

CONSEIL DE LA CONCURRENCE

Avis n° 01-A-02 du 13 février 2001 relatif à l'acquisition du groupe Poma par la société Leitner

Le Conseil de la concurrence (formation plénière),

Vu la lettre du 7 novembre 2000, enregistrée le 9 novembre 2000 sous le numéro A 320, par laquelle le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie a saisi le Conseil de la concurrence, en application des dispositions de l'article L. 430-1 du code de commerce, d'une demande d'avis relative à l'acquisition des sociétés Pomagalski et Poma Expansion par la société Systèmes de transport de personnes ;

Vu le livre IV du code de commerce, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-4, et le décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986 modifié, pris pour l'application de l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 ;

Vu les observations présentées par la société Systèmes de transport de personnes, les sociétés Pomagalski et Poma Expansion et le commissaire du Gouvernement ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Les rapporteurs, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement et les représentants des sociétés Systèmes de transport de personnes, Pomagalski et Poma Expansion entendus au cours de la séance du 13 février 2001 ;

M. Hervé Petit, responsable de la division téléphérique du service technique des remontées mécaniques et des transports guidés au ministère de l'équipement, des transports et du logement, et M. Jacques François, directeur de la compagnie des Alpes, entendus conformément aux dispositions de l'article L. 463-7 du code de commerce ;

Adopte l'avis fondé sur les constatations et les motifs ci-après exposés :

I. - Les entreprises parties à l'opération

A. - La société Leitner

La société Leitner est une société de droit italien, filiale du groupe italien Seeber. Le groupe Seeber, principalement implanté en Italie, en Autriche et en Allemagne, est présent dans le secteur des travaux publics et de la promotion immobilière et a réalisé un chiffre d'affaires mondial consolidé de 1,346 milliard de francs en 1999. La société Leitner est spécialisée dans la conception et la construction d'engins de transport par câble. Au cours de l'année 1999, cette société a réalisé un chiffre d'affaires mondial de un milliard de francs. La construction et l'installation de remontées mécaniques pour le transport des

personnes dans les stations de ski constituent son activité principale (71 % de son chiffre d'affaires), mais elle se développe également dans la construction d'engins de transports urbains et d'ascenseurs inclinés (4 % du chiffre d'affaires). La société Leitner est présente dans un certain nombre d'autres secteurs d'activités, connexes à la construction de remontées mécaniques dans les stations de ski : la production d'engins de préparation des pistes de ski (18 % de son chiffre d'affaires) et la production de neige de culture (2 % de son chiffre d'affaires). Enfin, les services aux remontées mécaniques (pièces de rechange, réparations, modifications d'appareils) représentent 5 % de son chiffre d'affaires.

La société Leitner emploie 608 personnes dans le monde et possède des sites de production en Italie, en France et au Canada. Elle est implantée en France par l'intermédiaire d'une filiale, la SARL Leitner France (127 988 791 F de chiffre d'affaires en 1999), qui opère sur le marché des remontées mécaniques et de la neige de culture et emploie douze personnes. La société Leitner France possède elle-même une filiale, la SARL Travibat Savoie, qui fabrique des pylônes, produit des poulies et assemble des sièges et des passerelles. Cette société, située à Fronteneix (Savoie), emploie 34 personnes.

B. - Le groupe Poma

Société de droit français, implantée à Voreppe (Isère), la société Pomagalski contrôle directement, en France et à l'étranger, plusieurs filiales qui, ensemble, constituent le groupe Poma. Le capital de la société Pomagalski est détenu à hauteur de 79,58 %, par une société holding, la société Poma Expansion.

Implanté à l'étranger (Italie, États-Unis et Canada), le groupe Poma emploie 631 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires mondial de 1,1 milliard de francs au cours de l'année 1999, à proportion de 45 % en France et de 55 % à l'étranger. Le groupe Poma est également spécialisé dans la construction d'engins de transport par câble. La construction de remontées mécaniques dans les stations de ski constitue son activité principale et représente 62 % de son chiffre d'affaires. Le groupe Poma possède la société Skirail, implantée à Sillingy (Haute-Savoie), spécialisée dans la construction de télésièges à pinces fixes, et détient 20 % du capital de la société Gimar Montaz Montino, implantée à Echirolles (Isère), spécialisée dans la construction de téléskis. Le groupe Poma construit également des blondins, dispositifs de transport de matériaux et de matériels par câble utilisés lors de la construction de barrages et de viaducs (14 % de son chiffre d'affaires). Il est présent dans le secteur de la construction d'engins de transport urbain (3 % de son chiffre d'affaires) et s'est associé à un constructeur américain d'ascenseur, la société Otis Elevator Company, dans le cadre d'une filiale commune consacrée à la recherche, à la coopération et au développement : la société Poma-Otis.

Le groupe Poma, par l'intermédiaire de sa filiale, la société Montagner, est aussi présent dans la production de neige de culture (2 % de son chiffre d'affaires). Les services aux remontées mécaniques des stations de ski représentent 19 % de son chiffre d'affaires.

II. – L'opération

Le 7 juin 2000, la société Systèmes de transport de personnes (ci-après STP), expressément désignée par la société Leitner pour réaliser l'opération, a acquis la totalité des actions représentatives du capital des sociétés Pomagalski et Poma Expansion.

Aux termes de l'article L. 430-2 du code de commerce " *la concentration résulte de tout acte, quelle qu'en soit la forme, qui emporte transfert de propriété ou de jouissance sur tout ou partie des biens, droits et obligations d'une entreprise ou qui a pour objet, ou pour effet, de permettre à une entreprise ou à un groupe d'entreprises d'exercer, directement ou indirectement, sur une ou plusieurs entreprises une influence déterminante* ".

Les conventions conclues le 7 juin 2000 entre la société STP, d'une part, les actionnaires des sociétés Pomagalski et Poma Expansion, d'autre part, en tant qu'elles emportent transfert de propriété de la totalité des biens, droits et obligations de la société Pomagalski, constituent une concentration au sens de l'article L. 430-2 du code de commerce.

III. - Délimitation des marchés susceptibles d'être affectés par l'opération

Le groupe Poma et la société Leitner possèdent des activités communes principalement dans le domaine de la construction des remontées mécaniques, mais également dans celui de la construction d'engins de transport par câble et dans celui des installations de neige de culture.

A. - La construction de remontées mécaniques

1. Constatations

a) Les produits

Les remontées mécaniques et téléphériques sont principalement installés en zone de montagne afin d'assurer la desserte de domaines skiables ou de sites en altitude. Certains équipements de transport par câble ont été installés en zone urbaine afin, généralement, de desservir des sites touristiques (funiculaire de Lyon, téléphérique de Grenoble).

Les remontées mécaniques sont conçues sur la base de l'une des deux techniques suivantes :

- le véhicule peut se déplacer sur un ou plusieurs câbles fixes : il est alors mû par un câble tracteur qui le tire vers le haut ou vers le bas. Cette technique permet d'utiliser des véhicules gros porteurs et de franchir de grandes portées sans avoir à installer des pylônes régulièrement espacés.
- le véhicule peut aussi être suspendu et tiré par le même câble, qui est donc à la fois porteur et tracteur : un câble sans fin est tendu entre deux poulies, dont l'axe est sensiblement vertical, situées en bas et en haut de la pente. Une des deux poulies de l'installation est motrice, l'autre permet de régler la tension du câble. Entre les deux stations, le câble est soutenu par des pylônes ou des portiques

spéciaux.

