilta.
- (742) Osapuolet väittävät vastauskirjelmässään, ettei toimenpiteellä luoda tai vahvisteta määräävää asemaa tästä markkinoiden rakenteesta huolimatta.
- (743) Osapuolet esittävät ensinnäkin, että Schneider toimii muuntajamarkkinoilla vain jälleenmyymällä toisen kilpailijan valmistamia tuotteita. Tämä seikka ei kuitenkaan muuta markkina-analyysia, sillä Schneiderin markkinaosuus kuvastaa kyseisen yrityksen eikä kolmannen valmistajan kilpailuvoimaa.
- (744) Samaten osapuolien väite, jonka mukaan muuntajamarkkinat ovat taantumassa, koska muuntajia korvataan yhä enemmän tehölähteillä, ei sulje pois mahdollisuutta luoda tai vahvistaa määräävää asemaa tällaisilla markkinoilla eikä tarvetta säilyttää keskittymien valvonnan yhteydessä riittävää kilpailua niin kauan, kun markkinat ovat olemassa.
- (745) Osapuolet väittävät vielä, että ilmoitetun toimenpiteen jälkeenkin on olemassa suuri määrä eri kokoisia kilpailijoita aina sellaisista suurista konserneista kuin Siemens, Moeller, Omron tai Phoenix, joilla on täydellinen tuotevalikoima, pieniin paikallistason kilpailijoihin, ja ne voivat kohdistaa sulautumassa syntyvään yritykseen riittävää kilpailupainetta. Sama koskee osapuolien mukaan ainakin potentiaalista kilpailua tehölähteiden valmistajien kanssa.
- (746) Siemensiä lukuun ottamatta mainituilla suurilla konserneilla ei kuitenkaan ole toimintaa tai niillä on vain vähäpätöinen asema Ranskan muuntajamarkkinoilla. Lisäksi poistamalla yhden suuren kilpailijan kyseinen toimen-

⁽²⁶⁶⁾ Polylixin 9. heinäkuuta 2001 toimittama vastaus.

pide vähentää merkittävästi muiden kilpailijoiden ja etenkin pienten paikallistason valmistajien mahdollisuutta rajoittaa sulautumassa syntyvän yrityksen käyttäytymisen vapautta. Läheisten teholähdemarkkinoiden korvaavuuden kautta syntyvästä kilpailusta taas voidaan todeta, että suurimmista Ranskan markkinoilla toimivista teholähteiden valmistajista kolmella (ELC, Lambda ja Lutze), joiden jokaisen osuus teholähdemarkkinoista on [0—10]* prosenttia, ei ole lainkaan toimintaa muuntajamarkkinoilla. Lisäksi Schneider/Legrand saa ilmoitetun toimenpiteen myötä johtoaseman myös teholähdemarkkinoilla, joilla sen markkinaosuus on [10—20]* prosenttia.

- (747) Komissio näin ollen toteaa, että kyseisellä toimenpiteellä luodaan määräävä asema Ranskan muuntajamarkkinoilla.

C.4 ANALYYSI KESKITTYMÄN VAIKUTUKSESTA KILPAILUUN VALVONTA- JA MERKINANTOAPUVÄLINEIDEN MARKKINOILLA

- (748) Schneider/Legrandista tulee [20—30]* prosentin markkinaosuudella suurin toimija Euroopan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla (Schneider [20—30]* prosenttia ja Legrand [0—10]* prosenttia). Sen tärkeimpiä kilpailijoita ovat Moeller ja Siemens, joiden markkinaosuudet ETA-alueella ovat ensimmäisen osalta [0—10]* prosenttia ja jälkimmäisen osalta [0—10]* prosenttia. Tärkeimpien kilpailijoidensa tavoin Schneider/Legrandilla on toimintaa kaikilla ETA-maissa.
- (749) Ilmoitettu toimenpide johtaa markkinaosuuksien merkittävään kasvuun Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla.

C.4.1 Sulautumassa syntyvällä yrityksellä tulee olemaan erityisen suuri markkinaosuus

- (750) Kuten seuraavassa taulukossa esitetään, Schneider/Legrandilla on Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla huomattavasti suuremmat markkinaosuudet kuin sen kilpailijoilla.

Taulukko 38

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

Lähde: osapuolet.

- (751) Ehdotetussa toimenpiteessä yhdistyy siis Ranskan markkinoiden markkinaosuuksissa mitattuna kaksi suurinta kilpailijaa. Se johtaa sellaisen toimijan luomiseen, joka on [60—70]* prosentin markkinaosuudella kaukana edellä kahta pääasiallista kilpailijaansa, K&N:ää ja Moelleria, joiden molempien markkinaosuus on [0—10]* prosenttia.

C.4.2 Sulautumassa syntyvällä yrityksellä on verraton merkikokoelma

- (752) Schneider/Legrand toimii Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla neljällä tuotemerkillä. Schneider omistaa tuotemerkit Telemecanique ja Mafalec. Legrand puolestaan myy kyseisiä tuotteita tuotemerkeillä Baco ja Legrand.
- (753) Merkikokoelmansa ansiosta uusi konserni pystyy kattamaan erityisen tarkasti kaikki markkinasegmentit. Schneiderin sisäisessä asiakirjassa korostetaan tällaisen kysynnän segmentoinnin tarjoamia etuja. Siinä selitetään, että ”perinteisten tuotevalikoimien alalla segmentoinnilla voidaan yhdistää kasvu ja kannattavuus”⁽²⁶⁷⁾. Asiakirjasta ilmenee etenkin, että usean tuotemerkin avulla yritys pystyy soveltamaan kullekin merkille omaa valikoima- ja hintapolitiikkaa. Lisäksi samassa asiakirjassa selitetään, että usean merkin avulla voi hyödyntää sekä monialaisuuteen että erityisalaan perustuvaa lähestymistapaa. Baco kuitenkin pitää itseään johtajana nokkakytkinten markkinoilla, joilla sen markkinaosuus on yli [10—20]* prosenttia⁽²⁶⁸⁾.
- (754) Sulautumassa syntyvä yritys voi näin ollen toistaa sen, minkä Schneider teki hankkiessaan Mafelecin. On kuitenkin syytä korostaa, että uusi konserni saa Legrand- ja

⁽²⁶⁷⁾ Hankintakomitean 17. lokakuuta 1997 päivätty selonteko. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽²⁶⁸⁾ ”Plan Moyen Terme 2001—2005 France Baco”, s. 9. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

Baco-tuotemerkkien yhdistämisestä Telemecanique- ja Mafelec-tuotemerkkeihin huomattavasti enemmän hyötyä kuin Schneider sai Mafelecin hankinnasta. Tähän on kaksi pääasiallista syytä. Ensinnäkin Schneider/Legrandilla on sen jälkeen neljä tuotemerkkiä, joten se voi harjoittaa vielä kehittyneempää monen tuotemerkin politiikkaa. Toiseksi kilpailijoiden läsnäolo markkinoilla heikenee huomattavasti.

oleviin Telemecanique- ja Mafelec-tuotemerkkeihin antaa sulautumassa syntyvälle yritykselle merkittävän kilpailuedun.

(755) Osapuolet ovat väittäneet vastauskirjelmässään ⁽²⁶⁹⁾, että Bacon Schneiderille ja etenkin sen Telemecanique-tytäryhtiölle tuoma lisäarvo on merkityksetön. Sen mukaan useilla mantereilla markkinoitavan Telemecanique-tuotemerkin kaupallinen arvo ei kasva lainkaan Baco-tuotemerkestä, jonka tunnettuus ja toimintakenttä rajoittuvat lähinnä Ranskaan. Lisäksi Baco-tuotemerkin alla markkinoitavat tuotteet ovat perinteisiä, standardoituja ja yhdenmukaistettuja eivätkä siten kasvata lainkaan Schneiderin tuotevalikoimaa.

C.4.3 Ehdotetulla toimenpiteellä poistetaan tärkein kilpailutekijä Ranskan markkinoilta

(756) Ensimmäiseksi on tuotava esiin, että osapuolet eivät kiistä väitettä, jonka mukaan se, että yhdistetyllä yrityksellä on laaja merkkikokoelma, jolle ei löydy vertausta kilpailijoiden joukosta, tarjoaa kilpailuedun. Tässä yhteydessä on merkityksellistä, että Schneider säilytti Mafelec-tuotemerkin hankittuaan vuonna 1997 määräysvallan kyseisessä yrityksessä ⁽²⁷⁰⁾. Telemecanique-tuotemerkki on toki kyseisten tuotteiden alalla tunnetumpi ja läsnä laajemmalla alueella kuin Baco- ja Legrand-tuotemerkit, mutta jälkimmäiset ovat erittäin tunnettuja Ranskassa, mistä on suoraa hyötyä sulautumassa syntyvälle yritykselle ja mikä vahvistaa sen merkkikokoelmaa.

(759) Ehdotetun toimenpiteen myötä Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilta poistuu kiistattomasti suurin ja toiseksi suurin toimija. Schneider- ja Legrand-konsernien välinen kilpailu oli kyseisten markkinoiden rakenteen ja kilpailun kannalta määrättelevä tekijä. Toteamus vahvistetaan kummankin osapuolen sisäisissä asiakirjoissa.

(757) Toiseksi ei ole kiistetty, että Schneider markkinoi samoja valvonta- ja merkinantoapuvälineiden ryhmiä kuin Legrand. Tämä ei kuitenkaan muuta sitä seikkaa, että ilmoitettu toimenpide vahvistaa merkittävästi Schneiderin asemaa ainakin yhden tuoteryhmän alalla: nokkakäytinten alalla, jolla Bacon markkinaosuus on yli [20—30]* prosenttia.

(760) Legrandin tytäryhtiön Bacon, joka vastaa pääosin konsernin toiminnasta valvonta- ja merkinantoapuvälineiden alalla, sisäisestä asiakirjasta ⁽²⁷¹⁾ ilmenee, että Schneider on sen tärkein kilpailija kyseisillä markkinoilla. Asiakirjassa todetaan, että "valvonta- ja merkinantoapuvälineiden alalla perinteisesti vaikea kilpailutilanne Schneiderin kanssa säilyy ennallaan lyhyellä ja keskipitkällä aikavälillä, sillä yrityksellä on uusi valikoima" ⁽²⁷²⁾. Siinä selitetään todellakin, että Baco "pysyttelee puolustusasemissa siihen asti, kunnes markkinoille tulee vuonna 2003 uusi valikoima, joka kilpailee Schneiderin Harmonyn kanssa" ⁽²⁷³⁾. Lopuksi asiakirjassa tuodaan esiin, että Schneider "käyttäytyy erittäin aggressiivisesti kaikilla teollisuustuotteiden asiakassegmenteillä (jälleenmyynti, sähkösuunnittelijat, sähköasentajat)" ⁽²⁷⁴⁾, mihin sisältyvät valvonta- ja merkinantoapuvälineet.

(761) Lisäksi Schneiderin sisäisessä asiakirjassa ⁽²⁷⁵⁾ ilmoitetaan, että Schneider hankki Mafelec-yhtiön Bacon haastamiseksi kyseisillä markkinoilla. Asiakirjassa esitetäänkin, että Schneiderin tavoitteena oli hankinnan kautta yhtäältä "vallata sarjatuotantokoneiden markkinat" ja toisaalta "estää sarjatuotantokoneiden segmentillä toimivia kilpailijoita pääsemästä teollisuuskoneiden ja erikoiskoneiden markkinoille". Baco esitetään kuitenkin Omro-

(758) Johtopäätöksenä voidaan siis todeta, että Baco- ja Legrand-tuotemerkkien lisääminen Schneiderin hallussa jo

⁽²⁷¹⁾ "Plan Moyen Terme 2001—2005 France Baco". Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽²⁷²⁾ Em. asiakirja, s. 11.

⁽²⁷³⁾ Em. asiakirja, s. 9.

⁽²⁷⁴⁾ Em. asiakirja, s. 5.

⁽²⁷⁵⁾ Hankintakomitean 17. lokakuuta 1997 päivätty selonteko. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽²⁶⁹⁾ Vastauskirjelmän 798 kohta ja seuraavat kohdat.

⁽²⁷⁰⁾ Schneiderin sisäinen asiakirja, joka on toimitettu vastauksena 10. heinäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113. Hankintakomitean 17. lokakuuta 2001 päivätty selonteko Schneiderista, s. 5.

nin tavoin sarjatuotantokonemarkkinoiden asiantuntijana. Onkin merkityksellistä, että Bacon nimi on asiakirjassa yliviivattu korostuskynällä toisin kuin Omronin nimi. Schneider siis hankki Mafelecin vahvistaakseen asemaansa sarjatuotantokonemarkkinoilla ja voidakseen siten kilpailla Bacon kanssa sen ydinmarkkinoilla. Tällä se pyrki estämään Bacoa haastamasta sen asemaa läheisillä teollisuuskoneiden ja erikoiskoneiden markkinoilla.

(762) Osapuolet ovat kiistäneet vastauskirjelmässään⁽²⁷⁶⁾ päätelmän, jonka mukaan ehdotetulla toimenpiteellä poistetaisiin tärkein kilpailutekijä Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilta.

(763) Osapuolet ovat ensimmäiseksi korostaneet, että Legrandin markkinaosuus ([0—10]* prosenttia) on melko pieni ja aika lailla saman suuruinen kuin K&N:n ([0—10]* prosenttia) ja Moellerin ([0—10]* prosenttia) markkinaosuudet. Lisäksi, kun otetaan huomioon Schneiderin suuri markkinaosuus kyseisillä markkinoilla ([50—60]* prosenttia), sen asema vahvistuu ehdotetun toimenpiteen myötä vain vähän. Toiseksi osapuolten mukaan sillä, että Bacon sisäisessä asiakirjassa mainitaan Schneider tärkeimpänä kilpailijana, ei ole mitään merkitystä, koska Schneider on Euroopan johtaja kyseisillä markkinoilla ja kaikki kilpailijat käyttävät sitä vertailukohtana markkinoiden kilpailuanalyysissaan. Kolmanneksi osapuolet korostavat vielä, ettei Schneider hankkinut Mafelecia haastaakseen Bacon Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla vaan tullakseen kalvonäppäimistöjen kapean erikoisalan markkinoille, joille se ei ollut aiemmin ollut läsnä.

(764) Nämä osapuolten väitteet eivät pidä tarkastelussa. Aluksi on syytä muistuttaa, että Legrand on Schneiderin jälkeen toiseksi suurin toimija Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla, vaikka sen markkinaosuus ei olekaan paljon suurempi kuin K&N:n ja Moellerin markkinaosuudet. Ehdotetulla toimenpiteellä yhdistetään siis kaksi suurinta kilpailijaa kyseisillä markkinoilla.

(765) Baco eroaa lisäksi K&N:stä ja Moellerista kolmesta olenaisesta syystä.

(766) Ensinnäkin, toisin kuin K&N ja Moeller, Baco toteuttaa suurimman osan kyseisiä tuotteita koskevasta liikevaihdostaan Ranskassa⁽²⁷⁷⁾. Toisin kuin kahden edellä mainitun kilpailijansa Bacon on siis tärkeää ellei välttämä-

töntä säilyttää markkinaosuutensa Ranskassa, minkä johdosta se on suorassa ja erityisessä kilpailusuhteessa Schneiderin kanssa. K&N:llä ja Moellerilla on todellakin vahva asema Ranskan ulkopuolellakin. Ranskan osuus niiden kyseisten tuotteiden myynnistä on vain melko vähäinen⁽²⁷⁸⁾. Niillä ei siis ole samoja kimmokkeita kilpailla Schneiderin kanssa Ranskan markkinoilla kuin Bacolla.

(767) Baco hyötyy myös Legrand-konsernin vahvasta asemasta pääsyssä jakelukanavaan Ranskassa, mitä kilpailuetua ei ole sen enempää Moellerilla kuin K&N:lläkään, joiden osuus Ranskassa toimivien tukkukauppiain liikevaihdosta on äärimmäisen pieni, vaikka siihen laskettaisiin mukaan kaikki tuoteryhmät. Legrandin sisäisessä asiakirjassa⁽²⁷⁹⁾ toistetaan useaan otteeseen, että pääsy jakelukanavaan on yksi Bacon ”kiintopisteistä”.

(768) Bacolla on lopuksi Ranskassa erittäin tunnettu tuotemerkki ja yli [10—20]* prosentin markkinaosuudella johtoasema nokkakytkinten alalla. Legrandin sisäisessä asiakirjassa⁽²⁸⁰⁾ toistetaan useaan otteeseen, että Bacolla on ”alalla pitkään ikään, pätevyyteen ja kokemukseen perustuva legitimiys”. Baco voi siis käyttää tätä nokkakytkinten alalla pitämäänsä vahvaa asemaa vipuna kasvattaakseen valikoimansa muiden tuotteiden myyntiä. Legrandin sisäisessä asiakirjassa⁽²⁸¹⁾ todetaan useaan otteeseen, että valvonta- ja merkinantoapuvälineiden erilaisten ryhmien väliset yhteisvaikutukset ovat yksi Bacon vahvuuksista.

(769) Kaikista edellä mainituista syistä Baco vaikuttaa olevan Schneiderin aktiivisin ja vaarallisin kilpailija Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla.

(770) Samankaltainen päätelmä ilmenee Schneiderin sisäisten asiakirjojen analyysistä. Schneiderin luottamuksellisessa asiakirjassa⁽²⁸²⁾ todetaan, että konsernin toinen prioriteetti kaudella 2000—2003 on [...]*. Baco kuitenkin

⁽²⁷⁸⁾ Ks. edellä taulukko 26.

⁽²⁷⁹⁾ ”Plan Moyen Terme 2001—2005 Baco France”, s. 39, 41. Asiakirja on toimitettu vastauksena 10. heinäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽²⁸⁰⁾ ”Plan Moyen Terme 2001—2005 Baco France”, s. 39, 41 ja 43. Asiakirja on toimitettu vastauksena 10. heinäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽²⁸¹⁾ ”Plan Moyen Terme 2001—2005 Baco France”, s. 39, 41 ja 43. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽²⁸²⁾ Schneiderin ”Plan d’Offre Produits-Services 2000 Dialogue Electromecanique”. Liite 8, joka on toimitettu vastauksena 20. maaliskuuta 2001 kyselylomakkeen kysymykseen 40.

⁽²⁷⁶⁾ Vastauskirjelmän 801 kohta ja seuraavat kohdat.

⁽²⁷⁷⁾ Ks. edellä taulukko 26 ja väitetiedoksiintoon toimitetun vastauskirjelmän 799 kohta.

vastaa tätä kaksinaista määritelmää, sillä se toteuttaa suurimman osan liikevaihdostaan Ranskassa ja sillä on erityisen hyvä asema markkinoiden erityisellä segmentillä: nokkakytkinten segmentillä. Toisessa Schneiderin luottamuksellisessa asiakirjassa ⁽²⁸³⁾ Baco kuvataan erityisasiantuntijana. Näin ollen, riippumatta siitä, minkä takia Schneider hankki Mafelecin, Schneiderin lähivuosien strategiana Ranskan markkinoilla oli haastaa ensisijaisesti Baco.

- (771) Kaikista edellä mainituista syistä Schneiderin ja Legrandin välinen kilpailu oli tärkein kilpailutekijä Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla.

C.4.4 Markkinoiden järjestely ei mahdollista sellaisen ostovoiman ilmaantumista, joka voisi toimia vastapainona sulautumassa syntyvälle yritykselle

- (772) Valvonta- ja merkinantoapuvälineiden valmistajat myyvät tuotteitaan kahden pääasiallisen väylän kautta: tukku-kauppiain ja suoran myynnin kautta.

