

**Ordonnance de la Cour (cinquième chambre) du 9 mars 2007 —
Schneider Electric / Commission**

(affaire C-188/06 P)

«Pourvoi — Opérations de concentration d'entreprises — Marché de la distribution de l'électricité — Décisions d'engagement et de clôture de la procédure»

1. *Pourvoi — Moyens — Contrôle par la Cour de l'appréciation des éléments de fait et de preuve — Exclusion sauf cas de dénaturation (Art. 225 CE; statut de la Cour de justice, art. 58) (cf. point 28)*

2. *Pourvoi — Moyens — Absence d'identification de l'erreur de droit invoquée — Irrecevabilité [Art. 225 CE; statut de la Cour de justice, art. 58; règlement de procédure de la Cour, art. 112, § 1, c)] (cf. points 55, 78)*

3. *Pourvoi — Moyens — Moyen articulé à l'encontre d'un motif de l'arrêt non nécessaire pour fonder son dispositif — Moyen inopérant (Art. 225 CE; statut de la Cour de justice, art. 58) (cf. points 64, 80)*

4. *Concurrence — Concentrations — Examen par la Commission — Décision d'ouvrir la phase d'examen approfondi [Règlement du Conseil n° 4064/89, art. 6, § 1, c)] (cf. point 72)*

Objet

Pourvoi formé contre l'ordonnance du Tribunal de première instance (quatrième chambre) du 31 janvier 2006, Schneider Electric SA/Commission (T-48/03), rejetant comme irrecevable une demande d'annulation, d'une part, de la décision de la Commission, du 4 décembre 2002, d'ouvrir la phase d'examen approfondi de l'opération de concentration entre Schneider et Legrand (affaire COMP/M.2283 — Schneider/Legrand II) et, d'autre part, de la décision de la Commission, du 13 décembre 2002, de clore la procédure de contrôle de cette opération.

Dispositif

- 1) Le pourvoi est rejeté.

- 2) Schneider Electric SA est condamnée aux dépens.

**Ordonnance de la Cour (septième chambre) du 9 mars 2007 —
Alecansan / OHMI**

(affaire C-196/06 P)

«Pourvoi — Marque communautaire — Règlement (CE) n° 40/94 — Article 8, paragraphe 1, sous b) — Demande d'enregistrement d'une marque figurative — Opposition du titulaire d'une marque figurative nationale antérieure — Risque de confusion — Absence — Absence de similitude entre les produits et les services désignés par les marques en conflit»