En application de ces principes de fonctionnement, les fabricants de matériels de transport par câble proposent une gamme complète d'équipements généralement regroupés au sein des catégories suivantes :

- Les téléskis, qui tractent le skieur par l'intermédiaire de perches ou d'archets, sans le porter. Le prix hors taxes d'un télésiège se situe entre 0,5 et 2,7 millions de francs avec une valeur moyenne de 1,5 million de francs. Sa durée de vie est d'environ 25 à 30 ans.
- Les téléportés monocâbles, qui transportent le skieur assis (siège) ou debout (cabine), dans un véhicule qui est à la fois suspendu et tiré par un même câble (porteur/tracteur). Le véhicule peut être fixe ou débrayable :
- Le télésiège fixe : les véhicules soudés au câble suivent son mouvement. L'embarquement ou le débarquement des skieurs en gare s'effectuant sans ralentissement, la vitesse en ligne est nécessairement constante et faible (2,7 m/seconde) et le débit réduit (1 700 skieurs/heure). Le prix hors taxes d'une installation se situe entre 8 et 17 millions de francs, avec une valeur moyenne de 11 millions de francs.
- Le télésiège et le télécabine débrayables : les véhicules peuvent se désolidariser du câble, permettant à la fois une vitesse réduite lors de l'embarquement et du débarquement et une vitesse rapide entre les deux gares (6 m/seconde). Cette catégorie d'installation associe confort et rapidité avec un débit élevé (3 000 skieurs/heure). Un télésiège débrayable peut comporter jusqu'à huit places ; un télécabine jusqu'à seize places. Le prix hors taxes d'un télésiège débrayable peut se situer entre 16 et 28 millions de francs ; celui d'un télécabine entre 24 et 45 millions de francs.
- Les doubles monocâbles (DMC) : deux câbles sans fin, écartés parallèlement, soutiennent et tractent le véhicule. Ce système donne une grande stabilité à l'installation, même en cas de grand vent. Le véhicule peut transporter environ trente à quarante personnes.
- Les téléphériques : le véhicule circule sur un ou plusieurs câbles porteurs fixes. Un câble tracteur le hisse ou le retient. Il s'agit d'un engin de grande capacité dont le coût peut atteindre 80 millions de francs.
- Les funiculaires : le véhicule qui transporte les passagers n'est pas suspendu à un câble porteur, mais roule sur des rails. Souterrains dans les stations de ski, leur réalisation suppose des travaux de creusement de tunnel très importants qui expliquent leur coût très élevé : de l'ordre de 150 millions de francs.

b) La réglementation

La réglementation technique et de sécurité applicable aux remontées mécaniques relève de la compétence de l'État et est définie par arrêté du ministre des transports (article 2 du décret n° 87-815 du 5 octobre 1987 relatif au contrôle technique et de sécurité de l'Etat sur les remontées mécaniques). La construction et la mise en exploitation des remontées mécaniques sont soumises à autorisation, d'une part, avant l'exécution des travaux et, d'autre part, avant la mise en exploitation (articles L. 445-1 à L. 445-4 et R. 445-1 à R. 445-16 du code de l'urbanisme). L'autorisation d'exécution des travaux tient lieu de permis de construire. Les autorisations sont délivrées par le maire, après avis conforme du préfet.

L'intervention de spécialistes extérieurs est rendue obligatoire lors de la construction : le maître d'ouvrage a

l'obligation de désigner un maître d'œuvre unique, responsable de la conception et de la réalisation du projet en conformité avec les règlements en vigueur et les règles de l'art (article 4 du décret précité) ; les fondations, ancrages et superstructures des remontées mécaniques, à l'exception des téléskis et à l'exclusion des parties mobiles ou sujettes à l'usure, sont soumis à un contrôle technique portant sur leur conception et leur exécution (article 5 du décret du précité).

Les installations peuvent faire l'objet de visites, en exploitation ou hors exploitation, par les agents chargés du contrôle de l'État (article 8 du décret précité). Les agents de contrôle ont un libre accès à toutes les installations. Le contrôle technique et de sécurité de l'État sur les remontées mécaniques porte notamment :

- sur leur construction et leur mise en exploitation ;
- sur leur conformité à la réglementation technique et de sécurité en vigueur ;
- sur l'exploitation, les règlements d'exploitation et de police ;
- sur les accidents et incidents d'exploitation ;
- l'harmonisation de la réglementation.

c) L'offre

La construction d'une remontée mécanique est un processus complexe qui nécessite l'assemblage de multiples composants interdépendants et implique la réalisation d'importants travaux de génie civil. Les constructeurs, qui se présentent comme des assembleurs, fournissent des produits " *clefs en main* " en intervenant, soit directement, soit par l'intermédiaire de sous-traitants, à tous les stades de la réalisation, de la conception à l'installation. Chaque produit est spécifique, quoique constitué de composants en partie standardisés, et il n'existe pas de catalogue général avec des prix associés.

L'intervention des constructeurs se manifeste essentiellement au stade de la conception des installations et de leurs composants et de leur adaptation au site, en fonction des critères de choix du client. Chaque fabricant développe ses propres solutions techniques de manière à répondre aux exigences de sécurité et de disponibilité. La part des dépenses d'étude, de recherche et de développement dans les coûts des constructeurs est donc considérable : 43 % chez Poma et 30 % chez Leitner. Sur les 631 personnes employées par Poma, 244 se consacrent aux études.

La phase d'industrialisation est plus ou moins intégrée selon les constructeurs : certains fabriquent la plupart des pièces, alors que d'autres en sous-traitent une large part. Le génie civil et le montage représentent environ 20 % à 25 % du coût d'une remontée mécanique. Les travaux de génie civil sont sous-traités à des entreprises spécialisées et le montage sur site est généralement effectué par des entreprises locales spécialisées dans les travaux en montagne, encadrées par le fabricant. Dans tous les cas, le réglage et le suivi de la mise en route sont réalisés par un ingénieur du fabricant-concepteur.

L'activité des constructeurs présente un caractère saisonnier, le matériel devant être installé début décembre pour l'ouverture des stations et le montage devant être réalisé pendant l'été. Cette contrainte oblige les constructeurs à un effort important de standardisation et de planification.

Les constructeurs, d'une manière générale, n'assurent pas la maintenance des installations. Les exploitants

disposent de leurs propres équipes de personnels qualifiés pour assurer le bon fonctionnement des appareils et leur réparation dans les meilleurs délais. Le coût d'entretien annuel d'un appareil peut être estimé à environ 1,5 % de son coût d'achat, dont la moitié représente l'achat de pièces de rechange.

L'offre de remontées mécaniques est, au niveau mondial, concentrée entre quatre entreprises européennes qui, chacune, sont en mesure de proposer l'ensemble de la gamme des remontées mécaniques : les parties à la concentration, la société Doppelmayr (implantée en Autriche), qui réalise un chiffre d'affaires mondial d'environ 1,6 milliard de francs, et la société Garaventa (implantée en Suisse), spécialisée dans la construction de téléphériques à va-et-vient, et qui réalise un chiffre d'affaires mondial d'environ 1,2 milliard de francs. En dehors de l'Europe, il n'existe pas de constructeur important de remontées mécaniques. La société Doppelmayr est le principal constructeur étranger implanté en France où elle possède une filiale, la société Etudes et Transport, située à Modane, qui emploie 50 personnes et produit principalement des têtes de pylônes ainsi que des gares de télésièges. La société Garaventa intervient en France en association avec une société française, la société Réel, qui opère habituellement dans le secteur du nucléaire.