- (773) Legrandin sisäisestä asiakirjasta ilmenee, että Baco myy [40—50]* prosenttia valvonta- ja merkinantoapuvälineistään jälleenmyyjien kautta ja Legrand puolestaan [90—100]* prosenttia ⁽²⁸⁴⁾. Schneiderin asiakirjasta ilmenee, että Mafelec myy [50—60]* prosenttia tuotteistaan suoran myynnin kautta, kun taas Schneiderin tuotteista [50—60]* prosenttia myydään tukkukauppiainien kautta ⁽²⁸⁵⁾.

- (774) Osapuolet selittävät, että valvonta- ja merkinantoapuvälineitä myyvät samat tukkukauppiat kuin muita toimenpiteen kohteena olevia sähkölaitteita ⁽²⁸⁶⁾. Uuden konsernin voima Ranskan muilla sähkölaitteiden markkinoilla (ks. edellä, etenkin taulukko 30) asettaa sen siis erityisasemaan tukkukauppiainien kautta tapahtuvan myynnin jakelukanavassa.

⁽²⁸³⁾ Hankintakomitean 17. lokakuuta 1997 päivätty selonteko, s. 2. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽²⁸⁴⁾ "Plan Moyenne Terme 2001—2005 France Baco", s. 20. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽²⁸⁵⁾ Hankintakomitean 17. lokakuuta 1997 päivätty selonteko, s. 6. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

⁽²⁸⁶⁾ Osapuolten vastaus 15. maaliskuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 13.

- (775) Suora myynti tapahtuu pääasiallisesti alkuperäislaitteiden valmistajien parissa ja vain toissijaisesti sähkösuunnittelijoiden ja -asentajien parissa ⁽²⁸⁷⁾. Nämä kuluttajat eivät kahdesta syystä pysty toimimaan vastapainona Schneider/Legrandin voimalle Ranskan markkinoilla.

- (776) Ensinnäkin osapuolet eivät ole esittäneet mitään näyttöä siitä, että yksi tai useampi näistä kuluttajista edustaisi riittävän merkittävää osaa markkinoista, jotta sitä tai niitä voitaisiin pitää tosiasiallisena ostovoimana. Vaikka osapuolien asiakkaisiin kuuluukin joitakin suuria konserneja, suurin osa asiakkaista on suuria pk-yrityksiä, jotka ovat erikoistuneet teollisuuskoneiden valmistukseen.

- (777) Toiseksi voitaisiin väittää, että nämä kuluttajat pystyisivät melko helposti vaihtamaan tavarantoimittajaa ja siten vilkastuttamaan kilpailua. Vaikka valvonta- ja merkinantoapuvälineiden toimittaja olisikin helppo vaihtaa, on todettava, että Euroopan suurimmat valvonta- ja merkinantoapuvälineiden valmistajat (Moeller ja Siemens) toimivat jo Ranskan markkinoilla ja että niiden markkinaosuudet ovat siellä erittäin pienet. Kaikki viittaa siihen, että nämä valmistajat ovat valinneet strategiakseen hyödyntää osapuolien Ranskassa vaatimia korkeita hintoja (ks. edellä) sen sijaan, että ne yrittäisivät viedä kahdelta hallitsevalta toimijalta markkinaosuuksia. Mikään ei viittaa siihen, että kilpailijat muuttaisivat strategiaansa ja hintapolitiikkaansa ryhtyäkseen aktiivisiksi kilpailijoiksi markkinoilla.

- (778) Osapuolet väittivät vastauskirjelmässään ⁽²⁸⁸⁾, ettei ole mitään syytä uskoa, että osapuolten suorat asiakkaat pysyisivät sulautumassa syntyvän yrityksen asiakkaina, jos se päättäisi korottaa myyntihintojaan. Osapuolten mukaan kilpailijat, joiden tuotteita myydään Ranskassa ja sen viereisissä jäsenvaltioissa, kohdistavat nykyään Schneideriin ja Legrandiin tosiasiallista ja potentiaalista kilpailupainetta, joka kohdistuu tulevaisuudessa uuteen yritykseen. Lisäksi osapuolten mukaan ei ole mitään syytä olettaa, etteivät nämä kilpailijat pyrkisi tulevaisuudessa kasvattamaan markkinaosuuksiaan, vaikka ne nykyään tyytyvätkin seuraamaan Schneiderin aloitteita. Osapuolten mukaan Moeller olisi pyrkinyt valtaamaan jalansijaa yhdellä markkinoiden segmentillä, maata-

⁽²⁸⁷⁾ Osapuolten 20. heinäkuuta 2001 antama vastaus komission 10. heinäkuuta 2001 esittämään pyyntöön.

⁽²⁸⁸⁾ Vastauskirjelmän 806 kohta ja seuraavat kohdat.

louskoneisiin tarkoitettujen valvonta- ja merkinantoapuvälineiden segmentillä, laskemalla hintojaan ja mukauttamalla tuotteita entistä paremmin asiakkaiden tarpeisiin.

sillä markkinoilla. Ilmoitetulla toimenpiteellä siis luodaan määräävä aseman Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla.

(779) Edellä esitetyt osapuolten väitteet perustuvat implisiittisesti siihen ajatukseen, että kyseisille markkinoille pääsyn esteet olisivat melko matalat ja että osapuolten kilpailijat pystyisivät tulevaisuudessa kohdistamaan riittävästi tosiasiallista tai potentiaalista kilpailupainetta, joka estäisi osapuolia käynnistämästä tuottoisia hinnankorotuksia. Mutta kuten edellä on jo selitetty, valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoille pääsyn esteet ovat korkeat, etenkin jakelukanavaan on vaikea päästä ja loppuasiakkaisiin on ylläpidettävä läheisiä suhteita. Ranskan markkinoille pääsyn esteet ilmenevät siten, että Siemensin ja Moellerin markkinaosuudet ovat pienet ja kyseisten tuotteiden hinnat ovat korkeat, mitä osapuolet eivät olekaan kiistäneet ⁽²⁸⁹⁾. On siis olemassa rakenteellisia tekijöitä, jotka rajoittavat kilpailun tehokkuutta valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla riippumatta siitä, miten loppuasiakkaat käyttäytyvät.

(780) Kaikki edellä esitetyt tekijät tukevat Legrandin sisäisessä asiakirjassa ⁽²⁹⁰⁾ esitettyä väitettä, jonka mukaan kyseiset markkinat ovat [...]*.

C.4.5 **Päätelmä**

(781) Schneider/Legrandilla on sen kilpailijoihin nähden huomattavia etuja, joiden ansiosta se voi hallita kilpailua Ranskan valvonta- ja merkinantoapuvälineiden markkinoilla. Uusi konserni pystyy näin ollen korottamaan tuotteidensa hintoja menettämättä markkinaosuuksiaan siinä määrin, että korotus kävisi kannattamattomaksi. Tällaisessa tilanteessa on todellakin todennäköistä, että kilpailijat seuraisivat markkinajohtajan käynnistämää hinnankorotusta pikemminkin kuin pyrkisivät kasvattamaan markkinaosuuksiaan. Lisäksi uusi yritys voi korottaa vain joillakin sen tuotemerkeistä myytävien tuotteiden hintoja siten, että kysyntää siirtyisi sen muille tuotemerkeille. Lopuksi yksikään ostovoima ei kykene toimimaan vastapainona Schneider/Legrandin voimalle kysei-

(782) Edellä esitetyistä syistä komissio on tullut siihen johtopäätökseen, että ilmoitetulla toimenpiteellä luodaan määräävä asema, jonka seurauksena tehokas kilpailu olennaisesti estyy seuraavilla markkinoilla:

— nousukeskuksiin tarkoitettujen koteloitujen katkaisijoiden, pienoiskatkaisijoiden ja kaappien markkinat Italiassa;

— ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen pienoiskatkaisijoiden, johtosuoja-automaattien ja koteloiden markkinat Tanskassa, Espanjassa, Italiassa ja Portugalissa;

— liitäntäkatkaisijoiden markkinat Ranskassa ja Portugalissa;

— kaapelihyllyjen markkinat Yhdistyneessä kuningaskunnassa;

— pistorasioiden ja kytkinten markkinat Kreikassa;

— tiivistettyjen laitteiden markkinat Espanjassa;

— kiinnitys- ja liitäntätarvikkeiden markkinat Ranskassa;

— sähkönmuuntotuotteiden markkinat Ranskassa;

— valvonta- ja merkinantoapulaitteiden markkinat Ranskassa.

(783) Lisäksi edellä esitetyistä syistä komissio on tullut siihen johtopäätökseen, että ilmoitetulla toimenpiteellä vahvistetaan määräävää asemaa, jonka seurauksena tehokas kilpailu olennaisesti estyy seuraavilla markkinoilla:

— nousukeskuksiin tarkoitettujen koteloitujen katkaisijoiden, pienoiskatkaisijoiden ja kaappien markkinat Ranskassa;

⁽²⁸⁹⁾ Väitetedoksiantoon toimitetun vastauskirjelmän 807 kohta.

⁽²⁹⁰⁾ "Plan Moyenne Terme 2001—2005 France Baco", s. 34. Asiakirja on toimitettu vastauksena 29. kesäkuuta 2001 päivätyn kyselylomakkeen kysymykseen 113.

- ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen pienoiskatkaisijoiden, johtosuoja-automaattien ja koteloiden markkinat Ranskassa;
- pistorasioiden ja kytkinten markkinat Ranskassa;
- tiivistettyjen laitteiden markkinat Ranskassa;
- turvavalistusjärjestelmien tai turvavaloyksiköiden markkinat Ranskassa.

havaitut kilpailuongelmat) että muodon (muutetut sitoumukset on esitettävä riittävän ajoissa, jotta jäsenvaltioita ehditään kuulla) puolesta.

- (787) Jäljempänä selvitetään, miksi vaihtoehtoinen ehdotus ei komission mielestä täytä korjaustoimenpiteitä koskevan tiedonannon 43 kohdassa asetettuja edellytyksiä.

B. ANALYYSI

VI KORJAUSTOIMENPITEET

Nousu- ja ryhmäkeskusten sekä niiden komponenttien markkinat Tanskassa, Espanjassa, Ranskassa, Italiassa ja Portugalissa

A. MENETTELY

- (784) Ilmoituksen tehnyt osapuoli esitti 14 päivänä syyskuuta 2001 komissiolle ehdotuksia sitoumuksista. Sitoumukset (jäljempänä ”alkuperäiset ehdotukset sitoumuksista”) koskevat kaikkia edellä 782 ja 783 kohdassa tarkoitettuja markkinoita. Komissio toteutti osapuolten ja kolmansien parissa tutkinnan näiden sitoumuksia koskevien ehdotusten arvioimiseksi.
- (785) Komission tutkinnassa mitätöitiin osapuolten 14 päivänä syyskuuta esittämät sitoumukset. Komissio ilmoitti asiasta osapuolille, jotka vastasivat esittämällä 24 päivänä syyskuuta vaihtoehtoisia ehdotuksia. Uudet sitoumukset sisältävän asiakirjan nimi on ”engagements Phase 2” de du 14 septembre 2001 clarifiés avec solutions alternatives du 24 septembre 2001” (Schneider Electricin 14 päivänä syyskuuta 2001 esittämät sitoumukset ”vaihe 2”, niiden selvennykset ja 24 päivänä syyskuuta 2001 esitetyt vaihtoehtoiset ratkaisut, jäljempänä ”vaihtoehtoiset ehdotukset sitoumuksista”).
- (786) Vaihtoehtoisia ehdotuksia sitoumuksista on tarkasteltava korjaustoimenpiteitä koskevan komission tiedonannon ⁽²⁹¹⁾ 43 kohdan puitteissa. Kyseisessä 43 kohdassa asetetaan tiukat edellytykset tällaisten sitoumusten hyväksymiselle sekä sisällön (komission on voitava päätellä selvästi, ilman, että sen tarvitsisi kuulla uudelleen markkinatoimijoita, että muutetut sitoumukset poistavat

Alkuperäiset ehdotukset sitoumuksista olivat riittämättömiä

- (788) Alkuperäiset ehdotukset sitoumuksista koskivat seuraavia toimintoja: ”Legrand Puissance” (nousukeskukset Ranskassa, Legrand-konserni), ”Bticino Puissance” (nousukeskukset Italiassa, Legrand-konserni), ”Legrand Lexic” (ryhmäkeskukset Ranskassa, Espanjassa, Portugalissa ja Tanskassa, Legrand-konserni), ”Multi 9” (ryhmäkeskukset Italiassa, Schneider-konserni) ja Baco-yritys (erotusreleet, Legrand-konserni). Osapuolet ehdottivat, että (i) ne siirtäisivät Euroopassa valikoimien nimiä sekä Italian osalta tuotemerkit Sarel ja Saip; (ii) tarjoaisivat option väliaikaiseen (kolme vuotta) käyttöön seuraaville tuotemerkeille: Legrand Puissance, Bticino Puissance, Legrand Lexic ja Merlin Gerin Modulaire; (iii) siirtäisivät nousukeskusten avaintuotteiden (koteloitujen katkaisijoiden) tuotantoyksikön, yhden Italian markkinoille tarkoitettujen nousukeskusten kaappien tuotantoyksikön, [...]* sijaitsevan pienoiskatkaisijoiden tuotantoyksikön sekä yhden [...]* alueella sijaitsevan ryhmäkeskusten koteloiden ja muiden komponenttien yksikön (jälkimmäisiä ei ole tarkoitettu Italian ryhmäkeskusmarkkinoille); (iv) jakaisivat teollisia tekijänoikeuksien hyödyntämisen; sekä (v) tarjoaisivat myyntivoimaa ja tukkukauppioiden kanssa tehtyjä myyntisopimuksia, sillä myyntioikeudet ovat yksinomaisia väitteiden kohteena olevilla alueilla mutta avoimia muualla Euroopassa tuotemerkkejä Legrand Puissance, Bticino Puissance ja Legrand Lexic koskevien ehdotusten osalta.

⁽²⁹¹⁾ Komission tiedonanto neuvoston asetuksen (ETY) N:o 4064/89 ja komission asetuksen (EY) N:o 447/98 mukaan hyväksyttävistä korjaustoimenpiteistä. EYVL 2001/C 68/03.

- (789) Komissio totesi tutkinnassaan, että ehdotuksista jäi voimakasta epävarmuutta luovutettavien kokonaisuuksien itsenäisestä luonteesta ja kilpailukyvyistä. Epäilyt johtui-

vat lähinnä siitä, että suurin osa luovutettaviksi ehdotetuista kokonaisuuksista ei ollut aikaisemmin itsenäisiä.

- (790) Ensinnäkin Schneider/Legrand-konserni olisi säilyttänyt ainakin osittain omistuksessaan ja käytössään kaiken tekniikan, jota ehdotetut kokonaisuudet käyttävät. Sen mielestä tämä oli kenties oikeutettua siksi, että se säilytti itsellään yhtäältä samoihin tekniikkoihin perustuvat samat toiminnot Euroopan ulkopuolella ja toisaalta ryhmäkeskuksiin ja niiden komponentteihin liittyvät toiminnot Bticino-tuotemerkin alla Euroopassa, sekä lopuksi Merlin Gerinin toiminnot Italian ulkopuolella. Osapuolet sitoutuivat olemaan kilpailematta luovutetun kokonaisuuden kanssa asianomaisilla markkinoilla tarjoamalla samoja tuotteita. Mutta kun käsitettä ”samat tuotteet” ei oltu mitenkään määritelty, Schneider/Legrand olisi voinut vain kehittää Legrandin alkuperäistä tekniikkaa ja tarjota tuotteita, jotka olisivat kilpailleet luovutettujen kanssa. Lisäksi luovutettu kokonaisuus olisi voinut saada välittömästi vastaansa Schneider/Legrandin identtiset tuotteet sellaisilla Euroopan markkinoilla, joilla komissio ei ollut esittänyt väitteitä. Luovutettujen toimintojen tuotemerkkien imagoa olisi siis voitu heikentää ja kilpailukykyä vesittää tarjoamalla ”klooneja”. Tämä olisi vaarantanut joidenkin luovutettujen toimintojen elinkelpoisuuden.
- (791) Lisäksi se, että Schneider/Legrand säilyttää toimintoja, jotka perustuvat luovutettujen tuotteiden kanssa identtisiin tuotteisiin, olisi aiheuttanut merkittäviä ongelmia muun muassa luovutusehdotuksen kohteena olleiden tuotantoyksiköiden taloudellisen kilpailukyvyn kannalta.
- (792) Ensinnäkin osapuolet ehdottivat säilyttävänsä tuotantoyksiköitä, jotka valmistavat samoja tuotteita kuin ne, joista luovutaan. Legrand oli kuitenkin optimoinut tuotannon Euroopan tasolla, joten tuotanto olisi pitänyt järjestää uudelleen luovutettujen tehtaiden ja Schneider/Legrandille jääneiden tehtaiden välillä. Osapuolten mukaan uudelleenjärjestelyn hinta olisi ollut [...]*
- (793) Toiseksi luovutettujen tuotantoyksiköiden olisi pitänyt jatkossakin toimittaa merkittävä määrä tuotteita Schneider/Legrandille, jotta se olisi voinut jatkaa asianomaisten tuotteiden myyntiä markkinoilla, joilla se olisi säilyttänyt myyntioikeudet (Euroopassa ja sen ulkopuolella). Täten [20—60]* prosenttia näiden yksiköiden tuotannosta olisi myyty Schneider/Legrandille. Tehtaiden elinkelpoisuus olisi siis ollut paljolti riippuvaista myynnistä Schneider/Legrandille. Ehdotettujen kokonaisuuksien toiminnan jatkaja olisi puolestaan joutunut tekemään hankintoja Schneider/Legrandille jääneiltä tehtailta (etenkin yhdeltä Napolissa sijaitsevalta tehtaalta) ennen kuin tuotantolinjoja olisi siirretty ja vaihdettu näiden tuotantoyksiköiden välillä.
- (794) Lopuksi osapuolet ehdottivat, että ne luovuttaisivat itsenäisesti Baco-yrityksen, joka omistaa sellaisen tuotantoyksikön, jonka pitäisi toimittaa johtosuoja-automaatteja ja komponentteja Legrand Puissance-Bticino Puissance-Legrand Lexic -toimintojen jatkajalle, jotta yksi luovutetuista tehtaista pystyisi jatkamaan vikavirtasuojakatkaisijoiden valmistamista. Sitoumusten toteutuminen oli siis tältä osin kolmannen osapuolen hyvän tahdon varassa.
- (795) Tutkinnassa kuulluista kolmansista osapuolista suurin osa esitti vakavia epäilyjä sen ehdotuksen laadusta, joka koski ryhmäkeskuksia Italiassa. Ensinnäkin on selvä, että tuotemerkejä Sarel ja Saip lukuun ottamatta sitoumus oli paljon vähäisempi kuin edellä kuvailut, muita sähkönjakokeskuksia koskeneet ehdotukset, jotka nekin olivat riittämättömiä. Ehdotus herätti siis samoja epäilyjä, kuin ne, jotka on kuvailtu edellä, ja siinä oli vielä muitakin haittoja.
- (796) On syytä korostaa, että Schneider/Legrand olisi pysynyt Italian nousukeskusmarkkinoilla tuotemerkillä Merlin Gerin. Sen lisäksi, että tuotemerkin imago on epäselvä ja markkinointimenetelmiä on koordinoitava äärimmäisen läheisillä markkinoilla, nousukeskusten osuus Multi 9 -valikoiman tuotteiden myynnistä on 78 prosenttia. Näiden tuotteiden (pienoiskatkaisijat) myyntiä ”veti” (Merlin Gerinillä säilyneiden) koteloitujen katkaisijoiden myynti, eli valtaosa toiminnan jatkajan myynnistä olisi ollut täysin riippuvaista Schneider/Legrand-konsernista.
- (797) Muut haitat liittyvät siihen, ettei tuotantokapasiteettia tai teollis- ja tekijänoikeuksia ole luovutettu. Schneider olisi jatkanut identtisten tuotteiden myyntiä Italiassa tuotemerkin Merlin Gerin ja valikoiman Multi 9 alla, ja se

olisi voinut vapaasti kehittää näitä tuotteita ottamatta huomioon toiminnan jatkajan erityisiä tarpeita. Lisäksi kilpailukieltolausekkeessa ei kielletty selkeästi luovutettujen tuotteiden jatkokehitystä, joka olisi voinut mahdollistaa nopean paluun markkinoille. Tästä olisi seurannut, että toiminnan jatkajasta olisi tullut eräänlainen edelleenmyyjä Schneiderin tuotteille, joiden tuotantoon tai tekniikkaan sillä ei olisi ollut mitään päätösvaltaa. Jos toiminnan jatkaja olisi halunnut asettua pysyvästi ja riippumattomasti markkinoille, sen olisi siis pitänyt valmistaa omat sähkönjakokeskuksensa. Markkinoille pääsyn esteet olivat kuitenkin niin korkeat, että kyseeseen olisi voinut tulla vain toimija, joka olisi jo ollut läsnä markkinoilla. Tällaisen toimijan olisi siis pitänyt lyhyessä ajassa (i) muuttaa tuotemerkkiä; (ii) mukauttaa Italian markkinoille tarkoitettua tuotantokapasiteettia; (iii) vakuuttaa markkinat siitä, ettei tuotemerkin ja tekniikan vaihto heikennä sen tuotteiden luotettavuutta ja laatua.

