

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 14-DCC-190 du 22 décembre 2014  
relative à la prise de contrôle exclusif de Sanitec Corporation  
par Geberit AG**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 18 novembre 2014, relatif à la prise de contrôle exclusif de Sanitec Corporation par Geberit AG, formalisé par une offre d'achat en date du 14 octobre 2014 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

## **I. Les entreprises concernées et l'opération**

1. Geberit AG (ci-après « Geberit ») est une société anonyme de droit suisse, cotée sur le marché SIX Swiss Exchange. Geberit est à la tête du groupe Geberit, actif dans le secteur des systèmes sanitaires (systèmes et mécanismes de chasse d'eau, raccordements d'évacuation pour équipements sanitaires), de la robinetterie et des systèmes de canalisations. Il est présent dans 41 pays et possède 17 sites de production répartis dans 8 pays différents. En France, où il ne dispose pas de sites de production, le groupe est présent via sa filiale Geberit SARL.
2. Sanitec Corporation (ci-après « Sanitec ») est une société anonyme de droit finlandais, cotée sur le marché Stockholm Stock Exchange. Sanitec est à la tête du groupe Sanitec, actif dans le secteur des équipements sanitaires en céramique. Il est présent dans 18 pays et possède 18 sites de production répartis dans 8 pays différents. En France, où il dispose de 4 sites de production, le groupe est présent via différentes filiales qui commercialisent leurs produits sous leur propre marque (Allia, Keramag Design, Selles et Perline).
3. Aux termes de l'offre publique d'achat en date du 14 octobre 2014, portant sur plus de 90 % des titres de la société Sanitec, soutenue par le conseil d'administration de Sanitec et présentée aux actionnaires de Sanitec le 14 novembre 2014, l'opération consiste en l'acquisition de l'intégralité des actions de Sanitec par Geberit. En ce qu'elle se traduit par la

prise de contrôle exclusif de Sanitec par Geberit, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.

4. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaire hors taxe total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Geberit : 1,63 milliard d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Sanitec : 701,8 millions d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé en France un chiffre d'affaire supérieur à 50 millions d'euros (Geberit : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Sanitec : [...] d'euros pour le même exercice). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

## **II. Délimitation des marchés pertinents**

5. Les parties à l'opération sont simultanément actives dans le secteur des systèmes sanitaires. En particulier, Geberit et Sanitec sont tous deux actifs sur les marchés de la robinetterie (A) et des systèmes de toilettes (B)<sup>1</sup>.

### **A. LA ROBINETTERIE**

6. La pratique décisionnelle européenne<sup>2</sup> a distingué la robinetterie des autres produits sanitaires. Au sein du marché de la robinetterie, la Commission européenne a laissé ouverte la question de savoir si les robinets et mitigeurs appartenaient à des marchés distincts.
7. Le test de marché au cas d'espèce a confirmé que le marché de la robinetterie se distinguait des autres marchés sanitaires, la question subsidiaire de la segmentation des marchés des robinets et des mitigeurs pouvant être laissée ouverte compte tenu des activités marginales des parties en matière de robinetterie.
8. S'agissant de la délimitation géographique des marchés, la Commission a considéré que plusieurs facteurs, et notamment l'existence de listes de prix nationales, de différences de prix selon les pays et le constat de positions différentes des acteurs sur les marchés, indiquaient l'existence de marchés nationaux, sans toutefois trancher définitivement la question.
9. Il n'y a pas lieu de se prononcer sur la délimitation exacte du marché à l'occasion de la présente opération, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la délimitation retenue.

---

<sup>1</sup> Geberit est également présent dans le secteur des systèmes de canalisation pour le bâtiment, mais sa présence est marginale dans ce secteur qui ne fera donc pas l'objet de plus de développements.

<sup>2</sup> Voir les décisions de la Commission européenne n° COMP/M.2397 BC Funds/Sanitec du 6 juin 2001 et n° COMP/M.3045. Masco/Hansgrohe du 19/12/2002.

## **B. LES SYSTÈMES DE TOILETTES**

10. Les systèmes de toilettes comprennent l'ensemble des systèmes d'installation de toilettes à l'intérieur des bâtiments (à l'exception des conduits de canalisations) et peuvent être divisés en trois catégories de produits : (i) les systèmes de chasse d'eau, (ii) les mécanismes sanitaires et (iii) les raccordements d'évacuation pour équipements sanitaires.

### **1. DÉFINITION DES MARCHÉS DE PRODUITS**

#### **a) Les systèmes de chasse d'eau**

11. Les systèmes de chasse d'eau sont composés d'éléments indissociables : un réservoir, un mécanisme de chasse d'eau et un déclencheur de chasse d'eau ainsi que, pour les systèmes encastrés, un châssis de support métallique (bâti-support).
12. Les mécanismes de chasse d'eau sont généralement intégrés dans les systèmes de chasse d'eau mais peuvent également être vendus séparément. Il convient donc de distinguer les marchés des systèmes de chasse d'eau intégrés des mécanismes de chasse d'eau vendus seuls.