D'autres constructeurs européens sont spécialisés sur certains créneaux, mais n'interviennent pas en France : la société Graffer (Italie), la société Holz (Italie). Enfin, il convient de signaler l'existence de petits constructeurs implantés en France : Gimar Montaz Montino (GMM) et Schippers.

d) La demande

- Les acheteurs

Avec environ 370 stations de sports d'hiver, la France occupe la première place européenne en ce qui concerne la surface skiable équipée (1 200 km²). Les départements de la Savoie, de la Haute-Savoie, des Hautes-Alpes, de l'Isère, des Alpes-de-Haute-Provence et des Alpes-Maritimes regroupent plus de 70 % des installations de remontées mécaniques et confirment la part prédominante des massifs alpins dans le secteur. Les stations des massifs pyrénéens représentent un peu plus de 12 % des équipements en service en France. Les stations des Vosges, du Jura et du Puy-de-Dôme ne représentaient toutes ensemble qu'environ 18 % des installations en service en 1997/1998.

Le cadre de l'organisation des services de remontées mécaniques est défini par les articles 42 à 49 de la loi n° 85-30 du 9 janvier 1985 relative au développement et à la protection de la montagne : le service des remontées mécaniques est organisé par les communes sur le territoire desquelles elles sont situées ou par leurs groupements ; les communes ou leurs groupements peuvent s'associer, à leur demande, au département pour organiser ce service (article 46). L'exécution du service est assuré soit en régie directe, soit en régie par une personne publique sous forme d'un service public industriel ou commercial, soit par une entreprise ayant passé à cet effet une convention à durée déterminée avec l'autorité compétente (article 47). Cette convention fixe la nature et les conditions de fonctionnement et de financement du service. Elle peut prévoir la participation financière de l'exploitant à des dépenses d'investissement et de fonctionnement occasionnées directement et indirectement par l'installation de la ou des remontées mécaniques. La durée des contrats est modulée en fonction de la nature et de l'importance des investissements consentis par l'aménageur ou l'exploitant. Elle ne peut excéder dix-huit ans que si elle est justifiée par la durée d'amortissement technique ou lorsque le contrat porte sur des équipements échelonnés dans le temps. Elle ne peut, en aucun cas, être

supérieure à trente ans (article 42).

En pratique, les collectivités locales délèguent généralement l'exploitation à des entreprises spécialisées et les exploitants ont des statuts juridiques divers :

Type de statut	Débit des remontées gérées (en pourcentage du total)
Association sans but lucratif	1,7
Régie municipale sans personnalité morale	11,7
Régie municipale avec personnalité morale	8,5
Régie départementale	2,5
Autre entreprise publique	6,8
SEM	22,9
SA	22,7
SARL	14,2
Individuel	1,1
Autre entreprise privée	7,9

Source : Service d'études et d'aménagement touristique de la montagne (SEATM)

Quel que soit leur statut juridique, les exploitants choisissent le constructeur d'une remontée mécanique après une mise en concurrence. Les consultations sont lancées par des bureaux de maîtrise d'œuvre (seuls de très rares gros exploitants privés comme les sociétés exploitantes des stations de Val d'Isère et d'Avoriaz lancent directement leurs propres dossiers de consultation).

Le chiffre d'affaires hivernal de l'ensemble des exploitations de remontées mécaniques a dépassé les 5 milliards de francs au cours de la saison 1999/2000. Les seize grandes stations d'altitude situées dans les Alpes assurent près de la moitié du chiffre d'affaires du secteur. Les 40 premières stations représentent 75 % du chiffre d'affaires du secteur alors que les 211 petites stations n'en représentent que 25 %. Depuis plusieurs années, les exploitants de stations évoluent sur un marché du ski arrivé à maturité et ils ont principalement appuyé leur croissance sur la clientèle étrangère. Le renforcement de la concurrence directe (stations de ski étrangères) et indirecte (autres formes de loisirs d'hiver) a conduit la profession à se concentrer.

Parmi les entreprises les plus puissantes du secteur, on trouve la Société des téléphériques de Val d'Isère, Deux Alpes Loisirs, le groupe Transmontagne ainsi que la Compagnie des Alpes, filiale du groupe de la Caisse des dépôts et consignations. Leader dans le secteur des sociétés exploitantes de remontées mécaniques, la Compagnie des Alpes, qui exploite douze stations de montagne, a réalisé un chiffre d'affaires

de 1,3 milliard de francs en 1998. Elle détient 5 % du marché européen et 25 % du marché français, avec des stations comme Tignes, les Arcs ou la Plagne et Meribel Alpina.

- Les investissements

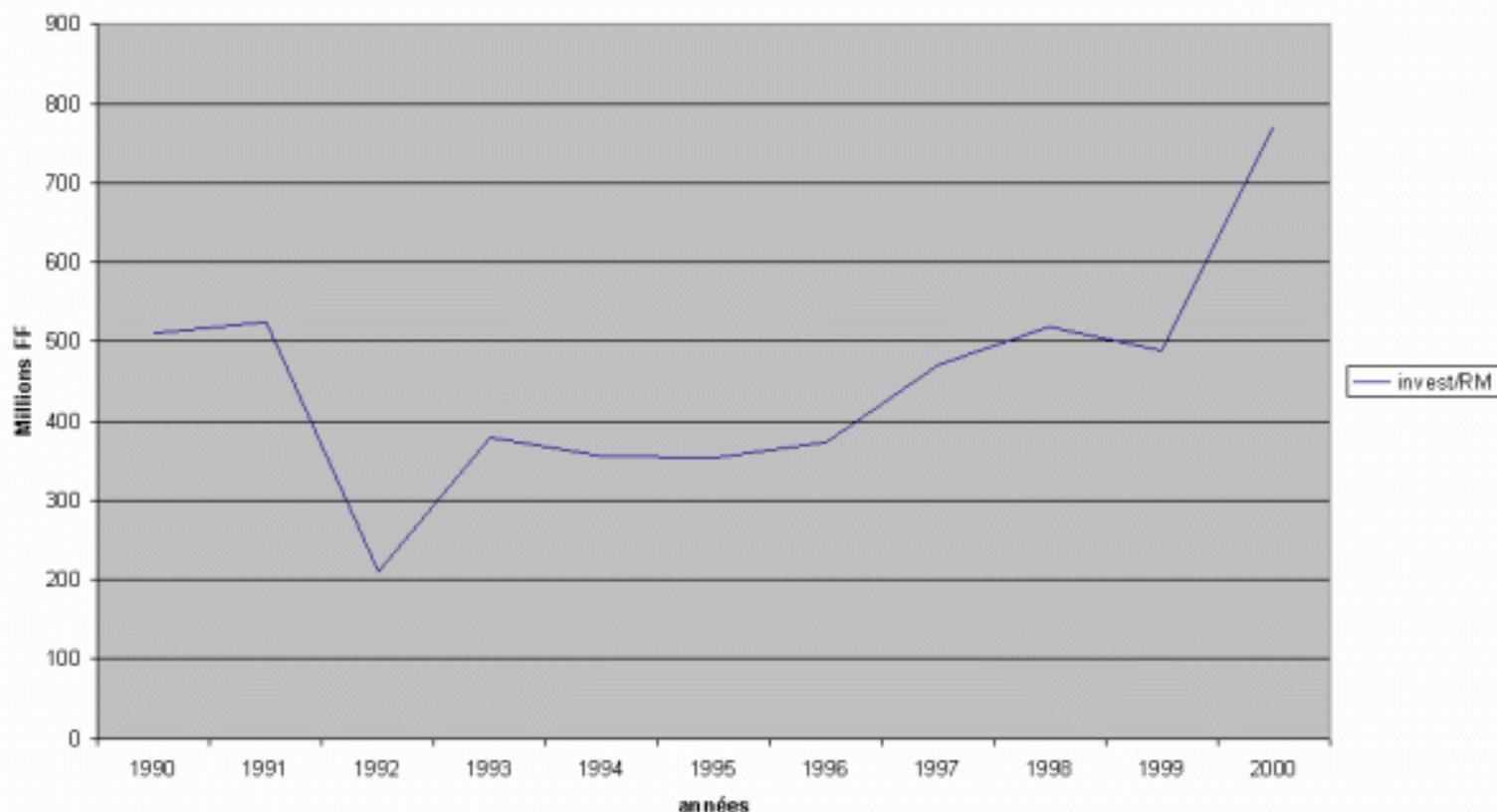
Au premier rang pour le nombre d'installations, le parc français des remontées mécaniques, constitué de 4 000 installations, représente 15 % du parc mondial. Les installations ont une durée de vie moyenne d'environ 30 ans. Le parc français dispose de 49 appareils bicâbles, 20 funiculaires, 1 003 téléportés monocâbles dont 266 débrayables, 2 916 téléskis. 59 nouvelles installations sont construites en 2000. Les exploitants s'équipent de plus en plus de téléportés débrayables à fort débit (six, voire huit places), au lieu de téléportés fixes ou de téléskis.