(798) Lisäksi Sarelia ja Saipia koskeneisiin ehdotuksiin liittyi erityisiä ongelmia. Sarel-tuotemerkki, jolla myydään tosi-asiallisesti Multi 9 -valikoiman tuotteita, olisi jaettu näiden toimintojen jatkajan, Ranskan "pistorasiat ja kytkimet" -toiminnan jatkajan sekä yleiskaappien osalta (ks. jäljempänä) Schneider/Legrandin kesken. Tämä olisi luonut epävarmuutta tuotemerkin arvosta. Saip-tuotemerkki on olemassa ryhmäkeskusten alalla vain koteloille. Lisäksi vaikuttaa siltä, että Saip-tuotemerkkiä käytetään muilla pienjännitetuotteiden markkinoilla Italiassa. Osapuolet ehdottivat, että ne luopuisivat tuotantovälineistä luopumatta kuitenkaan tehtaasta. Tämä olisi kasvattanut epävarmuutta tarpeesta rakentaa uusi tuotantoyksikkö.

(799) Markkinoille pääsyn alalla osapuolten alkuperäiseen ehdotukseen sisältyi lukuisia epävarmuuksia.

(800) Ensinnäkin, vaikka kaikilla asianomaisilla markkinoilla esiintyy vahvaa merkkiuskollisuutta, korjausehdotukseen ei sisällynyt merkistä luopumista vaan ainoastaan valikoimien nimistä luopumista, johon liittyi mahdollisuus käyttää myytävissä tuotteissa tietyn aikaa Legrand-tuotemerkkiä. Toimintojen jatkajan olisi siis pitänyt paitsi kohdata luovutetun teollisuuden mukauttamiseen liittyvä tekninen epävarmuus (sekä sen aika ja kustannukset) myös vastata tuotteiden merkin muuttamiseen liittyvistä huomattavista kustannuksista samalla, kun sen olisi pitänyt vakuuttaa markkinat siitä, että samanaikaiset muu-

tokset eivät vaikuta tarjonnan luotettavuuteen ja laatuun. Komission tutkimuksessa vahvistettiin, että oman tuotemerkin puuttuminen alusta lähtien aiheuttaa hankaluuksia ja että toiminnan jatkajalta menisi ehdotettuun tuotemerkin vaihtamiseen pitkä aika (noin seitsemän vuotta). Komission tutkimuksessa osoitettiin samalla, että toiminnan jatkaja olisi pitänyt suojata lausekkeilla, joilla olisi kielletty asianomaisille markkinoille palaaminen alkuperäisellä tuotemerkillä yli 10 vuodeksi.

(801) Toiseksi osapuolten ehdotus kärsi siitä, että jotkin toiminnot (kuten myynti, markkinointi ja logistiikka) oli keskitetty Legrand-konserniin. Alkuperäinen ehdotus sitoumuksista ei siis koskenut markkinointi- ja logistiikkatoimintoja, ja siihen sisältyi vain vähäisessä määrin myyntihenkilöstöä [...]*. Legrand Lexicin Ranskan ulkopuolisen myyntihenkilöstön osalta ei esitetty mitään täsmällistä ehdotusta. Lukuihin sisältyi "omistettuja" henkilöitä ja tällaisesta myynnistä osittain vastaavia henkilöitä. Valintaperusteita ei tarkennettu. Koska ehdotus ei koskenut kaikkia myyjiä, Legrand ja Schneider olisivat säilyttäneet kytköksen asiakkaisiin. Kytkös olisi ollut erityisen voimakas niillä markkinoilla, joilla Legrand myy myös vastaanottopään laitteita (pistorasioita jne.) ja joilla sillä on vahva asema. Yhdistetty yritys olisi siis voinut ohjata asiakkaansa ostamaan Schneider/Legrandin tarjoamia sähkönjakokeskuksia. Keskeisistä toiminnoista (ja niihin liittyvistä tietojärjestelmistä) komission tutkimuksessa osoitettiin, että nämä toiminnot voidaan siirtää, mutta siirtoon liittyy merkittäviä riskejä.

(802) Lopuksi osapuolet ehdottivat, että ne siirtäisivät tukkukauppiaiden kanssa tehdyt myyntisopimukset. Komission tutkimuksessa asetettiin kyseenalaiseksi toiminnan jatkajien kyky myydä riittävästi tukkukauppiaille (eli yhtä paljon kuin luovutetut yksiköt myivät aikaisemmin). Osapuolet myöntävät alennuksia [...]*. Osapuolten mukaan alennukset ovat suuruudeltaan noin [0—10]* prosenttia. Ei ole lainkaan varmaa, että toiminnan jatkaja voisi myöntää samanlaisia alennuksia, kun otetaan huomioon kuin Schneider/Legrand. Jos se ei voisi myöntää samanlaisia ehtoja, tukkukauppiat voisivat päättää, että ne jatkavat etuoikeutettuja myyntiehtoja, joita ne ovat jo myöntäneet Schnei-

derille ja Legrandille. On syytä tuoda esiin, ettei tämä johtaisi välttämättä toiminnan jatkajien pois sulkemiseen, vaan se pikemminkin asettaa kyseenalaiseksi niiden kyvyn luoda samankaltaiset kilpailuolot, jotka luovutulla yksiköllä oli silloin, kun se kuului Schneideriin tai Legrandiin.

nyt osapuoli ehdotti luovuttavansa [...]*. Ehdotukseen liittyy tuotemerkin [...]* tilapäinen luovuttaminen koko Euroopan alueella ja yhden ylimääräisen tuotantoyksikön [...]* myyminen sekä ylimääräisiä tuotantoyksiköiden [...]* siirtämiä. Toisin sanoen osapuolet ehdottavat luovuttavansa [...]*.

(803) Ongelma oli erityisen korostunut Ranskassa. Schneiderilla on jo määräävä asema sähkönjakokeskusten markkinoilla (noin [40—70]* prosentin osuus nousukeskusten markkinoilla ja noin [40—70]* prosentin osuus ryhmäkeskusten markkinoilla) ja Legrandilla on määräävä asema suurimmalla osalla muita pienjännitetuotteiden markkinoita (esimerkiksi [70—100]* prosentin osuus pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla). Kuten väitetiedoksiannossa on selitetty (ja mitä osapuolet eivät ole kiistäneet), näiden kahden yrityksen yhdistyminen johtaa hallitsevaan asemaan suhteessa Ranskan tukkukauppiaisiin ([30—60]* prosenttia tukkukauppiaiden kokonaisuustoista). Ehdotetut sitoumukset olisivat toki vaikuttaneet kielteisesti yhdistetyn yrityksen asemaan suhteessa tukkukauppiaisiin. Uusi yritys olisi kuitenkin pysynyt määrävissä asemassa suurimmalla osalla asianomaisista markkinoista, ja se olisi säilyttänyt hallitsevan asemansa. Tukkukauppiaiden välttämättömänä sopimuslumpuina Schneider/Legrand olisi pystynyt hallitsemaan Legrand Puissance-Bticino Puissance-Legrand Lexic -toimintojen jatkajan myyntiä tukkukauppiaille esimerkiksi varmistamalla, ettei se pysty kohdistamaan samanlaista aktiivista kilpailupainetta kuin Legrand oli kohdistanut.

(806) Ehdotuksen ansiona on, että sillä poistetaan selkeästi [...]* toimintojen päällekkäisyydet kaikilla niillä markkinoilla, joilla ilmoitettu toimenpide johtaa määrävien asemien luomiseen tai vahvistamiseen. Sillä ei kuitenkaan poisteta kaikkia epäilyjä ja riskejä, jotka liittyvät siihen, ettei ehdotettu kokonaisuus ole itsenäinen ja täysin toimiva.

(807) Ensinnäkin vaihtoehtoinen ehdotus herättää samat kysymykset [...]* täydellisyydestä ja jakamisesta kuin alkuperäiset ehdotukset. Kuten edellä on esitetty, joitakin keskeisistä toiminnoista (markkinointi, myyntituki, suhteet jälleenmyyjiin, logistiikka jne.) ei siirrettäisi kokonaisuudessaan. Lisäksi, samalla tavoin kuin edellä on esitetty alkuperäisestä ehdotuksesta, vaihtoehtoinen ehdotus ei kata asianomaista myyntihenkilöstöä kokonaisuudessaan ja tuotemerkin jakamiseen liittyvät ongelmat säilyvät ennallaan.

(804) Johtopäätöksenä ehdotuksista sitoumuksista, jotka koskevat nousukeskusten ja niiden komponenttien markkinoita Ranskassa ja Italiassa sekä ryhmäkeskusten ja niiden komponenttien markkinoita Tanskassa, Espanjassa, Ranskassa, Italiassa ja Portugalissa, osapuolten ehdotus oli lähinnä sekoitus toimintoja, jotka oli erotettu epäselvästi alkuperäisestä konsernista ja joiden kyky toimia itsenäisesti ja alkuperäiset kilpailuolot palauttavana kilpailuvoimana herätti vakavia epäilyjä.

(808) Toiseksi vaihtoehtoinen ehdotus edellyttää toimintojen siirtämistä tehtaasta toiseen. Esimerkiksi [...]*. Samaten tuotantolinjat [...]* siirrettäisiin [...]* tuotantoyksikköön. Lopuksi, kuten ennenkin, [...]* yhdistettäisiin [...]* yhdeksi tai kahdeksi yksiköksi. Muutot herättävät epäilyjä kyseisten toimintojen jatkuvuudesta sekä tällaisiin siirtoihin sisältyvien teollisten epävarmuuksien johdosta että osaamisen menetysten johdosta [...]*. Komissio ei myöskään kykene arvioimaan, pystyvätkö yksiköt, joille asianomaiset toiminnot siirretään, jatkamaan niitä kilpailukykyisesti (käytössä oleva tila, tuotantokustannukset, toimitusten saatavuus jne.).

Syyskuun 24. päivänä jätetyt vaihtoehtoiset ehdotukset sitoumuksista

(805) Vastauksena komission alkuperäisten sitoumusten tehokkuudesta esittämiin vakaviin epäilyihin ilmoituksen teh-

(809) Lopuksi vaihtoehtoinen ehdotus rajoittuu Eurooppaan, vaikka asianomaisten teollisuuslaitosten liikevaihdosta [...]* on peräisin Euroopasta suuntautuvasta viennistä. Ehdotettujen korjaustoimenpiteiden mukaan tämä Euroopasta suuntautuva myynti jäisi Schneider/Legrandille. Osapuolet ovat kiinnittäneet komission huomion siihen, että [300—500]* miljoonan euron kokonaisympäryksestä ehdotettu yritys toteuttaa nykyään [50—250]* miljoonan euron liikevaihdon Euroopan

ulkopuolella. Tämä tarkoittaa, että kaikki luovutettaviksi ehdotetut tuotantoyksiköt toimittaisivat Schneider/Legrandille jatkossakin keskimäärin neljänneksen nykyisestä tuotannostaan. Riippuvuussuhde on erityisen räikeä [...] tehtaan osalta, jonka tuotannosta yli [40—70]* prosenttia myytäisiin Euroopan ulkopuolelle. Ongelman ratkaisemiseksi osapuolet ehdottavat [...]. Tämä vähentäisi joka tapauksessa välittömästi tai ajan myötä kyseisten tehtaiden tuotantoa ja siten nostaisi niiden yksikkökustannuksia. Tällainen yksikkökustannusten nousu haittaisi niiden kilpailukykyä katteen osalta. Luovutetun kokonaisuuden tuotantoyksiköiden kilpailukykyyn heikkenemisen vaikutukset vaihtelisivat eri maissa. Ranskan markkinoilla, joilla Schneider on jo määräävässä asemassa, vaikutus olisi voimakas, kun taas Italian ryhmäkeskusmarkkinoilla divestoitujen markkinaosuuksien suuri määrä voisi kestää tämän kilpailukykyyn heikkenemisen.

(810) Edellä esitettyjen ongelmien lisäksi vaihtoehtoinen ehdotus ei ratkaise markkinoille pääsyn osalta etenkin Ranskassa yksilöityjä ongelmia. Markkinoille pääsyn edellytykset, joista Legrand hyötyi ennen toimenpidettä, eivät liittyneet ainoastaan sen asemaan (joka oli melko vaatimaton verrattuna Schneideriin etenkin nousukeskusten alalla) sähköjakokeskusten alalla, vaan myös sen huomattavaan vahvuuteen vastaanottopään laitteiden markkinoilla (pistorasiat, kytkimet jne.). Komission tutkinnassa vahvistettiin, ettei yksikään muu markkinatoimija kykene tarjoamaan tukkukauppiaille samankaltaisia ehtoja kuin Legrand (jolla on määräävä asema ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden alalla) ja Schneider (jolla on määräävä asema sähköjakokeskusten alalla). Toiminnan jatkaja ei siis olisi voinut hyötyä ehdoista, joita tukkukauppiat [...] myönsivät asianomaisille tuotteille, mikä (komission tutkinnan mukaan) olisi voinut vaikuttaa merkittävästi sen kilpailukykyyn. Riski olisi vielä voimistunut, kun toiminnan jatkaja olisi saanut keskittymään toteuduttua vastaansa yrityksen, jossa yhdistyvät Schneider ja Legrandin vahvuudet.

(811) Komissio on todennut, että Ranskassa toimenpiteellä vahvistettaisiin Schneiderin määräävää asemaa nousu- ja ryhmäkeskusten markkinoilla. Kuten ehdotetun toimenpiteen kilpailuvaikutusten analyysia koskevissa kohdissa on edellä analysoitu, vahvistuminen johtuu etenkin kahdesta tekijästä: Legrandin markkinaosuuksien lisäämisestä Schneiderin markkinaosuuksiin (lisääminen olisi

poistettu vaihtoehtoisessa ehdotuksessa) ja Schneiderin aseman vahvistumisesta suhteessa sähkölaitteiden jälleennyymiin, mikä olisi seurannut myyntien yhdistämisestä ja Legrandin hallitsevasta asemasta ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden alalla. Kuten edellä on esitetty, ehdotetun toiminnan jatkaja ei suinkaan pysty aiheuttamaan samanlaista kilpailupainetta kuin Legrand kohdisti Schneideriin (eikä varsinkaan uuteen yhdistettyyn yritykseen Schneider/Legrand). Näin ollen ehdotetut sitoumukset eivät poista kilpailunvastaisia vaikutuksia, joita toimenpiteellä on kyseisille markkinoille.

(812) Johtopäätöksenä voidaan todeta, ettei ilmoituksen tehneen osapuolen vaihtoehtoinen ehdotus poista kaikkia riskejä, jotka jäivät alkuperäisessä ehdotuksessa jäljelle (jotkin riskeistä voivat itsessään asettaa toimenpiteen tehokkuuden kyseenalaiseksi), eikä se ratkaise Ranskan sähköjakokeskusten ja niiden komponenttien markkinoilla esiin tuotuja väitteitä. Joka tapauksessa komissio ei voi tämän ehdotuksen pohjalta ottaa kantaa siihen, voitaisiinko ne hyväksyä, ilman uutta tutkimusta (jota ei voida toteuttaa tässä menettelyvaiheessa).

Liitäntäkatkaisijoiden markkinat Ranskassa ja Portugalissa

(813) Alkuperäisessä ehdotuksessa sitoumuksista Baco-yritys luovutettaisiin kokonaisuudessaan kaikki sen aineelliset ja aineettomat varat, henkilöstö ja myyntisopimukset mukaan luettuina. Baco toimii myös johtosuoja-automaattien ja valvonta-apulaitteiden aloilla. Näitä tuotteita myydään tuotemerkeillä Baco ja Legrand. Tuotanto tapahtuu Strasbourgissa sijaitsevassa tehtaassa.

(814) Ehdotetulla sitoumuksella poistetaan kilpailuun liittyvä päällekkäisyys Schneiderin kanssa liitäntäkatkaisijoiden markkinoilla. Baco on lisäksi täysin toimiva yritys, jonka toiminta vaikuttaa itsenäiseltä. Mutta, kuten edellä on esitetty, osa Bacon tuotannosta on riippuvuussuhteessa Legrandin muiden sähköjakokeskusten alan toimintojen kanssa. Vaikuttaa erityisesti siltä, että neljäsosa Bacon liikevaihdosta on peräisin alihankinnasta muulle Legrand-konsernille. Komission tutkinnassa on siis osoitettu, että Bacon myynti pitäisi yhdistää Legrandin sähköjakokes-

kusten alan toimintojen myyntiin. Tutkinnassa on myös osoitettu, että tällä varauksella osapuolten ehdotuksella voitaisiin ratkaista kilpailuongelmat Ranskan ja Portugalin liitännäkattokaisijoiden markkinoilla.

- (815) Osapuolten vaihtoehtoisessa ehdotuksessa esitetään, että Bacon toimitukset irrotettaisiin muusta Legrandista [...]*, ja siinä jätetään avoimeksi mahdollisuus [...]* liittyvästä luovutuksesta. Bacon myyntiehdotus on joka tapauksessa yhdistettävä muiden sähköjakokeskusten alan toimintojen myyntiin, ja siksi ehdotusta ei voida tällaisenaan hyväksyä.

Valvonta- ja merkinantoapulaiteiden markkinat Ranskassa

- (816) Ehdotettu sitoumus on Bacon luovuttaminen. Sillä poistetaan kilpailuun liittyvä päällekkäisyys Schneider-konsernin kanssa Ranskan valvonta- ja merkinantoapulaiteiden markkinoilla. Bacosta edellä esitetyt huomiot pätevät tähänkin.

Pistorasioiden ja kytkinten markkinat Ranskassa

Alkuperäiset ehdotetut sitoumukset olivat riittämättömiä

- (817) Alkuperäinen ehdotettu sitoumus oli Schneiderin tytäryhtiöiden, Alombardin ja Scanelecin, luovuttaminen. Alombard on erikoistunut pistorasioiden ja kytkinten valmistamiseen, mutta sillä on myös toimintaa kiinnitys- ja liitännätarvikkeiden markkinoilla. Alombardilla on omat tuotanto- ja tuotekehityksiköt Orléansissa. Ehdotus sitoumuksesta kattoi kaikki Alombardin aineelliset ja aineettomat varat. Scanelecin toiminta koostuu ryhmäkeskuksesta myötävirtaan sijaitsevien laitteiden myynnistä itsepalvelumyymälöihin. Ehdotus sitoumuksesta kattoi kaikki Scanelecin aineelliset ja aineettomat varat.

- (818) Komission tutkinnassa osoitettiin, ettei ehdotuksella olisi palautettu tehokasta kilpailua asianomaisille markkinoille.

- (819) Ensinnäkin Alombardin tarjoamista valikoimista niitä, jotka ovat sen omia, pidetään markkinoilla vanhentuneina. Muut valikoimat ovat muiden Schneider-konsernin yritysten (joita ei siirretä) kehitteitä.

- (820) Lisäksi luovutusehdotukset toivat kyseisten kahden yrityksen itsenäisyyden osalta esiin suuria ongelmia, sillä ne kuuluvat nykyään Schneider-konserniin. Alombard hankkii suurimman osan komponenteistaan muilta Schneider-konsernin yrityksiltä. Jollei toiminnan jatkaja haluaisi jäädä riippuvaiseksi Schneider/Legrandista, sen pitäisi siis käynnistää uusia tuotantolinjoja integroidakseen Alombardin omaan yritykseensä, mikä vaatisi vuodesta kahteen vuoteen aikaa sekä merkittäviä investointeja. Lisäksi Alombardin myyntihenkilöstö ja osa sen keskeisistä toiminnoista on [...]*. Toiminnan jatkajan pitäisi siis uudistaa myyntihenkilöstö ja korvata keskeiset toiminnot.

- (821) Scanelec tekee kaikki hankintansa Schneider-konsernilta, tarjoaa tuotteita Schneiderin tuotemerkeillä ja [...]* sen henkilöstöstä on tehnyt sopimuksen Schneiderin kanssa. On vaikea kuvitella, että yritys voisi säilyä pitkään irrallaan Schneider-konsernista. Scanelecin ja Alombardin myyntiä ei voida kuitenkaan erottaa toisistaan, sillä kummankin osuus toisen toiminnasta on [10—30]* prosenttia. Analyysi vahvistettiin komission tutkinnassa.

- (822) Lopuksi Alombardin ja Scanelecin osuus Ranskan pistorasioiden ja kytkinten markkinoista on hyvin pieni (noin [0—10]* prosenttia) suhteessa sulautumassa syntyvän yrityksen [80—100]* prosentin osuuteen. Kun otetaan huomioon Schneider/Legrandin hallitseva asema Ranskan tukkukauppiaiden parissa kaikilla pienjännitelaitteiden markkinoilla, oli hyvin epätodennäköistä, että luovutettu yritys olisi kyennyt kohdistamaan samankaltaista kilpailupainetta kuin se, jota Schneider-konserni kohdisti (jälkimmäinen pystyi käyttämään vahvaa asemaansa sähköjakokeskusten alalla kannustaakseen tukkukauppiaita myymään sen pistorasioita).

- (823) Johtopäätöksenä ehdotus sitoumuksesta, joka koski Scanelecin ja Alombardin luovuttamista, ei olisi palauttanut alkuperäisiä kilpailuloja.

Syyskuun 24. päivänä jätetyt vaihtoehtoiset ehdotukset sitoumuksista

- (824) Vaihtoehtoisia sitoumuksia ovat [...]*. Komissiolle toimitettujen tietojen perusteella [...]*
- (825) Vaihtoehtoisella ehdotuksella poistettaisiin siis muutakin kuin Schneiderin ja Legrandin välinen kilpailuun liittyvä päällekkäisyys. Se tuo kuitenkin esiin kaksi tärkeää kysymystä.
- (826) Ensinnäkin herää kysymys kilpailukyvyistä [...]*. Etenkin on ilmennyt, että merkittävä osa (20—30 prosenttia) [...]* liikevaihdosta on peräisin komponenttien toimittamisesta muille toimialoille [...]*. Osapuolet ehdottavat, että tämä toimitustoiminta erotetaan ennen divestointia [...]*, mutta erottamisen vaikutuksista sen kannattavuuteen [...]* ja tarjonnan kilpailukykyyn on epäilyjä. Näiden seikkojen tarkka analyysi edellyttäisi uutta tutkintaa.
- (827) Lisäksi Legrand oli ennen toimenpidettä määrävissä asemassa Ranskan pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla (sen kokonaisosuus oli [80—90]* prosenttia [...]*). Sen tärkein kilpailija oli Alombard ([0—10]* prosenttia), joka hyötyi kytköksestä Schneider-konserniin (niin tuotteiden osalta Lexelin kautta kuin tukkukauppiaille suunnatun myynnin osalta). Toimenpiteen ja sitoumuksen toteuttamisen jälkeen tilanne on [...]*. Vain kukaan epätodennäköistä, että uusi yritys pystyisi säilyttämään markkinaosuutensa. Ensinnäkin Schneider tavoitelti sisäisissä asiakirjoissaan noin [10—20]* prosentin markkinaosuutta [...]* alalla. Sitoumus vaikuttaa keskitymään siten, että se poistaa tämän dynamiikan. Sen jälkeen Schneider/Legrand pystyy harjoittamaan samantyyppistä merkkin eriyttämistä [...]* kuin aikaisemmin ja eristää [...]*. Kun siis otetaan huomioon määrävä asema, joka Legrandilla oli ennen toimenpidettä, se, että yhdistetyllä yrityksellä on jatkossakin kaksi pääasiallista tuotemerkkiä (Legrand ja [...]*), sekä uuden yrityksen asema tukkukauppioiden välttämättömänä sopimus-kumppanina, olennaista on selvittää, voidaanko [...]* luovuttamisella palauttaa samankaltainen tilanne kuin se, joka vallitsi ennen toimenpidettä.
- (828) Komissio katsoo, että [...]* näin ei olisi. Kuten ryhmäkeskusten osalta on jo esitetty, ei ole varmaa, että toiminnan jatkajalla olisi samankaltaiset pääsymahdollisuudet jakelukanavaan kuin [...]*. Ilmiön merkitys kasvaisi, kun toimenpiteen jälkeen Legrandin vahvuudet olisi yhdistetty Schneiderin vahvuuksiin. Ilmiö saattaisi vaikuttaa merkittävästi [...]* kilpailuvoimaan toimenpiteen jälkeen. Toisaalta taas [...]* vastassa olisi yhdistetty yritys, jolla olisi vähintään yhtä laaja tuotevalikoima kuin sillä ja joka hyötyisi kahden tuotemerkin (Legrand ja [...]*) yhdistelmästä. Tämä saattaisi tarjota sulautumassa syntyvälle yritykselle mahdollisuuden käynnistää erityistoimenpiteitä [...]* vastaan.
- (829) Johtopäätöksenä komissiolla on vakavia epäilyjä siitä, voidaanko vaihtoehtoisella ehdotuksella palauttaa kilpailupaine, joka oli olemassa ennen toimenpidettä, ja poistaa kilpailunvastaiset vaikutukset, joita toimenpiteellä on näillä markkinoilla. Komissio ei joka tapauksessa voi hyväksyä tätä uutta ehdotusta ilman uutta tutkintaa (jota ei voida toteuttaa tässä menettelyvaiheessa).
- Pistorasioiden ja kytkinten markkinat Kreikassa*
- Alkuperäiset ehdotetut sitoumukset olivat riittämättömiä
- (830) Alkuperäisessä ehdotuksessa sitoumuksista siirrettiin Alombardille (ks. edelliset kohdat) yksinoikeuteen perustuva jakelusopimus, jonka Schneiderin tytäryhtiö Elko oli tehnyt kreikkalaisen yrityksen [...]* kanssa pistorasioiden ja kytkinten tuonnista Kreikkaan.
- (831) Komission tutkinnan mukaan siirron tosiasiallinen toteuttavuus on epävarma niin oikeudellisesti kuin teknisesti ja kaupallisestikin. Kreikassa käytettävä pistorasia- ja kytkinstandardi (Schuko) on erilainen kuin se, jota käytetään Ranskassa (ranskalais-belgialainen), jossa Alombard toteuttaa lähes kaiken myyntinsä. Lisäksi Alombard-tuotemerkkiä ei tunneta Kreikassa, ja kolmannet osapuolet ovat ilmaisseet voimakasta huolta siitä, pystyisikö se palauttamaan Elkon aiemmin kohdistaman kilpailupaineen. Lopuksi mikään ei viittaa siihen, että kreikkalainen maahantuoja hyväksyisi tällaisen siirtämisen.

Syyskuun 24. päivänä jätetyt vaihtoehtoiset ehdotukset sitoumuksista

(832) Vaihtoehtoisessa ehdotuksessa [...] ja annetaan [...] mahdollisuus käyttää tuotemerkkiä [...] Kreikassa. Ehdotukseen sisältyvät kuitenkin samat epävarmuudet kuin alkuperäiseen tarjoukseen. Etenkin [...]. Ei ole lainkaan varmaa, että [...] toiminnan jatkaja haluaisi investoida Schuko-pistorasioiden tuotantolinjaan, jolla olisi vain hyvin rajallinen menekialue (Kreikassa).

(833) Komissio katsoo näin ollen, etteivät sitoumukset ratkaise Kreikan pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla yksilöityjä kilpailuongelmia. Komissio ei joka tapauksessa voi hyväksyä tätä uutta ehdotusta ilman uutta tutkintaa (jota ei voida toteuttaa tässä menettelyn vaiheessa).

Tiivistettyjen laitteiden markkinat Ranskassa

(834) Ehdotetussa sitoumuksessa luovutetaan Sarelin "asennustuotteet" -toiminta. Sarel valmistaa koteloiden teollisuuden automaatiojärjestelmiin sekä asennustuotteita (tiivistetyt pistorasiat ja kytkimet sekä kiinnitys- ja liitäntätarvikkeet). [...].

(835) Ehdotetussa sitoumuksessa luovutetaan kaikista Sarelin aineellisista ja aineettomista varoista, jotka liittyvät Sarelin "asennustuotteet" -toimintaan, sekä Sarel-tuotemerkeistä tämän tuoteryhmän osalta. On syytä tuoda esiin, että sulautumassa syntyvä yritys säilyttää Sarelin koteloiden valmistuksen toiminnan sekä tuotemerkin "Sarel Envelopes".

(836) Sarelin "asennustuotteet" -toiminnan osuus Schneiderin liikevaihdosta Ranskan tiivistettyjen laitteiden markkinoilla on [...]. Ehdotetulla sitoumuksella ratkaistaan siis kokonaisuudessaan kilpailuun liittyvä päällekkäisyys kyseisillä markkinoilla.

(837) Komission tutkinnan mukaan Sarel-tuotemerkin jakamisen ja kyseisen toiminnan hajottamisen (tuotantoyksiköiden ja yleisesti ottaen yleiskoteloiden koskevien toimintojen, jotka jäävät Schneiderille, sekä siirrettyjen laitteiden

erottaminen) tulokset ovat vähäisiä. Ehdotus tuo joka tapauksessa esiin samat ongelmat kuin ne, jotka ilmenevät sähkönjakokeskusten alalla Ranskassa tai pistorasioiden ja kytkinten alalla ja jotka koskevat toiminnan jatkajan kykyä palauttaa aiemmat kilpailuolot.

Tiivistettyjen laitteiden markkinat Espanjassa

(838) Ehdotetussa sitoumuksessa (jota ei ole muutettu) luovutetaan Sarelin "asennustuotteet"-toiminnalle (joka myös luovutetaan, ks. edellä) tuotemerkki Estanca 55, jota Schneiderin tytäryhtiö Eunea Merlin Gerin käyttää Espanjassa tiivistettyjen laitteiden myynnissä. On myös syytä tuoda esiin, että Eunea Merlin Gerin vastaa yksin Schneiderin toiminnasta kyseisillä markkinoilla.

(839) Ehdotettu sitoumus kattaa ainoastaan tuotteiden valmistuksen ja tietyn valikoiman nimen (Estanca 55), jolla kyseisiä tuotteita myydään Espanjassa. Sen sijaan siinä ei luovuteta sen enempää liikeyritystä (määrittelemätön myyntihenkilöstö, joka ei vaikuta [...]) kuin tuotemerkkiäkään (Eunea Merlin Gerin), jota yhdistetty yritys voisi näin ollen käyttää uudelleen Legrandilta peräsin olevan uuden tuotetarjonnan myyntiin. Tutkinnassa tuli selvästi esiin, että ilman sellaisen yrityksen taustatukea, jolla on Espanjassa yhtä suuri painoarvo kuin Schneiderilla, tällä tuotevalikoimalla ei ole kilpailukykyistä mahdollisuutta päästä jakelukanavaan.

Liitäntä- ja kiinnitystarvikkeiden markkinat Ranskassa

(840) Ehdotetussa sitoumuksessa luovutetaan erikseen [...] ja Sarelin "asennustuotteet"-toiminnasta. Luovutuksilla poistetaan kaikki kilpailuun liittyvä päällekkäisyys Ranskan liitäntä- ja kiinnitystarvikkeiden markkinoilla, joilla Legrandilla oli määräävä asema. Tähän ehdotukseen sitoumuksista ei tarvitse esittää muita huomioita kuin ne, jotka esitettiin edellä Ranskan pistorasioiden ja kytkinten markkinoista.

Turvavalaistusjärjestelmien markkinat Ranskassa

(841) Ehdotetussa sitoumuksessa luovutetaan Schneiderin turvavalaistustoiminta yritykselle, joka jatkaa Sarelin "asennustuotteet"-toimintaa (josta on esitetty ehdotus sitoumuksista, ks. edellä). On syytä tuoda esiin, ettei

Schneiderilla ole yhtään tuotantoyksikköä tällaisille tuotteille, vaan se ostaa ne kolmannelta osapuolelta. Myös hankintasopimus siirrettäisiin toiminnan jatkajalle. Schneider myy turvavalaistusjärjestelmiä tuotemerkillä Merlin Gerin. Sarel-tuotemerkkiä ei käytetä nykyään tällaisten tuotteiden myynnissä.

- (842) Lisäksi osapuolet ehdottavat, että ne luovuttavat Lumatic-liikeyrityksen ja Lumatic-tuotemerkin Sarelin "asennustuotteet"-toiminnan jatkajalle. Lumatic oli itsenäinen yritys, joka myi tuotteitaan omalla tuotemerkillään ja joka kuuluu nykyään turvavalaistukseen erikoistuneeseen Legrandin tytäryhtiöön URA/Lumatic. Legrand päätti kuitenkin jo vuonna 2000, että Lumatic-tuotemerkki poistetaan käytöstä vuonna 2001 URA-tuotemerkin hyväksi.
- (843) Alkuperäisestä ehdotuksesta tehdyssä tutkinnassa ilmeni, että Merlin Gerin -tuotemerkin korvaaminen Sarel-tuotemerkillä (jota ei ole kyseisillä markkinoilla) ja/tai Lumatic-tuotemerkillä (poistumassa käytöstä) ei palauta alkuperäisiä kilpailuololoja näille markkinoille (joilla Legrandilla on määräävä asema yli [40—60]* prosenttien markkinaosuudella).
- (844) Vaihtoehtoisissa ehdotuksissa sitoumuksista ilmoituksen tehnyt osapuoli tarjoutuu siirtämään [...] Merlin Gerinin nykyisin myymien turvavaloitusyksiköiden myynnin. [...]*, komissiolla on vakavia epäilyjä tämän ehdotuksen suhteen. Kysymykset pääsystä jakelukanavaan ja kyvystä palauttaa tehokkaat kilpailuolot ovat samat kuin muilla Ranskan sähkölaitteiden ja sähkönjakokeskusten markkinoilla. Lisäksi tällainen korjaustoimenpide ei takaisi lainkaan, että [...]* toiminnan jatkaja haluaisi kehittää kilpailua asianomaisilla markkinoilla. Komissio ei joka tapauksessa voi hyväksyä tätä uutta ehdotusta ilman uutta tutkintaa (jota ei voida toteuttaa tässä menettelyn vaiheessa).

Pienjännitemuuntajien markkinat Ranskassa

- (845) Ehdotettuun sitoumukseen sisältyy vaihtoehto. Ensinnäkin osapuolet ehdottavat, että ne siirtävät Schneiderin pienjännitemuuntajien toiminnasta vastaavan liikeyrityksen sen nykyiselle toimittajalle, Murelektronicille. On

syytä tuoda esiin, että Schneider myy näitä tuotteita tuotemerkillä Telemecanique. Ehdotetussa sitoumuksessa säilytetään siis Murelektronicin tuotteet, jotka esitetään Telemecaniquen myyntiluettelossa, mutta myydään niitä tuotemerkillä Murelektronic.

- (846) Vaihtoehtoisesti ilmoituksen tehnyt osapuoli tarjoutuu siirtämään hankintasopimuksen, jonka Schneider on tehnyt Murelektronicin kanssa, Bacolle (jonka osalta on ehdotettu sitoumusta, ks. edellä).
- (847) Vaihtoehdon ensimmäinen osa ei poistaisi markkinavoiman kasvua. Sitä vastoin, vaikka hankintasopimuksen siirtäminen Bacolle poistaisikin markkinaosuuksien kasvun, se edellyttää uuden tuotemerkin lanseeraamista, mikä herättää epävarmuutta ehdotettujen sitoumusten elinkelpoisuudesta ja kilpailukyvystä. On myös syytä epäillä Murelektronicin kykyä toimia itsenäisesti ilman Schneideria, joka myy suurimman osan sen tuotteista, kun osapuolet ovat itsekin myöntäneet, että kyseinen yritys katoaisi, jos Schneider lakkaisi jälleenmyymästä sen tuotteita. Lisäksi tällainen korjaustoimenpide ei takaisi lainkaan, että Bacon toiminnan jatkaja haluaisi kehittää kilpailua asianomaisilla markkinoilla.

Kaapelilyhlyjen markkinat Yhdistyneessä kuningaskunnassa

- (848) Ehdotetussa sitoumuksessa siirretään Métal Déployé -yritykselle Schneiderin tytäryhtiön Mitan liikeyritys ja näiden tuotteiden myyntiin osoitettu myyntihenkilöstö samalla, kun puretaan myyntisopimus, jolla Métal Déployé toimittaa Cablofil-tuotteita Mitalle. Lisäksi ilmoituksen tehnyt osapuoli sitoutuu siihen, ettei se ala viiteen vuoteen myydä uudelleen tätä tuoterahmää. On syytä tuoda esiin, että Cablofil-tuotteiden myynnin osuus Schneiderin liikevaihdosta asianomaisilla markkinoilla on noin [50—70]* prosenttia.
- (849) Kun otetaan huomioon Schneiderin ja Legrandin yleisesti melko vaatimattomat asemat Yhdistyneessä kuningaskunnassa, on todennäköistä, että korjaustoimenpiteestä seuraava markkinaosuuden väheneminen yhdessä kilpailukieltolausekkeen kanssa saattaisi ratkaista kilpailuongelman.