Nombre de constructions par catégorie d'appareils

	1996	1997	1998	1999	2000
Téléphériques bicâbles	1	1	1	0	1
Funitel	0	0	0	0	1
Télécabines	1	3	1	3	2
Télesièges débrayables Huit places	0	0	0	0	4
Télesièges débrayables Six places	4	4	4	6	10
Télesièges débrayables Quatre places	2	7	8	4	4
Télesièges à attaches fixes	13	12	15	9	19
Téléskis	20	17	26	19	18
Total	41	45	55	41	59
Source : Service technique des remontées mécaniques (STRM)					

Les investissements des exploitants de remontées mécaniques dans la construction de remontées mécaniques ont atteint 771 millions de francs en 2000, contre 489 millions en 1999. Leur niveau est très fluctuant et dépend des résultats de la dernière saison ainsi que des anticipations d'activité des gestionnaires des stations.

Investissements en RM



Les investissements sont essentiellement liés au renouvellement de matériels anciens puisque, pour des raisons environnementales, il est devenu difficile aux stations de s'étendre.

Le marché français du ski étant arrivé à maturité, les stations envisagent de se développer en attirant la clientèle étrangère qui, actuellement, ne représente encore qu'une faible part de la clientèle des stations françaises (11 millions de nuitées étrangères contre 51 millions de nuitées françaises) par rapport, notamment, aux stations autrichiennes. L'Allemagne, ainsi que les Pays-Bas, constituent un énorme réservoir de clientèle qui skie essentiellement en Autriche : sur six millions de séjours annuels réalisés par les Allemands en 1998, seuls 200 000 ont été effectués en France. Les séjours dans les stations de sport d'hiver étant de plus en plus courts et les skieurs souhaitant profiter au maximum des pistes, les exploitants, s'ils veulent conquérir et fidéliser la clientèle, doivent mettre en service des installations modernes pour offrir un maximum de confort et un minimum d'attente. L'équipement des domaines skiables en matériels de remontée performants et innovants représente ainsi un élément décisif dans la concurrence à laquelle se livrent les grandes stations des Alpes.

Or, il se trouve que les stations françaises ont accumulé un net retard d'investissement par rapport à leurs homologues de l'arc alpin ; l'effort d'investissement national s'est effondré entre 1986, année où il représentait encore 35 % du chiffre d'affaires des stations, et 1992, année où il n'atteignait plus que 6 % du chiffre d'affaires. Le vieillissement du parc d'équipement (l'âge moyen des remontées mécaniques est de 25 ans pour les téléskis et de 15 ans pour les téléportés) conduit le Syndicat national des téléphériques à prévoir un taux d'investissement représentant environ 30 % du chiffre d'affaires au cours des prochaines

années. Si les dépenses nécessaires au simple renouvellement du parc sont estimées à 800 millions de francs par an, la propension des stations à rechercher des solutions innovantes, ainsi que les quelques perspectives de développement qui demeurent, conduisent les professionnels à estimer à 1 500 millions de francs annuels le flux d'investissement en France au cours des prochaines années. Aussi les perspectives de croissance des investissements français dans le secteur des remontées mécaniques apparaissent-elles favorables au cours des prochaines années.

2. Délimitation des marchés

a) Délimitation du marché de produits

La société notifiante soutient que, de proche en proche, toutes les catégories de remontées mécaniques sont substituables entre elles : " *Les téléskis sont substituables aux télésièges, les télésièges aux télécabines, les télécabines aux téléphériques* ". Elle soutient que, si l'image de marque d'une station, des considérations financières ou le relief du terrain réduisent les possibilités de choix des exploitants, les produits sont substituables dans la plupart des cas. Elle souligne qu'un même point haut peut être parfois desservi par un télésiège, un ou deux téléskis, voire un téléphérique, et que plusieurs téléskis peuvent indifféremment être retenus à la place d'un télésiège et inversement. Elle considère que le choix des exploitants pour un type de remontée mécanique ne dépend ni du coût financier, ni des difficultés techniques, mais de la préférence de la station pour un projet par rapport à un autre.

Cependant, si les différentes catégories de remontées mécaniques remplissent la même fonction - amener une personne d'un point bas à un point haut -, cette considération est, à elle seule, insuffisante à établir leur substituabilité en termes de concurrence. Certes, une substituabilité limitée est possible entre les téléskis et les télésièges, mais il existe des configurations de terrain ou des besoins en débit que seuls les télésièges peuvent satisfaire.

Pour délimiter le marché, doivent être également pris en compte, d'une part, les caractéristiques objectives des produits, d'autre part, le comportement des consommateurs et des exploitants :

- Les téléskis, les téléportés monocâbles, les téléphériques et les funiculaires mettent en œuvre des techniques distinctes. La construction des appareils appartenant à l'une ou l'autre de ces catégories implique des travaux dont l'importance varie considérablement. Transportant en hauteur des passagers en nombre, les installations téléportées sont soumises à des contraintes très strictes de sécurité et d'entretien et font l'objet de réglementations distinctes. Compte tenu de leur spécificité, la standardisation des gros porteurs est moindre.
- Les téléskis, les téléportés monocâbles, les téléphériques et les funiculaires possèdent des performances très différentes : le débit des téléskis est faible tandis que celui des appareils téléportés peut, s'agissant des débrayables, atteindre 3 000, voire 4 000, skieurs à l'heure. Avec un appareil téléporté, les skieurs voyagent dans un véhicule, debout ou assis, parfois abrités, tandis qu'avec un télésiège, ils demeurent à skis. Les téléphériques, comme les funiculaires, permettent des dénivelés importants dans des délais rapides.
- Les différences de prix entre chacune des catégories d'appareils sont considérables : un télésiège coûte entre 0,5 et 2,7 millions, un télésiège entre 8 et 28 millions, un télécabine entre 24 et 45 millions, un

téléphérique environ 80 millions et le prix d'un funiculaire jusqu'à 150 millions. L'ampleur de ces écarts de prix détermine des catégories distinctes d'appareils entre lesquelles il n'existe pas de substituabilité : la demande des produits les plus chers ne pourrait pas s'expliquer si les produits les moins chers représentaient des substituts satisfaisants.

Ces différents éléments amènent à définir trois catégories d'installations, en distinguant, d'une part, les techniques mises en œuvre et, corrélativement, les performances, et, d'autre part, leurs coûts : les téléskis, les téléportés monocâbles (télésièges et télécabines jusqu'à seize places) et les gros porteurs (funitel, téléphériques bi-câbles, funiculaires), installations très coûteuses dont la réalisation demeure exceptionnelle. Les constructeurs procèdent, d'ailleurs, à ces mêmes distinctions dans leurs documents internes.