C. PÄÄTELMÄ

- (850) Tutkinnassa ilmeni selkeästi, että alkuperäinen ehdotus oli riittämätön niin ehdotettujen kokonaisuuksien itsenäisyyden ja täydellisen toimivuuden näkökulmasta kuin divestoitujen kokonaisuuksien markkinoille pääsyyn liittyvien riskien kannalta. Osapuolten vaihtoehtoiset ehdotukset sitoumuksista ratkaisevat vain pienen osan alkuperäisen ehdotuksen yhteydessä ilmenneistä riskeistä. Niitä ei näin ollen voida hyväksyä sellaisenaan. Vaihtoehtoiset ehdotukset sitoumuksista (i) ovat selkeästi riittämättömiä joillakin markkinoilla, kuten pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla Kreikassa, tiivistettyjen laitteiden markkinoilla Espanjassa, pienjännitemuuntajien markkinoilla Ranskassa ja turvavalaistusjärjestelmien (tai turvavaloysiköiden) markkinoilla Ranskassa; (ii) herättävät merkittävän määrän vakavia epäilyjä divestoitujen kokonaisuuksien elinkelpoisuudesta; ja (iii) jättävät vakavia epäilyjä kokonaisuuksien kyvystä säilyttää nykyinen asemansa ja palauttaa tehokkaat kilpailuolot asianomaisille markkinoille. Kaksi viimeistä kohtaa koskevat kaikkia merkityksellisiä markkinoita lukuun ottamatta kaapelihyllyjen myynnin markkinoita Yhdistyneessä kuningaskunnassa. Lisäksi komissio ei voi hyväksyä vaihtoehtoisia sitoumuksia koskeviin ehdotuksiin sisältyviä uusia sitoumuksia (kuten niitä, jotka liittyvät sähkönjakokeskuksiin sekä vakiomallisiin pistorasioihin ja kytkimiin) ilman uutta tutkintaa, jota ei kuitenkaan korjaustoimenpiteitä koskevan komission tiedonannon 43 kohdan mukaan voida tehdä.

VII YLEISPÄÄTELMÄ

- (851) Edellä esitetystä syistä ilmoitettu keskittymä johtaa sellaisten määräävien asemien luomiseen tai vahvistumiseen, joiden seurauksena tehokas kilpailu estyisi olennaisesti. Komissio ei voi päätellä ehdotetuista sitoumuksista,

että niillä saatettaisiin keskittymä yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan soveltuvaksi. Komissio päätelee näin ollen, että ilmoitettu keskittymä on yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan soveltumaton,

ON TEHNYT TÄMÄN PÄÄTÖKSEN:

1 artikla

Schneiderin komissiolle 16 päivänä helmikuuta 2001 ilmoittama keskittymä, jonka avulla Schneider hankkii yksinomaisen määräysvallan Legrandissa, julistetaan yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan soveltumattomaksi.

2 artikla

Tämä päätös on osoitettu seuraavalle:

SCHNEIDER ELECTRIC S.A.
43-45, boulevard Franklin Roosevelt
92500 Rueil-Malmaison
Ranska

Tehty Brysselissä 10 päivänä lokakuuta 2001.

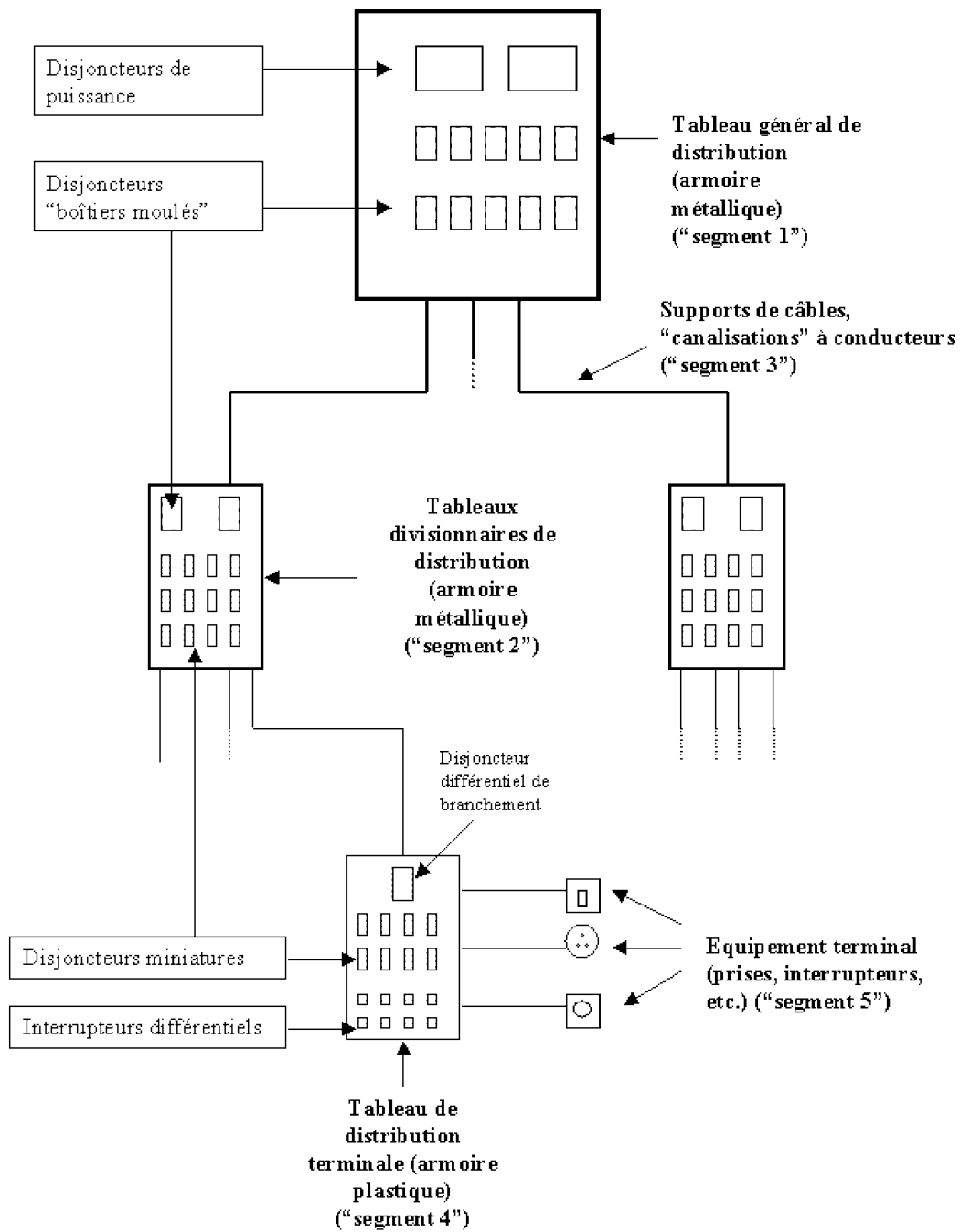
Komission puolesta

Mario MONTI

Komission jäsen

LIITE 1

YLEISKAAVIO: SÄHKÖNJAKOLAITTEET



LIITE 2

OSAPUOLTEN HALLUSSA OLEVAT TUOTEMERKIT

SCHNEIDER		LEGRAND	
Tuotemerkki	Alueet	Tuotemerkki	Alueet
Alombard	F	Arnould	F
Boige&Vignal	F	Bticino	F-SP-P-D-B-A-F-NL
Dalcotech	DK	Legrand	Kaikki maat
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 (tuotemerkillä Jo)	URA	F-SP-B-S
Lexel	S-FIN-DK	Wiremold	UK
LK	DK		
May&Steffen	D		
Merlin-Gerin	Kaikki maat		
Mita	UK-B-IR		
Multisignal	S		
Normabarre	F-I		
Sarel	F-I-A-B		
Schyller	Kaikki maat paitsi Luxemburg		
Square D	UK		
Stago	NL-B		
Strömfors	FIN-D-S-DK		
Telemecanique	Kaikki maat		
Telesafe	S-D-NL		
Thorsman	S-FIN-DK-UK-IR-D-NL-B		
Wibe	S-FIN-DK-UK-B-A-P		

KOMISSION PÄÄTÖS,**tehty 30 päivänä tammikuuta 2002,****yritysten erottamisesta toisistaan neuvoston asetuksen (ETY) N:o 4064/89 8 artiklan 4 kohdan nojalla****(Asia COMP/M.2283 — Schneider/Legrand)***(tiedoksiannettu numerolla K(2002) 360)***(Ainoastaan ranskankielinen teksti on todistusvoimainen)****(ETA:n kannalta merkityksellinen teksti)***(2004/276/EY)*

EUROOPAN YHTEISÖJEN KOMISSIO, joka

ottaa huomioon Euroopan yhteisön perustamissopimuksen,

ottaa huomioon Euroopan talousalueesta tehdyn sopimuksen ja erityisesti sen 57 artiklan,

ottaa huomioon yrityskeskittymien valvonnasta 21 päivänä joulukuuta 1989 annetun komission asetuksen (ETY) N:o 4064/89 ⁽¹⁾, sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksella (EY) N:o 1310/97 ⁽²⁾, ja erityisesti sen 8 artiklan 4 kohdan,

ottaa huomioon asetuksen (ETY) N:o 4064/89 8 artiklan 3 kohdan nojalla 10 päivänä lokakuuta 2001 tehdyn komission päätöksen, jolla yritysten Schneider ja Legrand välinen keskittymä julistettiin yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan soveltumattomaksi,

on antanut asianomaisille yrityksille mahdollisuuden esittää huomautuksensa komission 24 päivänä lokakuuta 2001 niitä vastaan esittämistä väitteistä,

ottaa huomioon keskittymiä käsittelevän neuvoo-antavan komitean lausunnon ⁽³⁾,ottaa huomioon kuulemismenettelystä vastaavan neuvonantajan tässä asiassa antaman loppukertomuksen ⁽⁴⁾,

sekä katsoo seuraavaa:

4 artiklan mukaisen ilmoituksen keskittymähankkeesta, jolla Schneider Electric (jäljempänä 'Schneider') hankkisi sulautuma-asetuksen 3 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitetun yksinomaisen määräysvallan Legrand-konsernissa ⁽⁵⁾ 15 päivänä tammikuuta 2001 antamansa julkisen vaihtotarjouksen kautta.

(2) Sulautuma-asetuksen 7 artiklan 3 kohdan mukaan komissiolle ilmoitetut julkiset vaihtotarjoukset voidaan toteuttaa sillä edellytyksellä, ettei ostaja käytä osakkeisiin liittyvää äänioikeuttaan. Schneider päätti vaihtotarjouksensa 25 päivänä heinäkuuta 2001 saatuaan haltuunsa 98,1 prosenttia Legrandin pääomasta.

(3) Komissio teki 10 päivänä lokakuuta 2001 sulautuma-asetuksen 8 artiklan 3 kohdan nojalla päätöksen, jolla Schneiderin ja Legrandin välinen keskittymä julistettiin yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan soveltumattomaksi (jäljempänä 'yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehty päätös').

(4) Yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehdyssä päätöksessä esitetyistä syistä suunnitellulla keskittymällä luotaisiin yritykselle määräävä asema, jonka seurauksena tehokas kilpailu olennaisesti estyy seuraavilla markkinoilla:

— nousukeskuksiin tarkoitettujen koteloitujen katkaisijoiden, pienoiskatkaisijoiden ja kaappien markkinoilla Italiassa

— ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen pienoiskatkaisijoiden, vikavirtasuojakytkinten ja koteloiden markkinoilla Tanskassa, Espanjassa, Italiassa ja Portugalissa

TOSISEIKAT

(1) Komissio sai 16 päivänä helmikuuta 2001 asetuksen (ETY) N:o 4064/89 (jäljempänä 'sulautuma-asetus')

⁽¹⁾ EYVL L 395, 30.12.1989, s. 1.⁽²⁾ EYVL L 180, 9.7.1997, s. 1.⁽³⁾ EUYL C 86, 6.4.2004.⁽⁴⁾ EUYL C 86, 6.4.2004.⁽⁵⁾ Tässä päätöksessä, 'Legrandilla' tarkoitetaan koko Legrand-konsernia sellaisena kuin se oli Schneiderin julkisen vaihtotarjouksen päättyessä.

- liitântäkatkaisijoiden markkinoilla Ranskassa ja Portugalissa
- kaapelihyllyjen markkinoilla Yhdistyneessä kuningaskunnassa
- pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla Kreikassa
- vesitiiviiden laitteiden markkinoilla Espanjassa
- kiinnitys- ja liitântätarvikkeiden markkinoilla Ranskassa
- sähkömuuntotuotteiden markkinoilla Ranskassa
- valvonta- ja merkinantoapulaitteiden markkinoilla Ranskassa.
- (5) Yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehdyssä päätöksessä komissio toteaa samaten, että suunnitellulla keskittymällä vahvistettaisiin yrityksen määräävää asemaa, jonka seurauksena tehokas kilpailu olnaisesti estyy seuraavilla markkinoilla:
- nousukeskuksiin tarkoitettujen koteloitujen katkaisijoiden, pienoiskatkaisijoiden ja kaappien markkinoilla Ranskassa (määräävässä asemassa Schneider)
- ryhmäkeskuksiin tarkoitettujen pienoiskatkaisijoiden, vikavirtasuojakytkinten ja koteloiden markkinoilla Ranskassa (määräävässä asemassa Schneider)
- pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla Ranskassa (määräävässä asemassa Legrand)
- vesitiiviiden laitteiden markkinoilla Ranskassa (määräävässä asemassa Legrand)
- turvalaistusrjestelmien tai turvaloyksiköiden markkinoilla Ranskassa (määräävässä asemassa Legrand).
- (6) Komissio lähetti Schneiderille 24 päivänä lokakuuta 2001 sulautuma-asetuksessa säädetyistä ilmoituksista, määrääjoista ja kuulemisista annetun asetuksen (EY) N:o 447/98 ⁽⁶⁾ 13 artiklan 2 kohdassa tarkoitettua väitetiedoksiannon (jäljempänä 'väitetiedoksianto'), jossa se totesi keskittymän yhteismarkkinoille soveltumattomaksi ja katsoi sulautuma-asetuksen 8 artiklan 4 kohdan perusteella, että paras keino palauttaa tehokkaan kilpailun edellytykset kyseisillä markkinoilla on [...] (*) kuluessa toteutettu Schneiderin osakkaille suunnattu osakeanti, jossa Legrandin osakkeita tarjotaan merkittäväksi suhteessa osakkaiden omistusuusuksiin. Schneider vastasi komissiolle 7 päivänä marraskuuta 2001 päivätyllä kirjeellä ja esitti suullisesti kantansa asiasta 26 päivänä marraskuuta 2001 pidetyssä kuulemistilaisuudessa.
- (7) Komissio teki 4 päivänä joulukuuta 2001 sulautuma-asetuksen 7 artiklan 4 kohdan nojalla päätöksen, jolla se antoi Schneiderille luvan nimittää toimitsijamiehen, jonka välityksellä Schneider voi käyttää Legrandissa omistamiinsa osakkeisiin liittyvää äänioikeutta (jäljempänä 'poikkeuslupapäätös'). Poikkeuslupapäätöksessä määritellyn toimeksiannon mukaan toimitsijamiehen tärkeimpänä tehtävänä on varmistaa, että Legrand säilyttää riittävän itsenäisyyden ja toimintavapauden voidakseen jatkaa täysipainoista kilpailua kyseisillä markkinoilla ja että Legrandin johtajat jatkavat yrityksen hallintoa, johtamista ja toimintaa entiseen tapaan tavanomaisen liiketoiminnan puitteissa. Toimeksiannossa toimitsijamiehelle määrätään seuraavat tehtävät: hän hoitaa Schneiderin osakkuutta Legrandissa konsernin johto- ja hallintoelinten säännöllisen toiminnan turvaamiseksi ja valvoo, ettei Schneider ryhdy poikkeuspäätöksen vastaisiin tai siinä määrittelemättömiin toimenpiteisiin sekä valmistee Schneiderin mahdollista erottamista Legrandista ja raportoi komissiolle tehtäviensä hoitamisesta.
- (8) Komissio ilmoitti 15 päivänä tammikuuta 2002 järjestetyssä kokouksessa Schneiderin edustajille tämän päätöksen pääasiallisesta sisällöstä siinä muodossa, kuin se lähetettiin keskittymiä käsittelevälle neuvokantavalle komitealle. Päätösehdotuksen mukaan Schneider saa periaatteessa päättää vapaasti yritysten erottamista koskevista yksityiskohdista. Lisäksi siinä asetetaan [...] * määräaika, jonka kuluessa Schneiderin on viimeistään erotettava yritykset toisistaan. Schneiderin edustajat esittivät, ettei yhtiö ehdi kyseisessä määräajassa käyttää oikeuttaan päättää vapaasti yritysten erottamista koskevista yksityiskohdista, ja vaativat, että määräajan pitäisi olla vähintään [...] * (ks. 107—122 kohta).

SCHNEIDERIN JA LEGRANDIN EROTTAMISJÄRJESTELYN ARVIOINTIPERIAATTEET

- (9) Sulautuma-asetuksen 8 artiklan 3 kohdan nojalla tehdyssä komission päätöksessä kyseinen toimenpide julistetaan yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toi-

⁽⁶⁾ EYVL L 61, 2.3.1998, s. 1.

(*) Tästä asiakirjasta on poistettu kohtia, jotka sisältävät luottamuksellisia tietoja. Kyseiset kohdat on merkitty hakasulkeilla ja tähtimerkillä.

mintaan soveltumattomaksi. Kuten edellä todettiin, Schneiderilla on nyt hallussaan 98,1 prosenttia Legrandin pääomasta, joten suunniteltu keskittyminen on jo toteutunut sulautuma-asetuksen 8 artiklan 4 kohdassa tarkoitetulla tavalla.

- (10) Schneider toisin sanoen hankki itselleen kaikki Legrandin toiminnot komissiolle ilmoittamallaan keskittymällä, jonka komissio myöhemmin julisti yhteismarkkinoille ja ETA-sopimuksen toimintaan soveltumattomaksi. Tämän vuoksi keskittyminen on purettava erottamalla Schneider ja Legrand kokonaan toisistaan.
- (11) Komissio ei suhteellisuusperiaatteen nojalla voi hyväksyä Schneiderilta sellaisia ehdotuksia, joilla se välttäisi erottautumasta kokonaan Legrandista, elleivät kyseiset ehdotukset varmasti mahdollista tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamista kyseisille markkinoille.
- (12) Suhteellisuusperiaatteen mukaan komission on myös suositettava eri vaihtoehtoista sellaisia tehokkaan kilpailun edellytykset palauttavia toimenpiteitä, jotka parhaiten suojaavat kyseisten yritysten yksityisiä etuja. Tässä tapauksessa kyseiset edut ovat Schneiderin Legrandiin tekemien sijoitusten taloudellisen arvon säilyminen⁽⁷⁾ sekä Legrandin kilpailukyyn turvaaminen. Tästä seuraa, että vaikka komission on suhteellisuusperiaatteen mukaisesti otettava huomioon Schneiderin etu eli sen sijoituksen arvon säilyminen, se ei kuitenkaan saa edistää Schneiderin mahdollisia pyrkimyksiä vahvistaa keskittymän purkamisen kautta omaa asemaansa kilpailijoidensa ja erityisesti Legrandin vahingoksi heikentämällä Legrandin toimintamahdollisuuksia. Tällä perusteella komissio katsoo, että Schneiderin ja Legrandin yksityiset edut ovat alisteisia yleiselle edulle, jota edustaa tehokkaan kilpailun edellytysten palauttaminen kyseisille markkinoille. Komissio katsoo myös, ettei kummankaan yrityksen yksityistä etua voida asettaa toisen edelle.