- La demande des exploitants, qui disposent de compétences internes approfondies, s'exprime spécifiquement sur l'une ou l'autre des catégories d'appareils. La nature et les performances des produits qu'ils souhaitent acheter sont spécifiées de manière très détaillée dans des cahiers des charges rédigés avec le concours de bureaux d'études. En fonction de leurs besoins - vitesse, longueur, débit horaire souhaité, image commerciale de la station, esthétique -, de leur capacité d'investissement et des attentes des skieurs, la demande va se porter précisément sur une catégorie d'installation. Dans certains cas, les conditions de terrain et les contraintes réglementaires peuvent imposer le recours à une catégorie particulière d'appareil en fonction de la pente, de la structure géologique, de la hauteur du transport. Si les critères de choix des exploitants sont divers, ils sont, en définitive, déterminés par les attentes des skieurs : ainsi, les télésièges débrayables ont la faveur des usagers, à cause de leur confort à l'embarquement, de leur rapidité et de la position assise des passagers, et représentent la majorité des installations nouvelles. La mise en place de ces installations, dont le choix n'est pas neutre économiquement, financièrement, commercialement, contribue fortement à l'image d'une station et à son attractivité pour la clientèle.

Il résulte de l'ensemble de ces considérations que les téléskis, les téléportés monocâbles et les gros porteurs (funitel, téléphériques bi-câbles, funiculaires) doivent être regardés comme constituant trois marchés distincts.

b) Délimitation géographique

La demande, sur les marchés des remontées mécaniques, émane principalement des régions de montagne situées dans les Pyrénées et dans les Alpes (ensemble de l'arc alpin), aire dans laquelle sont historiquement implantés les principaux constructeurs. Le Conseil relève que le poids historique de chaque constructeur dans son pays et la manifestation d'une préférence des acheteurs en faveur de l'opérateur national se traduisent, dans chaque pays, par la détention, au profit du constructeur national, de fortes parts sur les différents marchés des remontées mécaniques. Toutefois, le Conseil constate que ces constructeurs détiennent des parts substantielles sur un ou plusieurs autres marchés nationaux et qu'il existe une fluidité de l'offre entre les pays de l'arc alpin. Ainsi, la société Doppelmayr et la société Leitner ont, depuis les années 1990, conquis des parts de marché substantielles en France : la société Doppelmayr est présente sur tous les marchés des remontées mécaniques, la société Leitner est principalement présente sur les marchés du télésiège et des téléportés, la société Garaventa est présente sur le marché des gros porteurs et commence à entrer sur le marché des téléportés.

La demande s'exprime, d'une manière générale, par des appels d'offres ouverts et il n'existe pas de fortes barrières à l'entrée des opérateurs étrangers.

En effet, à l'intérieur du territoire formé par l'arc alpin, les coûts de transport, qui représentent environ 1 % du prix d'une installation, ne constituent pas un obstacle à la circulation des produits ; par ailleurs, les constructeurs font habituellement appel à des entreprises ou à des équipes locales pour ce qui concerne les travaux de génie civil ou de montage des installations.

Certes, la procédure d'agrément aux normes françaises entraîne, pour les constructeurs étrangers, des coûts administratifs et des coûts d'adaptation des appareils ; cependant, la faible importance relative de ces coûts, de l'ordre de 2 % du coût total d'une installation, conduit à penser qu'ils ne sont pas de nature à constituer une barrière élevée à l'entrée sur les marchés français, dans la mesure où il s'agit de coûts fixes supportés dès la vente du premier appareil homologué et où la nécessité d'amortir ces coûts fixes incite les constructeurs étrangers à accroître leurs parts de marché. L'harmonisation en cours dans l'ensemble des pays de l'Union européenne et en Suisse des réglementations de sécurité et des procédures de contrôle et de vérification, en application d'une directive du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne en date du 20 mars 2000, relative aux installations à câbles transportant des personnes, entraînera, en outre, à relativement brève échéance, la disparition des différences de réglementation qui subsistent encore entre les différents États. Cette harmonisation, dont on peut penser qu'elle est déjà anticipée par les constructeurs, sera complètement achevée à la fin de l'année 2003 ou au début de l'année 2004.

Il résulte de ces éléments que les marchés des remontées mécaniques peuvent être considérés dès à présent comme étant de dimension européenne.

B. - La neige de culture

Les installations de production de neige dite "*de culture*" permettent, en cas d'enneigement insuffisant, de fabriquer de la neige dans les stations de ski. Elles sont constituées de canons à neige (enneigeurs) qui projettent et pulvérisent de l'eau, qui, au contact de l'air froid, se transforme en neige. Des réseaux enterrés, reliés aux canons par des regards, apportent l'eau, l'électricité et l'air comprimé nécessaires au fonctionnement des enneigeurs. Les réseaux d'eau sont alimentés par des stations de pompage qui puisent l'eau dans les ressources disponibles (lacs, torrents, réseaux d'eau). L'ensemble du système est commandé par un ordinateur qui, en liaison avec les automatismes locaux (enneigeurs, regards, stations de pompage, compresseurs), analyse et détermine en permanence leurs conditions de fonctionnement en fonction de multiples paramètres (température extérieure, conditions de vent, programmation des utilisateurs). Les sociétés d'enneigement conçoivent l'ensemble du système, fabriquent ou distribuent les enneigeurs, conçoivent et fabriquent les regards. Les travaux d'enfouissement sont sous-traités à des entreprises de travaux publics.

Pour se prémunir contre le manque de neige, toutes les stations françaises investissent massivement depuis des années dans la neige de culture. En 2000, les stations y ont consacré 222 millions de francs hors taxes,

soit 16 % de plus que l'année précédente (191 millions de francs). C'est le plus haut niveau d'investissement depuis l'implantation des installations de neige de culture en France. La neige de culture est devenue une priorité d'investissement pour les stations, au même titre que les remontées mécaniques. En 1999, 161 sites étaient équipés en neige de culture, soit 6 408 canons à neige installés et 2 506 hectares enneigés, contre 87 sites correspondant à 1614 hectares enneigés en 1990.

Le groupe Pomagalski et la société Leitner sont présents dans ce secteur par l'intermédiaire de leurs filiales respectives, la société Montagner et la société Leitner Neve. La société Montagner, qui ne possède aucune activité à l'étranger, importe ses canons à neige des États-Unis.

Le principal opérateur en Europe est une société américaine, la société York avec [20 à 30] % de parts de marché. La société Lenko, implantée en Suède, occupe la seconde place avec [10 à 20] % des parts de marché :

Société	Chiffre d'affaires 1999 (en milliers de FF)	Part de marché (en %)
York		[20 à 30]
Lenko		[10 à 20]
Techno Alpin		[moins de 10]
Sufag		[moins de 10]
Hkd		[moins de 10]
Smi		[moins de 10]
Leitner Neve		[moins de 10]
Montagner (Poma)		[moins de 10]
Autres		[20 à 30]
Total	1 000 000,000	100

En France, le marché de la neige de culture se répartit de la manière suivante (en pourcentage) :

Année	1995	1996	1997	1998	1999
York	[60 à 70]	[40 à 50]	[30 à 40]	[20 à 30]	[30 à 40]
Duplan	[moins de 10]	[moins de 10]	[moins de 10]	[20 à 30]	[10 à 20]
Technineige	[moins de 10]	[20 à 30]	[40 à 50]	[20 à 30]	[20 à 30]
Lemko	[moins de 10]				

Montagner	[moins de 10]	[10 à 20]	[10 à 20]	[10 à 20]	[10 à 20]
Leitner	[moins de 10]				
Autres	[10 à 20]	[10 à 20]	[moins de 10]	[moins de 10]	[moins de 10]
Total	100	100	100	100	100

Compte tenu du rapport entre les parts de marché détenues par les parties avant et après l'opération et celles détenues par leurs principaux concurrents, tant en France qu'en Europe, la délimitation géographique de ce marché pertinent n'est pas nécessaire à l'analyse des conséquences de la concentration.