⁽⁷⁾ On syytä palauttaa mieleen, että Schneider hankki osuutensa Legrandin pääomasta julkisen vaihtotarjouksen avulla. Sulautuma-asetuksen 7 artiklan 3 kohdan mukaan vaihtotarjouksen voi tehdä jo ennen kuin komissio on päättänyt suunnitellun keskittymän soveltuvuudesta yhteismarkkinoille; se ei siis merkitse kilpailusääntöjen rikkomista, eikä siitä voida määrätä seuraamuksia. Schneiderin on kuitenkin hyvän liiketavan mukaisesti kannettava seuraukset tästä liiketoimesta, jonka se toteutti harkitusti siitä huolimatta, ettei sillä ollut vielä täyttä varmuutta komission aloittaman tutkintamenettelyn tuloksista. Tässä yhteydessä on syytä muistaa, että Schneiderilla olisi ollut mahdollisuus pyytää komissiota hyväksymään hankkeensa ennen julkisen vaihtotarjouksen antamista, kuten eräät muut Pariisin pörssissä noteeratut yritykset ovat tehneet. Lisäksi on huomattava, että kun komissio oli sulautuma-asetuksen 6 asetuksen 1 kohdan c alakohdan mukaisesti esittänyt vakavia epäilyksiä Schneiderin ja Legrandin suunnitellusta keskittymästä, Schneider joutui Legrandin vähemmistöosakkaiden kanssa oikeudenkäyntiin, jonka jälkeen se olisi vielä voinut perua hankkeen. Schneider kuitenkin päätti pitää vaihtotarjouksen voimassa.

SCHNEIDERIN OSAKKUUDEN KIELTEISET KILPAILUVAIKUTUKSET

- (13) Aluksi on syytä panna merkille, että Schneiderin nykyinen 98,1 prosentin omistusosuus Legrandista ylittää selvästi erityisoikeuksiin (kuten määrävähemmistöön) oikeuttavan rajan ja vaikeuttaa siten Legrandin kehitystä⁽⁸⁾. Se tekee Legrandin riippuvaiseksi Schneiderin määräysvallasta kaikissa toimintansa laajentamiseksi tarvitsemisissaan osakepääoman korotuksissa (investoinneissa tai yritysostoissa). Legrandin toiminta kyseisillä markkinoilla voi kuitenkin edellyttää siltä huomattavia investointeja, kuten yritysostoja (usein ainoa keino tunkeutua uusille maantieteellisille markkinoille) tai tuotevalikoiman uudistamista (kuten nousukeskuksiin tarkoitettujen koteloitujen katkaisijoiden tapauksessa)⁽⁹⁾. Samaten vaikuttaa poissuljetulta, että Legrand voisi käynnistää mitään uusia tärkeitä hankkeita, ennen kuin se saa riittävän varmuuden erityisesti osakasrakenteestaan ja käytettävissään olevista resursseista.
- (14) Lisäksi Schneider hyötyisi tästedes suoraan Legrandin liikevoitosta, vaikka yritykset kilpailevat keskenään useilla markkinoilla. Tämä oikeus Legrandin voittoon korvaisi Legrandin hyväksi koituneet Schneiderin myyntitappiot ja vähentäisi sitä kautta Schneiderin halua kilpailla Legrandin kanssa kyseisillä markkinoilla.
- (15) Talouden toimijoiden toteuttamilla hinnankorotuksilla on yleensä kahdenlaisia vaikutuksia. Ensinnäkin ne lisäävät jokaisen tuotteen myynnistä saatavaa tuottoa. Toiseksi hinnankorotukset vähentävät myyntimääriä, ja tämä myyntiosuuksien menetys koituu kilpailijoiden hyödyksi. Hintojen korottaminen onkin kannattavaa vain, jos ensiksi mainittu vaikutus on toiseksi mainittua suurempi ja jos talouden toimija on korotuspäätöksessään ottanut huomioon kilpailijoille todennäköisesti menetettävän myyntiosuuden. Tilanne kuitenkin muuttuu, jos talouden toimija voi saada takaisin osan hinnankorotuksen vuoksi kärsimästään tappiosta osallistumalla yhden kilpailijansa voittoon. Tällaisessa tapauksessa toimijan oikeus sen kilpailevan yrityksen tuottamaan voittoon, johon toimijalla on omistusyhteys, korvaa osittain myyntitappioiden kielteisen vaikutuksen ja siitä kilpailijoille koituvan hyödyn. Korvaava vaikutus on tietenkin sitä voimakkaampi, mitä suurempi toimijan omistusosuus kilpailijalla on kyseisillä markkinoilla.
- (16) Ennen keskittymää Schneiderin laskuttamat hinnat olivat tasolla, joka maksimoisi sen voiton. Pienestäkin

⁽⁸⁾ Ranskan lainsäädännön mukaan määrävähemmistö, jolla pystytään estämään enemmistöä vaativat päätökset, on 33 prosenttia pääomasta. Yhtiökokous on päätösvaltainen silloin, kun edustettuna on 50 prosenttia äänivaltaisista osakkeenomistajista, joten tämä määrävähemmistö vastaa 16 prosentin enemmistöosuutta.

⁽⁹⁾ Ks. yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehty päätös, 511—516 kohta.

hinnankorotuksesta seurannut myynnin (ja siis tuoton) lasku olisi riittänyt mitätöimään korotettuun hintaan myydyillä tuotteilla aikaansaadun tuottavuuden kasvun. Schneider kuitenkin hankki osakkuuden Legrandista ja sai näin oikeuden Legrandin tuottamaan voittoon. Näin ollen Schneiderin hinnankorotuksesta ja sitä seuranneesta myynnin vähenemisestä Legrandille koitua lisätuotto palautuukin lopulta takaisin sen osakkaalle Schneiderille. Kyseinen 98,1 prosentin omistusosuus Legrandin pääomasta toi Schneiderille lisää liikkumavaraa, jonka turvin se saattoi korottaa hintojaan. Tämä liikkumavara on sitä suurempi, mitä enemmän Schneiderin tuotteet kilpailevat suoraan Legrandin tuotteiden kanssa (siis jos Schneiderin myynnin vähenemisestä on enemmän hyötyä Legrandille kuin muille kilpailijoille), mitä keskittyneemmät markkinat ovat (tässäkin tapauksessa Schneiderin myynnin vähenemisestä on enemmän hyötyä Legrandille kuin muille kilpailijoille) ja mitä merkittävämpi Schneiderin osuus on Legrandin osakepääomasta. On syytä korostaa, että tässä tapauksessa kaksi ensimmäistä ehtoa ovat suurelta osin täyttyneet. Schneiderin ja Legrandin tuotevalikoimat ovat lähes samantyyppiset, ja tietyillä maantieteellisillä markkinoilla ja etenkin Ranskassa ne ovat alan suurimmat markkinatoimijat. Yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehdyssä päätöksessä esitettyjen syiden perusteella näiden kahden yrityksen välinen kilpailu on siis tärkein kilpailua luova tekijä.

- (17) Jos Schneiderin Legrand-konsernista hankkiman omistusosuuden aiheuttama kilpailun väheneminen Ranskassa jatkuu, se vahvistaa suoraan Schneiderin tai Legrandin määräävää asemaa nousukeskusten markkinoilla (ennen keskittymää Schneiderin markkinaosuus oli nousukeskuksiin tarkoitettujen koteloitujen katkaisijoiden ja pienoiskatkaisijoiden osalta noin [60–70]* prosenttia ja HHI-keskittymisindeksi noin [3 000–6 000]* pistettä), ryhmäkeskusten markkinoilla (ennen keskittymää Schneiderin markkinaosuus oli ryhmäkeskusten osalta noin [40–50]* prosenttia ja HHI-keskittymisindeksi noin [3 000–4 000]* pistettä) sekä pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla (ennen keskittymää Legrandin markkinaosuus oli noin [80–90]* prosenttia ja HHI-keskittymisindeksi noin [7 000–8 000]* pistettä) ⁽¹⁰⁾.

⁽¹⁰⁾ HHI-indeksi (Herfindhal-Hirschman Index) saadaan laskemalla yhteen tietyillä markkinoilla toimivien yritysten markkinaosuuksien neliöt. Tietyin oletuksin tällä indeksillä voidaan kuvata tuotannon alan keskimääräistä voittoa. Yksittäisen liiketoimen aiheuttama indeksin muutos on rinnastettavissa voittojen muutokseen, ja se siis kuvastaa kyseisen liiketoimen potentiaalista vaikutusta hintoihin. Indeksia käytetään kilpailupaineen mittaamiseen tai yksittäisen liiketoimen kilpailutilanteesta aiheuttamien muutosten arviointiin tietyillä markkinoilla (ks. esimerkiksi asia COMP/M.1383 — Exxon/Mobil tai Yhdysvaltain oikeusministeriön ja kilpailuviranomaisen (Federal Trade Commission) antamat säännöt horisontaalisista sulautumisista: http://www.usdoj.gov/atr/public/guidelines/horiz_book/toc.html). Maksimiarvo on 10 000 pistettä (neliössä 100 x 100 prosenttia markkinoista). Yli 3 000 pisteen arvo merkitsee erittäin keskittyneitä markkinoita, joilla on hyvin vähän kilpailua.

- (18) Pistorasioiden ja kytkinten markkinoilla Schneider on käytännössä Legrandin ainoa kilpailija Ranskassa. Legrandin markkinaosuus oli [80–90]* prosenttia, ja noin [0–10]* prosentin ⁽¹¹⁾ markkinaosuudellaan Schneider on markkinoiden ainoa varteenotettava kilpailija. Siksi Schneiderin hinnankorotukset hyödyttäsivät lähes yksinomaan Legrandia sekä osakkuutensa mukaisesti Schneideria itseään. Legrand saattaisi seurata Schneiderin esimerkkiä ja nostaa jatkuvasti hintoja niin, että lopulta vähäinenkin hinnannuutos johtaisi markkinoiden kokonaiskysynnän supistumiseen ja tekisi toiminnasta kannattamattoman. Legrand ja Schneider ovat ainoat toimijat myös Ranskan liitännäiskatkaisijoiden markkinoilla, joista niiden osuudet ovat [...] ⁽¹²⁾. Schneiderin merkittävästä omistusosuudesta Legrandissa syntyvä rakenteellinen sidossuhde loisi lisää kannustimia (kuten myös vahvoja markkinoillepääsyn esteitä sekä yhteyksiä Schneiderin ja Legrandin välille useilla eri markkinoilla Ranskassa) kielteiseen oligopolistiseen käyttäytymiseen näiden kahden yrityksen välisessä kilpailussa. Schneiderin hankkima 98,1 prosentin omistusosuus Legrandin pääomasta aiheutti HHI-keskittymisindeksin merkittävän muutoksen kaikilla näillä markkinoilla (ks. 30 kohdassa esitetty taulukko). Muutos oli noin [0–1 000]* pistettä nousukeskusten (koteloitujen katkaisijoiden ja pienoiskatkaisijoiden) osalta, [0–1 000]* pistettä pistorasioiden ja kytkinten, [1 000–2 000]* pistettä ryhmäkeskusten ja jopa [2 000–3 000]* pistettä liitännäiskatkaisijoiden osalta ⁽¹³⁾.

- (19) Vastauksessaan 7 päivänä marraskuuta 2001 päivättyyn väitetiedoksiantoon (jäljempänä 'vastaus') Schneider kuitenkin väittää, ettei nykyinen tilanne, jossa Schneider omistaa 98,1 prosenttia Legrandin osakepääomasta voimatta käyttää osakkeisiin liittyvää äänioikeuttaan, vääristä lainkaan kilpailua. Tässä yhteydessä Schneider vetoaa Legrandin itsenäisyyden turvaamiseksi toteuttamiinsa toimenpiteisiin ja varsinkin riippumattoman toimitsijamiehen nimittämiseen hoitamaan Schneiderin osuutta Legrandissa.

⁽¹¹⁾ Ks. yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehty päätös, 689–691 kohta.

⁽¹²⁾ Ks. yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehty päätös, 537 kohta. Kyseisillä markkinoilla toimivat myös Schlumberger ja Hager, mutta pelkästään Legrandin ja Schneiderin tuotteiden jälleennyymyjä.

⁽¹³⁾ Nämä laskelmat perustuvat tarkennettuun HHI-indeksilaskelmaan (Timothy F. Bresnahan ja Steven C. Salop, "Quantifying the competitive effects of production joint venture", International Journal of Industrial Organisation, 1986) siten, että siinä on otettu huomioon kilpailijoiden väliset omistusyhteydet. Jos yritys A omistaa x prosenttia yrityksen B pääomasta, niin silloin yritys A pyrkii maksimoimaan paitsi oman voittonsa myös summan, joka muodostuu sen omasta voitosta ja x prosentista yrityksen B voittoa. Edellä 15 kohdassa esitetyistä syistä tämä antaa yritykselle A lisää liikkumavaraa hintojen korottamiseen. Kun tämä yrityksen A voittoa kasvattava tekijä otetaan huomioon HHI-indeksin laskemisessa ilman muita oletuksia, saadaan tulokseksi seuraavaa: [muunnettu HHI] = [normaali HHI] + [Schneiderin markkinaosuus] × [Legrandin markkinaosuus] × [Schneiderin osuus Legrandin pääomasta].

- (20) Komissio on eri mieltä. Toimitsijamiehen valtuuttaminen voi toki auttaa turvaamaan siirtymäjaksen aikana sen, että Legrand harjoittaa tavanomaista liiketoimintaansa Schneiderin vaikutusvallasta riippumatta. Toimitsijamiehen läsnäolo ei kuitenkaan muuta sitä tosi-seikkaa, että Schneiderilla on oikeus Legrandin voittoon ja että tästä aiheutuu kielteisiä kilpailuvaikutuksia. Joka tapauksessa toimitsijamiehen läsnäoloon perustuva Schneiderin väite olisi perusteltu vain siinä tapauksessa, että tämä olisi nimitetty tehtävänsä määräämättömäksi ajaksi. Toimitsijamiehellä on kuitenkin vain tilapäinen tehtävä estää keskittymän kilpailua vääristävät vaikutukset siihen asti, kunnes tehokkaan kilpailun edellytykset on palautettu yritykset erottamalla. Toimitsijamiehen läsnäolo ei poista epävarmuutta varsinkaan Legrandin osakarakenteesta ja sen käytettävissä tulevaisuudessa olevista resursseista. Se ei siis anna Legrandille riittävää varmuutta sen tulevista toimintamahdollisuuksista, jotta se voisi käynnistää merkittäviä sisäisiä tai ulkoisia laajentamishankkeita.
- (21) Edellä esitetyn perusteella se, että Schneiderilla on merkittävä omistusosuus Legrandissa, näyttää vaikuttavan kielteisesti kilpailuun. Komissio katsookin, että keskittymä on purettava mahdollisimman nopeasti tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamiseksi.

JÄRJESTELYT YRITYSTEN EROTTAMISEKSI TOISISTAAN

- (22) Väitetiedoksiannossaan komissio toteaa, ettei Schneider voi säilyttää merkittävää omistusosuuttaan Legrandissa ja että Legrandin koon on pysyttävä luovutettaessa ennallaan. Komissio vaatii niin ikään, että Schneider erottautuu Legrandista järjestämällä osakeannin, jossa Legrandin osakkeita tarjotaan merkittäväksi Schneiderin osakkeenomistajille suhteessa heidän omistusosuuksiinsa Schneiderissa. Lopuksi komissio ehdottaa, että Schneiderin erottaminen Legrandista toteutetaan [...] kuluessa tämän päätöksen tekemisestä.
- (23) Vastauksessaan Schneider pitää näitä vaatimuksia kohtuuttomina ja kiistää kaikki komission päätelmät.

Schneiderin luopuminen merkittävästä omistusosuudestaan Legrandissa

- (24) Komission väitetiedoksiannon mukaan Schneiderin on luovuttava merkittävästä omistusosuudestaan Legrandissa, jotta tehokkaan kilpailun edellytykset voitaisiin palauttaa. Komission mukaan Schneiderin omistusosuuden säilyminen vaikuttaisi suoraan kilpailuun etenkin niillä markkinoilla, joilla jompikumpi yrityksistä on määrävässä asemassa (ks. tämän päätöksen 14—18 kohta).

- (25) Vastauksessaan Schneider ei periaatteessa kiistä kilpailun vääristyvän siitä, että se säilyttää merkittävän osakeomistuksensa Legrandissa. Se kuitenkin pitää ”liiallisena ja kohtuuttomana”, että sitä vaaditaan luopumaan muustakin kuin siitä osuudesta osakepääomaa, joka takaa sille määrävällän Legrandissa. Schneiderin mukaan tällainen vaatimus on itse asiassa hyödytön, koska se katsoo huolehtineensa tarvittavista varoitoimista Legrandin itsenäisen johtamisen ja kilpailukyvyyn varmistamiseksi muun muassa nimittämällä tätä varten toimitsijamiehen.
- (26) Komission mukaan ei ensinnäkään voida sulkea pois sitä mahdollisuutta, että Schneider pyrki käyttämään Legrandissa määrävältä, mikäli se saisi pitää merkittävän omistusosuutensa. Schneiderin määrävältä riippuu pääoman jakautumisesta ja siitä, kuinka suuri osuus osakkeenomistajista on edustettuina yhtiökokouksissa. Näitä kahta seikkaa ei tietenkään tässä vaiheessa voida ennustaa. Toiseksi ei ainakaan voida kiistää sitä mahdollisuutta, että määrävähemmistö (Ranskan lainsäädännön mukaan 33 prosenttia äänistä) antaisi Schneiderille määrävältäan verrattavat oikeudet Legrandissa.
- (27) Lisäksi kielteiset kilpailuvaikutukset jatkuisivat joka tapauksessa Schneiderin säilyttäessä merkittävän omistusosuutensa Legrandissa, vaikkei se tätä kautta saisikaan siellä määrävältä. Tähän on syytä merkittävän ja pysyvän omistusosuuden hankkimisesta johutuva taloudellisten kannustinten muuttuminen (ks. 14—18 kohta).
- (28) Kuten edellä jo todettiin, Schneiderin nimittämällä toimitsijamiehellä on vain väliaikainen tehtävä ylläpitää kilpailuedellytyksiä niin kauan, kunnes tehokkaan kilpailun edellytykset palauttava yritysten erottaminen on saatu toteutettua.
- (29) Näin ollen komissio katsoo, että tavoite tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamisesta saavutetaan vain, jos Schneider vähentää osuuttaan Legrandin pääomasta niin, ettei siitä aiheudu edellä esitetyn kaltaisia kielteisiä kilpailuvaikutuksia. Kyseisten markkinoiden ominaispiirteet sekä markkinarakenteen mahdolliset kokoonpanot huomioon ottaen kielteisten kilpailuvaikutusten voidaan olettaa poistuvan siinä tapauksessa, että Schneiderin osuus supistuu alle 5 prosenttiin Legrandin pääomasta.
- (30) Tämä Schneiderille sallittu 5 prosentin enimmäisosuus on suurempi kuin HHI-indeksiä käyttämällä laskettu enimmäisosuus. Yli 100 pisteen indeksimuutos nousukeskusten, ryhmäkeskusten, liitäntäkatkaisijoiden sekä pistorasioiden ja kytkinten erittäin keskittyneillä markkinoilla Ranskassa (ks. HHI-indeksi, 17 kohta), joilla Schneiderin ja Legrandin välinen kil-

pailu on keskeistä kokonaiskilpailun kannalta, herättää tavallisesti vakavia epäilyjä toimenpiteen kilpailuvaikutuksista. Kun indeksin laskemisessa käytetään oletuksena Schneiderin 98,1 prosentin omistusosuutta, tämä vaihteluraja ylittyy selvästi kaikilla kyseessä olevilla markkinoilla (ks. 18 kohta ja alla oleva tauluk-

ko). Laskelman mukaan alle 100 pisteessä pysyttäisiin ainoastaan liitäntäkatkaisijoiden markkinoilla olettaen, että Schneiderin osuus Legrandin pääomasta olisi enintään 4 prosenttia. Tämä epävarmuuden tuoma etu on katsottava Schneiderin hyväksi niin, että Schneiderin omistusosuus saa olla alle 5 prosenttia.