C. - Le transport urbain par câble

Selon la définition américaine, les " *Automated People Movers* " (APM), sont des moyens de transports guidés opérant de manière totalement automatique, dont les véhicules se déplacent sur des voies guidées en site propre. Les APM comprennent les navettes, qui relient un point à un autre dans un mouvement de va-et-vient, et les " *mini-métros* ". Ces engins circulent sur voie ferrée, voie béton, monorails, coussins d'air ou sustentation magnétique. Ils peuvent être automoteurs, et sont alors entraînés par un moteur électrique, un moteur linéaire ou à air comprimé, ou bien tirés par câble. Ils ont pour fonction de transporter un petit nombre de personnes sur de courtes distances, généralement inférieures à quinze kilomètres. Les constructeurs conçoivent le système et procèdent aux études (études générales, études d'adaptation au site, études de fabrication), sous-traitent ou réalisent la fabrication des différents composants mécaniques et électriques des véhicules et sous-traitent la fabrication de la voie (rails de roulements, voie métallique ou béton, support de voie) et l'installation sur site. Le coût de l'installation d'un système de transport urbain est élevé : à titre d'exemple, le prix du transport urbain de l'aéroport de Zurich est de l'ordre de 150 millions de francs ; celui de l'aéroport de New York de 2 milliards de francs.

La demande émane principalement des villes, des aéroports, des grandes surfaces, des parcs de loisirs, et s'exprime par des appels d'offres internationaux. La dimension géographique du marché est mondiale. Les principaux constructeurs de systèmes de transports urbains sont des grands groupes : Bombardier (Canada), Alstom (franco-britannique), Mitsubishi (Japon), Doppelmayr (Autriche), Matra/Siemens (franco-allemand), Yantrak (USA), Aeromovel (USA). La société Poma-Otis, filiale commune du groupe Poma et du constructeur américain d'ascenseur Otis Elevator Company, et la société Doppelmayr sont présentes sur le créneau des engins tirés par câble. La société Leitner tente de se placer sur ce créneau. Elle a obtenu une première commande pour la construction en 2001 d'un " *mini métro* " à Perugia (Italie), dans le cadre d'un consortium associant des fournisseurs locaux et des entreprises de génie civil dans lequel sa participation s'élève à 16,7 %

IV. - Contrôlabilité

Aux termes de l'article L. 430-1 du code de commerce : " *Tout projet de concentration ou toute concentration de nature à porter atteinte à la concurrence notamment par création ou renforcement d'une position dominante peut être soumis, par le ministre chargé de l'économie, à l'avis du Conseil de la concurrence.*

Ces dispositions ne s'appliquent que lorsque les entreprises qui sont parties à l'acte ou qui en sont l'objet ou qui leur sont économiquement liées ont soit réalisé ensemble plus de 25 % des ventes, achats, ou autres transactions sur un marché national de biens, produits ou services substituables ou sur une partie substantielle d'un tel marché, soit totalisé un chiffre d'affaires hors taxes de plus de sept milliards de francs, à condition que deux au moins des entreprises parties à la concentration aient réalisé un chiffre d'affaires d'au moins deux milliards de francs ".

Par ailleurs, l'article 27 du décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986 précise que : " *Le chiffre d'affaires pris en compte à l'article 38 de l'ordonnance (article L. 430-1 du code de commerce) est celui réalisé sur le marché national par les entreprises concernées et s'entend de la différence entre le chiffre d'affaires global hors taxes de chacune de ces entreprises et la valeur comptabilisée de leurs exportations directes ou par mandataire vers l'étranger* ".

Le seuil exprimé en chiffre d'affaires n'étant pas atteint par les entreprises parties à la concentration, il convient de rechercher si, sur les marchés concernés par l'opération, le seuil exprimé en parts de marché est atteint.

En France, sur les différents marchés des remontés mécaniques, les parts de marché des constructeurs s'établissent de la manière suivante sur une période de quatre années :

%/1997	Poma	Leitner	Doppel	Garavanta	GMM
Téléski	[50 à 60]		[30 à 40]		[moins de 10]
Téléportés	[60 à 70]	[10 à 20]	[10 à 20]		[moins de 10]
TPH				[90-100]	
%/1998	Poma	Leitner	Doppel	Garavanta	GMM
Téléski	[50 à 60]		[30 à 40]		[10 à 20]
Téléportés	[70 à 80]	[10 à 20]	[10 à 20]		[moins de 10]
TPH				[90 à 100]	
%/1999	Poma	Leitner	Doppel	Garavanta	GMM
Téléski	[40 à 50]		[10 à 20]		[30 à 40]
Téléportés	[60 à 70]	[10 à 20]	[10 à 20]		[moins de 10]

%/2000	Poma	Leitner	Doppel	Garavanta	GMM
Téléski	[60 à 70]	[moins de 10]	[10 à 20]		[10 à 20]
Téléportés	[60 à 70]	[10 à 20]	[10 à 20]		[moins de 10]
TPH			[60 à 70]	[30 à 40]	

Source : STRM (pourcentages calculés à partir des données relatives aux investissements annuels dans les remontées mécaniques)

- Sur le territoire français (chiffres de l'année 2000), le groupe Poma détient en valeur [60 à 70] % de parts sur le marché du téléski et la société Leitner [moins de 10] % ; la part du nouvel ensemble sera d'environ [70 à 80] %. Le groupe Poma détient [60 à 70] % de parts sur le marché des téléportés monocâbles et la société Leitner [10 à 20] % ; la part du nouvel ensemble sera de [70 à 80] %. Quant au marché des appareils gros porteurs (funitel, téléphériques bi-câbles, funiculaires), il concerne des installations qui, compte tenu de leur coût et de leur complexité, se comptent à l'unité : entre 1996 et 2000, il s'est construit en France un téléphérique bi-câble chaque année ; au cours de cette même période, un seul funitel a été construit à la Plagne par la société Doppelmayr et aucun funiculaire (quatre ou cinq funiculaires, seulement, sont construits chaque année dans le monde).
- La société Montagner, filiale du groupe Poma, détient, sur le territoire français, [moins de 10] % du marché de la neige de culture (chiffres de l'année 1999). La société Leitner n'est pas présente sur ce marché.
- Les constructions d'installation de transport urbain, compte tenu de leur coût et de leur ampleur, sont peu nombreuses : actuellement, trois installations sont en cours de construction, en France, par Siemens-Matra. Ni la société Poma-Otis, ni la société Leitner, ne possèdent actuellement d'appareils en construction en France.

Le seuil en valeur relative prévu par l'article L. 430-1 du code de commerce étant atteint sur les marchés des téléskis et des téléportés monocâbles, la présente opération est contrôlable par les autorités françaises, les seuils de la compétence communautaire n'étant pas franchis.

V. - Bilan de l'opération sur la concurrence

A. - En ce qui concerne les marchés des Téléskis et des téléportés

1. La position du nouvel ensemble

Si l'opération entraîne un renforcement des positions du nouvel ensemble sur le territoire français, elle ne lui confère pas vis-à-vis de ses concurrents d'avantages déterminants d'ordre technologique, commercial, financier ou résultant de sa puissance d'achat ou de l'ampleur des économies d'échelles qu'il serait susceptible de réaliser. Il demeure soumis à la pression de ses concurrents et au pouvoir de négociation des clients.

a) La pression des concurrents

Le chiffre d'affaires mondial de la société Doppelmayr est de 1,6 milliard de francs et celui de la société Garaventa de 1,2 milliard de francs. Les entreprises parties à la concentration réalisent ensemble un chiffre d'affaires mondial de 2,1 milliards de francs. Il faut noter toutefois que Doppelmayr et Garaventa offrent l'ensemble de la gamme des appareils et proposent des produits de qualité technique équivalente.