Laskelma HHI-indeksin muutoksista Ranskan markkinoilla

Markkinaosuudet	Nousukeskukset (koteloidut katkaisijat)	Nousukeskukset (pienoiskatkaisijat)	Ryhmäkeskukset	Liitäntäkatkaisijat	Pistorasiat ja kytkimet
Schneider	[60—70]*	[60—70]*	[40—50]*	[40—50]*	[0—10]*
Legrand	[0—10]*	[0—10]*	[20—30]*	[40—50]*	[80—90]*
Muu yritys 1	[0—10]*	[0—10]*	[20—30]*	[0—10]*	[0—10]*
Muu yritys 2	[0—10]*	[0—10]*	[0—10]*	[0—10]*	[0—10]*
Muu yritys 3	[0—10]*	[0—10]*	[0—10]*	[0—10]*	[0—10]*
Muu yritys 4	[0—10]*	[0—10]*	[0—10]*	[0—10]*	[0—10]*
HHI	[3 000—4 000]*	[5 000—6 000]*	[3 000—4 000]*	[4 000—5 000]*	[7 000—8 000]*
Delta-HHI (muunnettu)					
98,1 %	[0—1 000]*	[0—1 000]*	[1 000—2 000]*	[2 000—3 000]*	[0—1 000]*
5 %	[0—1 000]*	[0—1 000]*	[0—1 000]*	[0—1 000]*	[0—1 000]*
4 %	[0—1 000]*	[0—1 000]*	[0—1 000]*	[0—1 000]*	[0—1 000]*

Lähde: yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehty päätös.

(31) On myös huomattava, että jos Schneiderin sallittaisiin säilyttää merkittävä osuus Legrandin pääomasta ja jos sen annettaisiin tältä pohjalta aloittaa neuvottelut mahdollisten ostajien kanssa, tämä saattaisi rajoittaa Legrandin ostajaehdokkaiden määrää. Yli 95 prosentin osuuden hankkiminen pörssi-yhtiön pääomasta ja äänioikeuksista sen sijaan oikeuttaisi ostajan esittämään vähemmistöosakkaille lunastustarjouksen niiden osuuksien ostamiseksi ja johtaisi ostajan lunastusoikeuteen. Tarjoamalla ostajalle mahdollisuuden yli 95 prosenttiin Legrandin pääomasta ja äänioikeuksista saataisiin siis lisättyä potentiaalisten tarjokkaiden määrää. Jos omistusosuus saataisiin näin myytyä kolmannelle, Schneiderille jäisi enää 3,1 prosenttia Legrandin pääomasta ja äänioikeuksista.

(32) Schneider toteaa myös, että sen velvoittaminen luovuttamaan kerralla koko osuutensa Legrandissa vähentäisi huomattavasti potentiaalisten ostajien määrää. Tällainen velvoite estäisi sitä käymästä myyntineuvotteluja sellaisten sijoittajien kanssa, jotka eivät välittömästi pysty lunastamaan haltuunsa koko Legrandia (jonka arvo Schneiderin mukaan on noin [...] miljoonaa euroa). Schneiderin mukaan komission olisi sen vuoksi annettava sille mahdollisuus säilyttää esimerkiksi 20 prosentin vähemmistöosakkuus Legrandissa vielä 2—3 vuoden ajan siltä varalta, että osakkeiden mahdollinen ostaja tätä pyytää.

(33) Komissio myöntää, että ostajaehdokkaita on suotavaa olla mahdollisimman paljon, jotta tehokkaan kilpailun

edellytykset voitaisiin palauttaa kyseisillä markkinoilla. Tämän vuoksi ei olekaan syytä suoralta kädeltä torjua sellaisia järjestelyjä, joissa Schneider myöntäisi ostajalle tämän pyynnöstä taloudellisia helpotuksia tai jopa jakaisi ostajan kanssa mahdollisuuksien mukaan ja määräajaksi Legrandin hankkimisesta koituvat riskit. Jälkimmäisessä tapauksessa riskien jakaminen ei kuitenkaan missään tapauksessa saisi luoda sidossuhdetta Schneiderin ja kyseisen ostajan eikä Schneiderin ja Legrandin välille. Tällainen järjestely ei myöskään saisi kannustaa Schneideria auttamaan Legrandia voittonsa maksimoinnissa. Sen vuoksi Schneiderin mahdollisuus vähemmistöosakkuuteen sekä siihen liittyviin äänioikeuksiin ja osingonjakoon (sanotun kuitenkin rajoittamatta 30 ja 31 kohdassa tarkoitettua vähäistä osuutta) on suljettava pois. Tilapäisesti hyväksyttäväksi riskinjakoksi voitaisiin sen sijaan katsoa se, että Schneider säilyttäisi ostajan pyynnöstä edellä (ks. 32 kohta) ehdottamansa osakemäärän arvosta Legrandilta tai sen ostajalta oleviin saamiin rinnastettavia arvopapereita (joiden hinnasta on siis sovittu ennakolta ja Legrandin tulevasta menestyksestä riippumatta), jollei tämän taloudellisen järjestelyn yksityiskohtia koskevasta komission arvioinnista muuta seuraa.

Eräiden Legrandin tytäryhtiöiden luovuttaminen erikseen

- (34) Väitetiedoksiannossa komissio katsoo tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamisen edellyttävän myös sitä, ettei Legrandin rakenne muutu yritysten erottamisen seurauksena.
- (35) Vastauksessaan Schneider pitää vaatimusta Legrandin koon ennallaan pysymisestä kohtuuttomana tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamista koskevaan tavoitteeseen nähden. Tarkemmin sanottuna Schneider katsoo, että tiettyjen Legrandin omaisuuserien luovuttaminen ei heikentäisi yrityksen kilpailukykyä ETA-alueella, vaan se saattaisi päinvastoin edistää kilpailua. Schneider lähettikin komissiolle 30 päivänä marraskuuta 2001 päivätyllä kirjeellä muistion sellaisista Legrandin omaisuuseristä, jotka Schneiderin näkemyksen mukaan voitaisiin myydä erikseen kolmansille tai jättää Schneiderin haltuun ilman, että tämä estäisi tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamista kyseisille markkinoille. Tarkemmin sanottuna muistiossa ehdotetaan [...]*. Tältä osin Schneider väittää, että komission laskelmassa mittakaavaeduista tai suurtuotannon eduista ei ole otettu huomioon kyseisten markkinoiden tosiasiallista tilannetta. Toiseksi Schneider katsoo, että sillä on erittäin vahva taloudellinen kannustin myydä Legrand ja erikseen luovutettaviksi suunnittelemansa omaisuuserät mah-

dollisimman korkeaan hintaan. Näin ollen sen edun mukaista on, ettei Legrandin toimintamahdollisuuksia heikennetä eikä Legrandista myydä sen kilpailukyyn säilyttämiseksi tarvittuja omaisuuseriä.

*Schneiderin ehdotus säilyttää tai luovuttaa erikseen Legrandista [...]**

- (36) Kuten 11 ja 12 kohdassa selvitetään, arvioitaessa yrityksiä [...]* koskevia Schneiderin ehdotuksia on ensinnäkin varmistettava, että niillä pystytään riittävän varmasti palauttamaan tehokas kilpailu. Lisäksi on varmistettava, että Schneiderin ja Legrandin edut punnitaan seuraavien periaatteiden mukaisesti: kummankaan yrityksen yksityistä etua ei voida asettaa toisen edelle, ja Schneiderin ja Legrandin yksityiset edut ovat alisteisia yleiselle edulle, jota edustaa tehokkaan kilpailun edellytysten palauttaminen kyseisille markkinoille.
- (37) Kuten yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehdyssä päätöksessä useaan kertaan selitetään, on korostettava, että tuotemerkin kilpailukyky voi perustua myös kyseisten markkinoiden ulkopuolisiin tekijöihin, kuten suhdetoimintaan ja myynninedistämiseen suunnattuihin investointeihin, tutkimus- ja kehitystyöhön, suurtuotannon etuihin, kattavaan tuotevalikoimaan, erityissuhteisiin tukkuliikkeiden kanssa tai Legrand-tuotemerkin yleiseen arvostukseen sähköasentajien piirissä. Kyseisten Legrandin liiketoimintojen myynti erikseen Schneiderille tai kolmansille voi horjuttaa osaa näistä tekijöistä ja heikentää Legrandin kilpailukykyä kyseisillä markkinoilla. Etenkin suurtuotannon etujen menetys tehtaiden, myynti- ja logistiikkarakenteen, alennuskäytäntöjen sekä tutkimus- ja kehitystyön aloilla vaikuttaisi todennäköisesti kielteisesti Legrandin hintarakenteeseen kyseisillä markkinoilla. Erikseen myyminen saattaisi vähentää Legrandin tuotantovalikoimaa tai -volyyymia yhteen tai useampaan tuoteryhmään liittyvien tuotantolaitosten, tekniikan sekä teollis- ja tekijänoikeuksien menettämisen seurauksena. Tämä on omiaan vahingoittamaan Legrandin yritys kuvaa ja horjuttamaan asiakkaiden, sähköasentajien ja -suunnittelijoiden sekä tukkumyyjien merkittävyyttä Legrandille.
- (38) Lopuksi komissio huomauttaa, että [...]* osuus on yhteensä lähes [400—1000]* miljoonaa euroa ([...]*) eli noin [10—30 prosenttia]* Legrandin liikevaihdosta ja että ne tekivät samalla tarkastelujaksolla yhteensä [...]* prosenttia konsernin liiketoiminnan tuloksesta. Noin [10—30 prosenttia]* tästä liikevaihdosta on peräisin Euroopasta. Näiden omaisuuserien [...]* erot-

taminen Legrandista vaikuttaisi siis merkittävästi Legrand-konsernin yleiseen taloudelliseen tilanteeseen ja sitä kautta sen kilpailukykyyn. Sama johtopäätös voidaan tehdä [...] * luovuttamisesta erikseen, sillä tämä yritys vastaa yksinään noin [5—25 prosentista] * Legrandin kokonaisliikevaihdosta.

(39) Schneiderin mahdollisuutta säilyttää tai myydä erikseen [...] * tarkastellaan seuraavassa siitä näkökulmasta, miten se vaikuttaa tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamiseen sekä Schneiderin ja Legrandin etujen säilymiseen.

(40)–(97) [...] *

Väite, jonka mukaan Schneiderilla on erittäin vahva taloudellinen kannustin myydä Legrand ja erikseen luovutettaviksi suunnitellut omaisuuserät mahdollisimman korkeaan hintaan, minkä vuoksi se pyrki olemaan heikentämättä Legrandin toimintamahdollisuuksia

(98) Komissio katsoo niin ikään, ettei se tässä vaiheessa voi hyväksyä Schneiderin väitettä, jonka mukaan Schneiderin kannustin saada Legrandin tai Legrandista erotettujen omaisuuserien myynnistä mahdollisimman paljon voittoa sulkisi pois pyrkimyksen heikentää Legrandia. On selvää, että Legrand-konsernin luovutuksesta saatava taloudellinen tuotto pienenee, jos konsernin kokoa on supistettu ennen luovutusta. Schneiderin mukaan tämän myyntivoiton menetyksen korvaisi kuitenkin pahimman kilpailijan aseman heikkeneminen ja Schneiderin mahdollisuus myydä haluamansa omaisuuserät Legrandista hintaan, jota se ei tavanomaisissa oloissa välttämättä niistä saisi. Vastauksessaan Schneider ei kuitenkaan osoita, millä perusteella Legrandin myynnistä tämän keinottelun tuloksena saatu välitön taloudellinen tuotto olisi sille tärkeämpää kuin pysyvä kilpailuetu, joka sille koituu suurimman kilpailijan heikkenemisestä ja sen oman aseman vahvistumisesta kyseisillä markkinoilla Legrandista erikseen myytyjen omaisuuserien ansiosta.

Päätelmä

(99) Edellä esitetystä seuraa, että Schneiderin ehdotus erotautua Legrandista erottamalla erikseen yritykset [...] * on hylättävä.

SCHNEIDERIN OMISTUSOSUUDEN MYYNTIIN LIITTYVÄT EHDOT

(100) Edellä esitetyn perusteella komissio katsoo, että tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamiseksi Schneide-

rin on myytävä osuutensa Legrandista erottamatta siitä erikseen tytäryrityksiä, joita Schneider on ehdottanut säilytettäväksi itsellään tai myytäväksi erikseen kolmansille. Schneiderin on myytävä niin suuri osa Legrandissa omistamistaan osakkeista, ettei sen haltuun jää merkittävää osuutta Legrandin pääomasta. Näin palautetaan tehokkaan kilpailun edellytykset kyseisillä markkinoilla.

(101) Tämän toteuttamiseen Schneiderilla on kaksi vaihtoehtoa: Legrandin luovuttaminen kolmannelle suoraan ostajayrityksen kanssa tehtävällä sopimuksella tai Legrandin (jonka osakkeet noteerataan nykyisin pörssissä) osakkeiden tarjoaminen merkittäviksi pörssin kautta. Konserni voidaan luovuttaa joko alalla toimivalle kolmannelle yritykselle tai sijoittajille. Legrandin osakkeet voidaan tarjota merkittäviksi joko listautumisannilla tai Schneiderin osakkeenomistajille suunnatulla Legrandin osakeannilla (tai sen uuden yhtiön osakeannilla, jonka nimiin Legrandin osakkeet ovat siirtyneet), jossa osakkeita tarjotaan merkittäviksi esimerkiksi suhteessa heidän omistussuosiinsa. Väitetiedoksiannossaan komissio pitää parhaana ratkaisuna Schneiderin osakkeenomistajille suunnattua Legrandin osakeantia.

(102) Komission mukaan luovutus suoraan yrityksen kanssa tehtävällä sopimuksella edellyttäisi, että komissio hyväksyy etukäteen ostajan, jonka on täytettävä kilpailuedellytysten palauttamiseen liittyvät ehdot. Ostajan on oltava riippumaton Schneiderista, sen on kyettävä todistetusti palauttamaan tehokas kilpailu eikä kaupan toteutumisesta saa olla minkäänlaista epävarmuutta. Lisäksi tämäntyyppinen luovutus vaatisi todennäköisesti hintaneuvottelua, minkä seurauksena Schneider saisi Legrandilta haltuunsa sellaisia luottamuksellisia tietoja, joista voisi koitua vahinkoa kilpailulle. Sekä suoraan sopimukseen perustuvan luovutuksen että listautumisannin haittana on vielä riippuvuus markkinaolosuhteista, minkä vuoksi ne saattavat viedä pidemmän ajan kuin Schneiderin osakkeenomistajille suunnattu osakeanti. Osakeannista olisi lisäksi se etu, ettei se ole riippuvainen markkinaolosuhteista, joten se on helpompi toteuttaa lyhyellä varoitusaajalla.

(103) Komission väitetiedoksiannossa kuitenkin huomaetaan, että osakeannin seurauksena Schneiderin ja Legrandin omistajina olisivat ainakin aluksi samat osakkaat. Tähän voi sisältyä riski kilpailukäyttäytymisen koordinoimisesta, mikäli sama osakasryhmä hallinnoi kumpaakin yritystä tai mikäli sama osakasryhmä käyttää merkittävää vaikutusvaltaa ainakin toisessa näistä yrityksistä. Jotta tämä riski poistuisi, millään Schneiderin ja Legrandin osakkaalla tai osakasryhmällä ei pitäisi olla merkittävää vaikutusvaltaa toisessa yrityksessä.

- (104) Vastauksessaan Schneider väittää, että monitahoisista oikeudellisista ja verotuksellisista syistä yritysten erottaminen osakeannilla tai jakamalla veisi yhtä pitkän ajan kuin muutkin mahdolliset erottamistavat ja että Schneiderin olisi saatava itse valita, miten erottaminen järjestetään. Schneider ei kuitenkaan suoralta kädeltä torju osakeannin järjestämistä.
- (105) Schneiderin perusteluja tarkasteltuaan komissio pitää suotavana, että Schneiderin annetaan päättää vapaasti Legrandista erottautumiseen liittyvistä oikeudellisista yksityiskohdista, kunhan nämä järjestelyt mahdollistavat yritysten erottamisen toisistaan edellä esitettyjen periaatteiden mukaisesti. Schneider ei saa enää pitää hallussaan merkittävää osuutta Legrandin pääomasta, ja Schneiderin on myytävä Legrand-konserni erotta-
matta siitä tiettyjä toimintoja [...]*.
- (110) Kolmanneksi Schneider väittää, ettei [...]* määräaika käytännössä riitä Legrandin luovuttamiseen. Väitteensä tueksi Schneider vetoaa muutamiin esimerkkeihin markkinoilla hiljattain toteutettujen luovutus- tai osto-operaatioiden vaatimista määräaajoista. Schneiderin mukaan nämä esimerkit osoittavat, että Legrandin kokoisten yritysten luovutus vaatii yleensä huomattavan pitkän ajan, jopa yli [...]*, varsinkin, jos luovutettava yritys on ranskalainen.
- (111) Liiketoimen monitahoisuuden ja laajuuden huomioon ottaen komissio pitää kohtuullisena [...]* pituista määräaika, jonka kuluessa Schneiderin pitäisi pystyä suoriutumaan Legrandista erottautumisesta vapaasti määriteltävissään olevien yksityiskohtien mukaisesti. Joka tapauksessa Schneiderin määräaikaan olisi myönnettävä vielä [...]* pidennys, jonka kuluessa Schneiderin on annettava toimitsijamiehelle peruuttamaton ja yksinomainen toimeksianto liiketoiminnan myymiseksi.

MÄÄRÄAJAT

- (106) Koska Schneiderin merkittävä omistusosuus Legrandissa aiheuttaa vakavia ja kielteisiä kilpailuvaikutuksia, Schneiderin on luovuttava siitä mahdollisimman pian. Komissio vaatii väitetiedoksiannossa, että yritykset on erotettava viimeistään [...]* kuluessa sulautuma-asetuksen 8 artiklan 4 kohdassa tarkoitetun päätöksen tekemisestä.
- (107) Vastauksessaan Schneider pitää tätä määräaika kohtuuttomana seuraavista syistä.
- (108) Ensinnäkin Schneider toteaa nostaneensa yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehdystä päätöksestä kumoamiskanteen Euroopan yhteisöjen ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimessa ⁽¹⁴⁾. Se katsoo, että mahdollinen kumoamispäätös menettäisi peruuttamattomasti tehokkaan vaikutuksensa, mikäli päätös Schneiderin määräämisestä luovuttamaan osuutensa Legrandista tehtäisiin ennen kuin ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin ja tarvittaessa Euroopan yhteisöjen tuomioistuin ovat antaneet asiassa ratkaisunsa.
- (109) Toiseksi Schneider pitää [...]* määräaika kohtuuttoman lyhyenä ensinnäkin siksi, ettei keskittymästä ole aiheutunut mitään haittaa kilpailulle Schneiderin toteuttamien Legrandin riippumattomuuden takaavien toimenpiteiden ansiosta, ja toiseksi siksi, että Schneiderille koituu suuri luovutustappion riski, mikäli se joutuu myymään Legrandin liian nopeasti.
- (112) Komissio pitää perusteettomana Schneiderin väitettä, jonka mukaan yritysten erottamispäätöksen tekeminen ennen yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehdystä päätöksestä nostettujen kumoamiskanteiden ratkaisemista merkitsisi sitä, että kanteet menettäisivät tehokkaan vaikutuksensa.
- (113) Jos yritysten erottamispäätös uhkaa viedä Schneiderin kanteelta sen tehokkaan vaikutuksen, Schneider voi aina hakea väli-toimia päätöksen täytäntöönpanon lykkäämiseksi. Lisäksi on todettava, että jos Schneiderin väite nyt hyväksyttäisiin, vastedes yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehtyjä päätöksiä vastaan nostettujen kanteiden olisi aina katsottava lykkäävän automaattisesti päätöksen täytäntöönpanoa, mikä on ristiriidassa perustamissopimuksen 242 artiklan kanssa. Samalla estettäisiin vetoaminen sulautuma-asetuksen 8 artiklan 4 kohtaan tapauksissa, joissa komission on määrättävä yritysten erottamisesta toisistaan tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamiseksi. Tämä siis merkitsisi, että jokainen yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta tehty päätös menettäisi tehokkaan vaikutuksensa heti, kun siitä nostettaisiin kumoamiskanne.