La société Doppelmayr est déjà présente en France sur les trois marchés des remontées mécaniques, tandis que la société Garaventa, surtout présente sur le marché des gros porteurs, commence à pénétrer le marché français des téléportés monocâbles qui représente le marché affichant les taux de croissance les plus importants (58 % d'augmentation entre 1999 et 2000). Les sociétés Doppelmayr et Garaventa sont en mesure de proposer des remontées mécaniques technologiquement avancées et ont d'ailleurs obtenu en France des marchés importants de télésièges débrayables ; en particulier, la société Garaventa vient d'obtenir un marché de télésiège débrayable à Val d'Isère.

Les données disponibles ne permettent pas de déterminer de façon certaine les parts de marché détenues en Europe ; selon les notifiants, les parts de marché détenues sur les deux segments du marché des téléporteurs monocâbles (télécabines et télésièges) auraient été les suivantes en 1999 :

Constructeur	TC (en pourcentage)	TS (en pourcentage)
Autre	[moins de 10]	[moins de 10]
Doppelmayr	[60 à 70]	[40 à 50]
Garaventa	[moins de 10]	[10 à 20]
Leitner	[20 à 30]	[20 à 30]
Poma	[10 à 20]	[10 à 20]
Total	100	100

En outre, les parts de marché annuelles varient fortement en fonction de la variation également importante des appels d'offres lancés et des succès obtenus par les différents opérateurs : elles ne sauraient constituer à elles seules un critère déterminant de la détention d'une position dominante. Il convient de remarquer que Doppelmayr est une entreprise particulièrement innovante (première entreprise à développer le funitel, technologie qui n'est aujourd'hui exploitée que par un seul de ses concurrents, Garaventa) et première entreprise à commercialiser des télésièges débrayables et, qu'en France, elle a, chaque année, remporté un nombre significatif d'appels d'offres.

Si, pour des raisons historiques, le parc français des remontées mécaniques est majoritairement constitué d'appareils construits par la société Pomagalski, cette circonstance ne confère aucun avantage particulier au nouvel ensemble dans la mesure où le choix d'un constructeur par un exploitant n'est pas lié aux choix précédemment exercés en faveur d'un constructeur donné. Les exploitants assurent également l'entretien et la maintenance des appareils construits sur leur domaine, sans être liés à un constructeur donné, sinon pour ce qui concerne l'achat de leurs pièces détachées. Bien au contraire, on peut penser que les raisons qui ont

conduit à la prééminence du fabricant français vont s'atténuer, dès lors qu'il fait l'objet d'un rachat par une société étrangère.

b) Le pouvoir de négociation des clients

Les marchés de remontées mécaniques sont des marchés d'équipements spécialisés, portant sur des produits de haute technologie. La demande est constituée par des acheteurs professionnels et s'exprime sous forme d'appel d'offres, publics ou privés. Les exploitants ne sont pas liés à un constructeur particulier par des contraintes d'exploitation ou de maintenance et le prix est l'un de leurs principaux critères de choix d'un fournisseur. La demande est principalement constituée par les exploitants des grandes stations des Alpes qui disposent, par leur taille, d'un pouvoir de négociation d'autant plus important que, d'une part, l'activité des constructeurs de remontées mécaniques est saisonnière et faiblement diversifiée et que, d'autre part, les marchés des remontées mécaniques, avec un nombre de constructions d'environ quarante à soixante installations par an, sont relativement étroits.

Il résulte de ce qui précède que, malgré l'importance des parts de marché qu'il détient en France (entre 70 et 85 % selon les marchés pertinents et selon les années), le groupe issu de la concentration ne se trouve pas en situation de position dominante lui permettant de s'abstraire de la pression de la concurrence.

Cette observation ne suffit cependant pas à garantir un fonctionnement concurrentiel du marché après la concentration, compte tenu des risques liés à la structure oligopolistique du marché.

2. Évolution de la structure des marchés

a) Une concentration accrue sur les différents marchés des remontées mécaniques

L'offre sur les différents marchés pertinents des remontées mécaniques est concentrée entre les quatre grands opérateurs européens en mesure de proposer l'ensemble de la gamme des produits (Poma, Doppelmayr, Leitner et Garaventa) ; des constructeurs plus petits, plus spécialisés et à l'influence plus locales existent également ; c'est le cas, en France, de la société Gimar Montaz Montino. Au sujet de cette dernière, il convient de signaler que 20 % de son capital est possédé par le groupe Poma. Les représentants de ce dernier ont cependant affirmé en séance que cette participation était purement financière et ne lui donnait aucune capacité d'influencer le comportement de la société, au conseil d'administration de laquelle il ne dispose d'aucun administrateur.

Le rachat du groupe Poma par Leitner (lire STP, société désignée par Leitner pour réaliser l'opération) entraîne, en conséquence, une concentration accrue en réduisant à trois le nombre des opérateurs présents sur les différents marchés. Certes, les parties à la concentration indiquent que ces deux entreprises demeureront autonomes. En réalité, s'il est peut-être de l'intérêt immédiat du nouvel ensemble de conserver des équipes commerciales et des marques distinctes, l'autonomie de Poma s'exercera nécessairement dans les limites que le groupe Leitner (lire STP, société désignée par Leitner pour réaliser l'opération) choisira de fixer.

Le caractère très spécialisé de la construction de remontées mécaniques, l'importance des investissements en recherche développement ou, à défaut, la difficulté d'avoir accès à des solutions techniques brevetées, les fortes contraintes de sécurité, le "*particularisme*" du milieu de la montagne constituent autant d'obstacles à l'entrée de nouveaux opérateurs sur les marchés des remontées mécaniques. L'expérience acquise par les constructeurs déjà présents sur les marchés (effet d'apprentissage) contribue à diminuer les coûts de production et leur confère un avantage déterminant qui constitue une véritable barrière à l'entrée. Ces divers éléments rendent très faible, à court ou moyen terme, la probabilité d'entrée de nouveaux acteurs sur les différents marchés des remontées mécaniques.

Toutefois, s'agissant du marché des téléskis, ces considérations méritent d'être fortement nuancées. Il s'agit d'appareils relativement simples et dont la technique évolue peu. De petits constructeurs indépendants sont encore actifs sur ce marché, comme GMM en France ; les exploitants considèrent qu'en cas de besoin, ils pourraient faire procéder eux-mêmes à la fabrication de téléskis en liaison avec des sous-traitants. Enfin, ce marché tend à devenir relativement marginal : s'il représentait 6,9 % des achats de remontées mécaniques en France en 1999, il n'en représente plus que 2,7 % en 2000. Pour toutes ces raisons, les conséquences de la concentration apparaissent relativement négligeables sur ce marché.

b) Appréciation des risques afférents à la structure des marchés

La réduction de quatre à trois du nombre d'opérateurs sur un marché oligopolistique caractérisé par d'importantes barrières à l'entrée constitue, en soi, un facteur de préoccupation. D'ores et déjà, nombre d'appels d'offres ne suscitent qu'un faible nombre de soumissions : la situation ne s'améliorera pas une fois la concentration réalisée et, dès lors, on ne peut écarter tout risque de voir les prix augmenter, à technologie et à processus de production inchangés. Pourtant, une telle éventualité ne saurait justifier à elle seule la position de principe consistant à interdire toute concentration au sein d'un marché oligopolistique, puisqu'une telle attitude aboutirait à empêcher toute augmentation de taille par ailleurs économiquement justifiée. Or, en l'espèce, la part croissante des dépenses de recherche et développement, notamment dans les domaines de l'informatique et de la sécurité, aboutit à des coûts fixes de plus en plus importants qu'il peut être efficace de répartir entre un nombre d'unités produites plus élevé. Ce sont d'ailleurs les justifications avancées par les parties en faveur de la concentration ; elles n'ont pas été contestées par les témoins entendus par le Conseil.

Par ailleurs, la réduction du nombre d'opérateurs d'un oligopole peut faciliter des comportements coopératifs non prohibés aboutissant, par la simple observation et anticipation du comportement des concurrents, à des hausses de prix. Enfin, un autre risque, généralement associé à la réduction du nombre d'opérateurs actifs sur un marché très oligopolistique, est la plus grande facilité de mise en place et de fonctionnement des ententes anticoncurrentielles.

Mais les conditions généralement considérées comme favorables au fonctionnement coopératif des oligopoles ou à la facilité de mise en place et de maintien des ententes - homogénéité des produits, marchés matures et parfaite transparence de l'information sur les prix - ne sont pas réunies dans le cas présent.

En effet, en premier lieu, les produits sont fortement différenciés, chaque remontée correspondant à un projet précis ; il n'existe d'ailleurs pas de catalogue général présentant une gamme complète des produits avec les

prix de référence.

En deuxième lieu, les appels d'offres (publics ou privés) sont peu répétitifs et concernent un nombre peu élevé de transactions : une cinquantaine de remontées au maximum sont réalisées chaque année en France et entre 150 à 170 en Europe. Chaque appel d'offres correspond à un besoin spécifique adapté à un site naturel particulier. Dans ces conditions, les critères de choix propres à chaque produit sont difficiles à connaître, seul le résultat final étant public. Le degré de transparence sur les offres et sur les comportements des concurrents est faible. Or, pour fonctionner, une entente doit permettre un partage des profits entre les parties. En l'espèce, compte tenu de l'extrême différence entre les prix de chacun des contrats et de la difficulté de prévoir les marchés futurs, un partage global des profits sur l'ensemble des marchés apparaît difficile à organiser.

En troisième lieu, si le marché des téléskis porte sur des produits arrivés à maturité technique, les marchés des téléportés monocâbles et des gros porteurs se caractérisent par des innovations récentes (funitel, télésièges à huit places) qui donnent lieu au dépôt de brevets spécifiques. Dans un environnement où, d'une part, les contraintes de sécurité sont toujours plus fortes et où, d'autre part, les exploitants recherchent des débits toujours plus importants, la concurrence entre les constructeurs s'exerce notamment par l'innovation, génératrice de coûts fixes de recherche et développement élevés. Sur des marchés où le poids des coûts fixes est important, il est rationnel, pour les entreprises, d'amortir ces coûts en gagnant des parts sur les marchés en croissance.

Or, ainsi que cela a été exposé, la France offre des perspectives attrayantes de développement des marchés. A l'inverse, le faible dynamisme de la demande française au cours des années récentes explique sans doute la pénétration encore faible des constructeurs étrangers : en 1999, il n'y avait eu que 23 remontées mécaniques achetées en France contre 62 en Autriche et 44 en Italie.

La demande française devant ainsi devenir la plus dynamique, il serait peu rationnel de la part de Doppelmayr et de Garaventa (désormais attaqué par Doppelmayr sur son marché national suisse traditionnel, la part du constructeur autrichien étant passé de [10 à 20] % en 1997 à [40 à 50] % en 1999) de ne pas chercher à gagner des parts de marché en France. Une telle abstention volontaire, dans le cadre d'une hypothétique entente, risquerait en effet de n'être pas équitablement compensée par une abstention symétrique du groupe Leitner-Poma sur d'autres marchés géographiques dont le dynamisme est appelé à diminuer.

Il convient également de relever que les prévisions d'investissement en France (1 500 millions de francs par an) sont très supérieures au chiffre d'affaires réalisé par Poma sur la France qui varie autour de 500 millions de francs par an. Il ressort d'un document d'origine italienne produit par les parties notifiantes que les entreprises du secteur, et notamment la société Doppelmayr, disposent de capacités de production inemployées ; en tout état de cause, ces entreprises se comportent en partie comme des ensembliers et ne paraissent pas devoir souffrir de goulets d'étranglement qui interdiraient aux concurrents du nouveau groupe de répondre à la demande française.

Enfin, et en dernier lieu, des comportements ayant pour objet des hausses artificielles de prix se heurteraient aux réactions des acheteurs qui, pour les plus importants d'entre eux, sont concentrés, dotés de solides

compétences professionnelles et particulièrement attentifs à l'exercice d'une concurrence effective de la part de leurs fournisseurs, dès lors qu'ils sont eux-mêmes soumis à la pression concurrentielle des stations des autres pays européens. Comme le représentant de la Compagnie des Alpes l'a exposé en séance, ces acheteurs, dont la politique d'investissement est flexible puisque les renouvellements d'équipements ne s'effectuent presque jamais à l'extrême fin de la durée de vie de ceux-ci, ont les moyens, en cas de doute sur l'effectivité de la concurrence, de différer leurs commandes. Les fabricants, peu diversifiés et soumis aux aléas d'une activité très saisonnalisée, seraient vraisemblablement sensibles au risque encouru.

En conséquence, le Conseil estime que l'opération de concentration qui lui est soumise n'est pas de nature à restreindre la concurrence sur les marchés des téléskis et des téléportés.

B. - En ce qui concerne le marché des téléphériques, funiculaires et autres gros porteurs

Le marché des gros porteurs se caractérise par des ventes peu nombreuses (elles se comptent à l'unité) et très variables d'une année sur l'autre. Les sociétés parties à l'opération sont absentes de ce marché en France depuis plusieurs années. La concentration ne semble pas devoir affecter ce marché dominé par les sociétés Garaventa et Doppelmayr.

C. - En ce qui concerne le marché de la neige de culture

Le marché de la neige de culture n'est pas significativement affecté par la présente concentration : sur ce marché, la part du nouvel ensemble sera de [10 à 20] % (chiffres de 1999) et il existe en France de nombreux concurrents, dont le leader mondial, la société York, qui détient [30 à 40] % des parts de marché en France (chiffres 1999). Il convient, en outre, de souligner que l'instruction n'a pas fait apparaître l'existence d'effets de gamme qui pourraient exister entre la construction de remontées mécaniques et les installations de neige de culture.

En conséquence, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de la neige de culture.

D. – En ce qui concerne le marché des transports urbains

La société Leitner n'étant pas significativement active sur ce marché, la présente opération ne modifiera pas la situation de la concurrence. Certes, l'association des moyens de production des deux entreprises va conférer une puissance accrue au nouvel ensemble, mais celle-ci n'est pas de nature à modifier la situation de la concurrence face aux grands groupes internationaux déjà présents sur le marché et, sur le créneau du transport par câble, face à la société Doppelmayr.

En conséquence, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché des transports urbains.

Sur la base des considérations qui précèdent, le Conseil de la concurrence est d'avis :

Que la concentration résultant de l'acquisition des sociétés Pomagalski et Poma Expansion par la société Leitner (lire STP, société désignée par Leitner pour réaliser l'opération) n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés.

Délibéré, sur le rapport de M. Grignon Dumoulin et de Mme Toulemont-Dakouré, par Mme Hagelsteen, présidente, Mme Pasturel, vice-présidente, M. Cortesse, vice-président, M. Nasse, Mme Mader-Saussaye, Mme Perrot, M. Bidaud, Mme Flüry-Herard, M. Ripotot et M. Robin, membres.

Le rapporteur général,

Patrick Hubert

La présidente,

Marie-Dominique Hagelsteen

NOTA : A la demande des parties notifiantes, des informations relatives au secret des affaires ont été occultées et la part de marché exacte remplacée par une fourchette plus générale.

Ces informations relèvent du " secret d'affaires ", en application de l'article 28 du décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986, modifié par le décret n° 95-916 du 9 août 1995, avant-dernier alinéa.