Käytännössä [...]* määräaika olisi riittävä

- (114) Kuten edellä 14—21 kohdassa esitettiin, komissio ei jaa Schneiderin näkemystä, jonka mukaan Schneiderin omistusosuus Legrandissa ei vääristä kilpailua, koska Schneider on toteuttanut asianmukaiset toimenpiteet Legrandin riippumattomuuden takaamiseksi (nimittämällä toimitsijamiehen). Komission

⁽¹⁴⁾ Kanne jätettiin 13 päivänä joulukuuta 2001.

- mukaan Schneiderin merkittävä omistusosuus Legrandissa riittää jo sellaisenaan vääristämään kilpailua kyseisillä markkinoilla, sillä se muuttaa Schneiderin kannustimia kilpailla ja vaikeuttaa Legrandin kehitystä. Riippumattoman toimitsijamiehen nimittäminen ei juuri lievennä Schneiderin merkittävästä omistusosuudesta Legrandissa aiheutuvia kilpailuhaittoja. Se ei siis mitenkään muuta tarvetta keskittymän purkamiseen mahdollisimman nopeasti.
- (115) Legrandin liian nopeasta myynnistä koituvaan tappioon on kaksi mahdollista syytä. Ensinnäkin myyntitappioita voi aiheuttaa pörssimarkkinoiden kielteinen kehitys. Tällainen syy ei ole komission analyysin kannalta oleellinen, koska markkinoiden tulevaa kehitystä on mahdotonta ennustaa. Toisena syynä voi olla liian lyhyt myyntiaika, jolloin Schneider ei ehdi neuvotella kaupasta edullisin ehdoin kolmansien yritysten tai rahoitusmarkkinoiden kanssa, koska aikataulu on liian kireä eri vaihtoehtoihin liittyvien vaatimusten sovittelemiseksi.
- (116) Komissio pitää perusteettomina Schneiderin väitteitä siitä, ettei yrityksiä ehditä erottaa [...]* mennessä.
- (117) Komissio toteaa erityisesti, että useat Schneiderin esittämistä esimerkitapauksista saatiin päätökseen alle [...]*. Kuten Schneiderin tietolähteenä käyttämä liikepankkikin huomauttaa, nämä tapaukset eivät ole mitään poikkeuksia, vaan yksinkertaisesti "sellaisia tapauksia, joihin ei liittynyt erityisiä vaikeuksia".
- (118) Myös Legrand mainitsi esimerkkejä hiljattaisten sulautumisiin johtaneiden yrityskauppojen vaatimista määräajoista etenkin Ranskassa. Esimerkeistä ilmenee, että tällaisten liiketoimen läpiviemiseen on yleensä riittänyt [...]* määräaika myyntipäätöksestä lukien.
- (119) Vaikka sekä luovutus- että jakamisoperaatio on teknisesti mahdollista toteuttaa [...]* määräajassa, Schneider ei mielestään siinä ajassa ehditä tutkia edes alustavasti muita mahdollisia tapoja yritysten erottamiseksi toisistaan. Schneiderin konsultit kuitenkin huomauttavat, että pidentämällä tätä määräaika [...]* asti komissio antaisi Schneiderille tarvittavan joustovaran
- niin, että se ehtii rauhassa tarkastella kumpaakin sille ehdotettua vaihtoehtoa (luovutusta ja jakamista) ennen ratkaisuaan ja saada erottamisprosessin päätökseen määräaikaan mennessä.
- (120) On pantava merkille, että Schneiderilla oli tilaisuus aloittaa yritysten erottamiseen liittyvät valmistelut heti komission tehtyä 10 päivänä lokakuuta 2001 päätöksen yhteismarkkinoille soveltumattomuudesta. Juuri tätä varten Schneider lähetti 22 päivänä marraskuuta 2001 komissiolle pyynnön sulautuma-asetuksen 7 artiklan 4 kohtaan perustuvan poikkeusluvan myöntämisestä yritysten mahdolliseen erottamiseen liittyvien valmistelujen käynnistämiseksi. Lupa myönnettiin. Tämä tarkoittaa, että 10 päivänä lokakuuta 2001 ja poikkeuslupapäätöksen päivämäärän väliseen aikaan lisättäisiin vielä edellä 61 kohdassa mainittu [...]* pidennys, mikä tekisi yhteensä yli [...]*.
- (121) Lisäksi [...]*.
- (122) Kaikesta päätellen vaikuttaa siis siltä, että yritysten erottamiseksi asetettu [...]* määräaika on käytännössä täysin riittävä. Komissio on kuitenkin valmis myöntämään määräaikaan [...]* pidennyksen, jonka aikana toimitsijamiehelle on annettava peruuttamaton ja yksinomainen toimeksianto osakkeiden myymiseksi. Näin Schneider saa tarvitsemansa liikkumavaran käydä neuvotteluja potentiaalisten ostajien tai sijoittajien kanssa. Estääkseen [...]* määräajan noudattamisen vaarantavien tilanteiden syntymisen komissio voi Schneiderin tai toimitsijamiehen pyynnöstä vielä lykätä määräaikoja, jos Schneider tai toimitsijamies pystyvät osoittamaan pyrkineensä parhaansa mukaan noudattamaan niitä.
- (123) Näin ollen Schneiderille on asetettava aluksi [...]* määräaika erottamisen toteuttamiseen. Jos Schneider ei suoriudu siitä tämän määräajan kuluessa, nimitetään toimitsijamies, jolle annetaan tehtäväksi toimittaa Schneiderin hallussa olevien Legrandin omaisuuserien luovutus uuden [...]* määräajan kuluessa.
- (124) Lisäksi Schneider ehdottaa vastauksessaan, että sille annettaisiin mahdollisuus luopua Legrandin pääomasta vähittäin. Kuten edellä jo todettiin (ks. 32—33 kohta), pienikin viivästys Schneiderin vetäytymisessä Legrandista vaikuttaisi haitallisesti kilpailuun. Komissio voi kuitenkin tietyin edellytyksin ja Schneiderin asianmukaisesti perustelemasta pyynnöstä harkita myös muita järjestelyjä, joilla Schneider voisi houkutellessa sellaisia ostajia, jotka eivät pysty tekemään tarjousta koko Legrandin arvosta.

RIIPPUMATON TOIMITSIJAMIES

- (125) Tästä [...] * pituisesta ja toimitsijamiehen toimeksiantoa varten [...] * pidennetystä määräajasta seuraa, että kyseinen noin 98 prosentin osuus Legrandin pääomasta pysyy määrätyn ajan edelleen Schneiderin hallussa. Näin ollen komissio katsoo 4 päivänä joulukuuta 2001 tehdyn poikkeuspäätöksen säännösten mukaisesti, että poikkeuslupapäätöksen nojalla nimetetyn toimitsijamiehen toimeksiantoa on heti laajennettava tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamiseksi. Toimitsijamiehelle olisi annettava tarvittavat valtuudet hoitaa itsenäisesti Schneiderin osuutta Legrandissa näiden kahden yrityksen erottamista edeltävän siirtymäjaksan aikana, taata Legrandille tarvittava itsenäisyys ja toimintavapaus konsernin täysipainoisen kilpailun jatkamiseksi kyseisillä markkinoilla, varmistaa, ettei Schneider ryhdy tämän päätöksen vastaisiin tai siinä määrittelemättömiin toimenpiteisiin, sekä osallistua Schneiderin erottautumisen valmisteluun ja toteuttamiseen. Mikäli Schneider ei onnistu erottautumaan Legrandista [...] * määräajassa, toimitsijamiehelle olisi annettava yksinomainen ja peruuttamaton valtuutus Schneiderin hallussa olevien Legrandin osakkeiden myymiseksi laatimalla toimeksiantoon sitä koskeva lisäys. Komission on hyväksyttävä etukäteen poikkeuslupapäätöksessä määriteltyyn toimeksiantoon tehtävät lisäykset,

ON TEHNYT TÄMÄN PÄÄTÖKSEN:

1 artikla

Tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamiseksi Schneider Electric määrätään erottautumaan Legrand-konsernista liitteessä II esitettyjen periaatteiden mukaisesti.

2 artikla

Tämä päätös on osoitettu seuraavalle yritykselle:

SCHNEIDER ELECTRIC S.A.
43-45, Boulevard Franklin Roosevelt
92500 RUEIL-MALMAISON
France

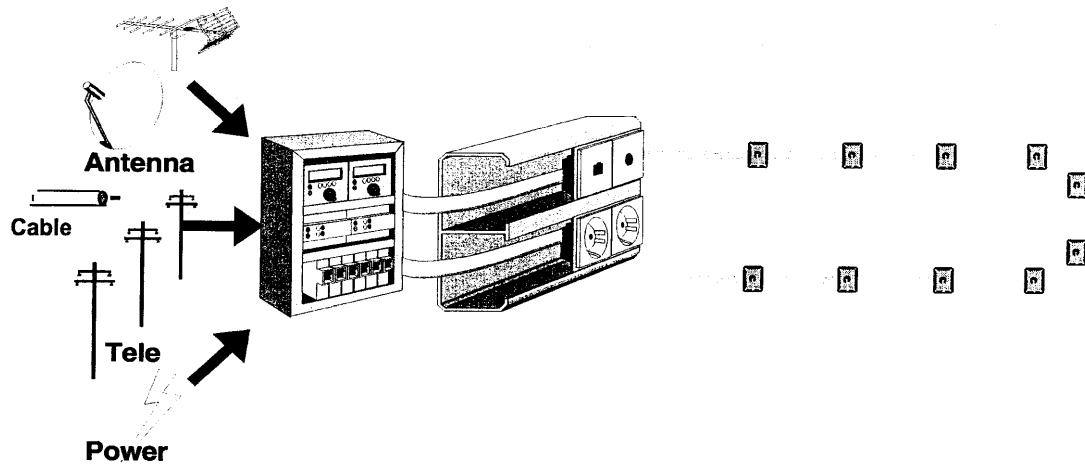
Tehty Brysselissä 30 päivänä tammikuuta 2002.

Komission puolesta

Mario MONTI

Komission jäsen

LITE I



LIITE II

1 kohta

Schneider Electricin (jäljempänä 'Schneider') on erottauduttava [...] kuluessa tämän päätöksen vastaanottamisesta Legrand-konsernista (jäljempänä 'Legrand') ilman, että siitä luovutetaan erikseen tiettyjä toimintoja.

Schneider voi itse päättää yritysten erottamista koskevista yksityiskohdista, kunhan se noudattaa 2 kohdassa määrättyjä periaatteita.

2 kohta

1. Jos Schneider päättää myydä tai antaa myytäväksi Legrandista omistamansa osakkeet yhdelle tai useammalle ostajalle, Schneiderin tarjoaman osakemäärän on oltava sellainen, että sen ostaja tai ostajat voivat esittää vähemmistöosakkaille lunastustarjouksen ja saada niiden osuuksiin lunastusoikeuden, jotta Legrandin osakkeet voidaan vetää pois pörssistä.

Luovutuksen jälkeen Schneiderin ja muiden vähemmistöosakkaiden hallussa saa olla yhteensä alle 5 prosenttia Legrandin pääomasta ja äänioikeuksista. Jos ostaja tai ostajat eivät halua käyttää mahdollisuuttaan esittää vähemmistöosakkaille lunastustarjous ja saada niiden osuuksiin lunastusoikeus, Schneider saa pitää alle 5 prosentin osuutensa Legrandin pääomasta.

2. Jos Schneider päättää tarjota Legrandin tai Legrandissa määräysvaltaa pitävän yhtiön osakkeita merkittäväksi arvopaperimarkkinoilla, Schneiderin on annettava komissiolle etukäteen takeet siitä, ettei mikään Schneiderin ja Legrandin yhteinen osakas tai osakkaiden ryhmä tämän osakeannin seurauksena pääse käyttämään merkittävää vaikutusvaltaa jommassakummassa yrityksessä. Lisäksi Schneiderin haltuun jäävän osuuden on oltava alle 5 prosenttia Legrandin pääomasta.
3. Jos Schneider valitsee jonkin muun kuin 1 tai 2 kohdassa mainitun erottamistavan, sen on pyydettävä siihen ennakolta lupa komissiolta erityisesti siinä tapauksessa, että Schneider haluaa pitää määrätyn ajan hallussaan rajoitettua määrää Legrandilta tai Legrandissa määräysvallan hankkineelta yhtiöltä perittäviin saamiin rinnastettavia arvopapereita. Tässä tapauksessa komissio voi määrätä Schneiderille uusia velvoitteita tehokkaan kilpailun edellytysten palauttamiseksi.
4. Ennen Legrandin luovutusta Schneiderin on pyydettävä komissiota hyväksymään etukäteen kaikki ostajat, jos Schneider erityisesti listautumisannin tapauksessa pystyy ne nimeämään.

Hyväksymispyynnössä on oltava kaikki ne tiedot, jotka komissio tarvitsee sen varmistamiseksi, että ostaja tai ostajat täyttävät neuvoston asetuksen (ETY) N:o 4064/89 ja komission asetuksen (EY) N:o 447/98 mukaan hyväksyttävistä korjaustoimenpiteistä annetun komission tiedonannon ⁽¹⁾ 49 kohdassa määritellyt ostajan valintaa koskevat vaatimukset.

Ostajaa tai ostajia ei hyväksytä, mikäli kyseisen kaupan ehtona on tiettyjen Legrandin toimintojen siirtäminen myöhemmin takaisin Schneiderille.

3 kohta

Schneiderin on toimitettava komissiolle viipymättä:

- a) myyntiin liittyvä tiedoteluonnos tai -luonnokset, jotka on tarkoitus toimittaa mahdollisille ostajille tai sijoittajille
- b) luettelo mahdollisista ostajista, joihin Schneider aikoo ottaa yhteyttä, sekä yhteydenottojen tulokset.

Jos komissio ei ole ottanut kantaa kyseisiin tiedoteluonnoksiin viiden arkipäivän kuluessa niiden toimituspäivästä, komission katsotaan hyväksyneen ne.

⁽¹⁾ EYVL C 68, 2.3.2001, s. 3.

4 kohta

1. Schneiderin on toimitettava komission hyväksyttäväksi viiden arkipäivän kuluessa tämän päätöksen tekemisestä lisäys 4 päivänä joulukuuta 2001 tehdyn komission päätöksen nojalla nimitetyn toimitsijamiehen kanssa (ETY) N:o 4064/89 7 artiklan 4 artiklan perusteella tehtyyn sopimukseen.

Ellei Schneider toimita lisäystä määräajassa tai elleivät komissio ja Schneider pääse siitä yhteisymmärrykseen, komissio voi päättää lisäyksen sisällöstä toimitsijamiestä kuultuaan.

2. Edellä 1 kohdassa tarkoitettu lisäys on laadittava seuraavien periaatteiden mukaisesti:
 - a) toimitsijamiehen toimeksiantoa pidennetään siihen asti, kunnes Schneiderin ja Legrandin erottaminen toisistaan on kokonaan toteutettu
 - b) toimitsijamies varmistaa, ettei Schneider ryhdy tämän päätöksen vastaisiin tai siinä määrittelemättömiin toimiin
 - c) toimitsijamies osallistuu Schneiderin erottautumisen valmisteluun ja toteuttamiseen
 - d) lisäyksen sisällytetään toimenpiteet, jotka katsotaan tarpeellisiksi tämän päätöksen täytäntöönpanemiseksi ja Legrandin itsenäisyyden ja toimintavapauden turvaamiseksi niin, että se voi jatkaa täysipainoista kilpailua kaikilla merkityksellisillä markkinoilla.
3. Ellei Schneider noudata sitoumuksiaan olennaiselta osin, komissio voi täydentää toimitsijamiehen toimivaltaa antamalla tämän käyttöön kaikki sitoumusten noudattamisen varmistamiseksi tarvittavat keinot.
4. Toimitsijamiehen täytettyä saamansa tehtävät Schneider voi pyytää komissiota vapauttamaan tämä toimeksiannostaan.

5 kohta

Päivämäärä, jolloin 1 kohdassa tarkoitetun määräajan katsotaan päättyvän, on joko peruuttamattoman myyntisopimuksen allekirjoittamispäivä, julkisen myyntitarjouksen julkaisemispäivä tai päivä, jolloin Schneiderin yhtiökokous päättää yrityksen jakamisesta.

Schneiderin ja Legrandin tosiasiallinen erottaminen on toteutettava [...] kuluessa tästä päivämäärästä.

6 kohta

1. Ellei Schneider ole pystynyt allekirjoittamaan peruuttamatonta myyntisopimusta kolmannen kanssa eikä julkaisemaan osakkeista julkista myyntitarjousta 1 kohdassa tarkoitettussa [...] määräajassa, Schneiderin on annettava 4 kohdassa tarkoitettulle toimitsijamiehelle peruuttamaton ja yksinomainen valtuutus Schneiderin ja Legrandin erottamiseksi toisistaan korkeimpaan mahdolliseen hintaan mutta ilman, että osakkeille määritellään pohjahintaa.

Schneiderin on toimitettava tätä varten toimeksiantosopimukseen laatimansa lisäys komission hyväksyttäväksi viimeistään 10 arkipäivää ennen kyseisen määräajan päättymistä.

Ellei lisäystä ole toimitettu 10 arkipäivää ennen kyseisen määräajan päättymistä tai elleivät komissio ja Schneider pääse siitä yhteisymmärrykseen, komissio voi päättää lisäyksen sisällöstä toimitsijamiestä kuultuaan.

2. Toimitsijamiehellä on [...] aikaa allekirjoittaa peruuttamaton myyntisopimus kolmannen kanssa tai julkaista osakkeista julkinen myyntitarjouks.

7 kohta

Jos Schneider tai edellä 4 kohdassa tarkoitettu toimitsijamies eivät pysty tekemään kolmannen kanssa peruuttamattomaa myyntisopimusta tai julkaisemaan osakkeiden julkista myyntitarjousta määräaikaan mennessä poikkeuksellisten olosuhteiden takia, komissio voi pidentää 1 kohdassa tarkoitettua määräaikaan tai 6 kohdan 2 alakohdassa tarkoitettua määräaikaan harkintansa mukaan, jos Schneider tai toimitsijamies on esittänyt pidentämisestä asianmukaisesti perustellun pyynnön. Määräajan pidentämistä koskeva pyyntö on toimitettava komissiolle välittömästi poikkeuksellisten olosuhteiden ilmettyä, ja siinä on osoitettava, että määräaikoja on kaikin keinoin pyritty noudattamaan.