#### *Les systèmes de chasse d'eau intégrés*

13. Il existe trois principaux systèmes de chasse d'eau : les systèmes de chasse d'eau apparents en céramique, les systèmes de chasse d'eau apparents en plastique et les systèmes de chasse d'eau encastrés en plastique.
14. La partie notifiante considère que le marché pertinent devrait englober l'ensemble des systèmes de chasse d'eau, sans qu'il soit nécessaire d'identifier des segments plus étroits en fonction du matériau utilisé ou du caractère encastré ou apparent du système. Elle estime que le choix entre les différents systèmes relève des préférences esthétiques des consommateurs, non de considérations objectives, et que la majorité des systèmes de chasse d'eau installés en France sont des modèles apparents en céramique. Elle indique également que plusieurs fabricants (Ideal Standard, Kohler, SIAMP, Sanitec) commercialisent tous les types de systèmes de chasse d'eau auprès de distributeurs ou grossistes, qui doivent être en mesure de proposer les différents types de systèmes de chasse d'eau au consommateur final.
15. Cependant, le test de marché effectué au cas présent a révélé plusieurs différences entre les systèmes de chasse d'eau encastrés et apparents. En effet, la totalité des répondants a confirmé l'existence de différences esthétiques, ainsi qu'un mode de pose différent pour l'encastré et l'apparent. De même, les systèmes apparents et encastrés de chasse d'eau ne sont pas commercialisés aux mêmes tarifs, à niveau de gamme équivalent. Enfin, plusieurs répondants estiment que les deux systèmes répondent certes au même besoin, de par leur fonctionnalité, mais ne répondent pas aux mêmes attentes (notamment en termes d'hygiène et de facilité de nettoyage) de l'utilisateur final.
16. Par ailleurs, sans permettre de trancher définitivement la question d'une sous-segmentation en fonction du type de matériau au sein des systèmes de chasse d'eau apparents, le test de marché a révélé l'existence de différences, notamment en termes de prix, d'esthétique, et de solidité, entre les systèmes apparents en céramique et les systèmes apparents en plastique, ces derniers étant souvent moins onéreux, moins sujets à la casse au moment de la pose, mais plus susceptibles de se détériorer dans le temps.

17. En l'espèce, Geberit ne commercialise que des systèmes en plastique (encastrés et apparents) tandis que Sanitec commercialise des systèmes encastrés en plastique et des systèmes apparents en céramique.
18. Il n'y a pas lieu de se prononcer sur la délimitation exacte du marché des systèmes de chasse d'eau intégrés, les résultats de l'analyse concurrentielle demeurant inchangés quelle que soit la segmentation retenue.

#### *Les mécanismes de chasse d'eau*

19. Les mécanismes de chasse d'eau vendus séparément des systèmes de chasse d'eau sont commercialisés soit comme des pièces de remplacement vendues auprès des distributeurs, soit comme des intrants auprès de fabricants de systèmes de chasse d'eau qui les intègrent ensuite dans leurs propres réservoirs. Il convient donc de distinguer ces deux modes de distribution.
20. Premièrement, s'agissant des pièces de remplacement, la partie notifiante considère que le mécanisme est la seule pièce pouvant être remplacée dans un système de chasse d'eau. En effet, le changement du réservoir revient à changer le système entier et les déclencheurs ne subissent pas d'usure ni de détérioration.
21. En outre, dans la mesure où le mécanisme de chasse d'eau diffère selon qu'il s'agit d'un système apparent ou encastré, une segmentation supplémentaire peut être envisagée. En effet, dans un système apparent, le mécanisme de chasse d'eau est le plus souvent « universel », commercialisé en grande surface de bricolage et installé directement par l'utilisateur final. En revanche, dans un système encastré, où le mécanisme se situe derrière une cloison, l'intervention d'un professionnel est nécessaire. Les pièces de remplacement pour systèmes de chasse d'eau encastrés, souvent de la même marque que la pièce d'origine, sont donc achetées par des installateurs et plombiers auprès de grossistes. Geberit et Sanitec sont tous deux présents sur l'ensemble de ces marchés.
22. Deuxièmement, s'agissant des intrants pour systèmes de chasse d'eau, ils sont vendus à des opérateurs qui ne fabriquent que le réservoir mais commercialisent l'ensemble du système intégré de chasse d'eau auprès de grossistes et de grandes surfaces de bricolage. En l'espèce, seul Geberit est présent sur ce marché.
23. Il n'y a pas lieu de se prononcer sur la délimitation exacte des marchés des mécanismes de chasse d'eau, les résultats de l'analyse concurrentielle demeurant inchangés quelles que soient les segmentations retenues.

#### **b) Les équipements sanitaires**

24. Les équipements sanitaires sont composés des baignoires, bacs à douche, WC, lavabos, éviers, urinoirs, bidets, etc. Dans sa décision *Sanitec/Sphinx* du 1<sup>er</sup> décembre 1999<sup>3</sup>, la Commission européenne a envisagé, tout en laissant la question ouverte, l'existence d'un marché pertinent constitué par l'ensemble des équipements sanitaires en céramique à l'exception des baignoires, parois de douche et bacs à douche qui constituaient chacun un marché distinct. La Commission a relevé que les distributeurs et grossistes achetaient en général des gammes complètes d'équipements comprenant notamment les lavabos, bidets, réservoirs de chasse d'eau et cuvettes de toilettes auprès des fournisseurs et bénéficiaient ainsi de remises fondées sur leur volume d'achat. Elle a en revanche relevé que les baignoires, bacs à douche et parois de douche étaient souvent achetés à part. Elle a également noté que de nombreux opérateurs produisaient une large gamme de produits en céramique.

---

<sup>3</sup> Voir la décision de la Commission européenne n° IV/M.1578 *Sanitec/Sphinx* du 1<sup>er</sup> décembre 1999.

25. Le test de marché effectué au cas d'espèce indique néanmoins qu'il conviendrait d'effectuer une distinction selon la destination des équipements (cuisine, salle de bain, toilettes) ou selon le type de produits, ceux-ci n'ayant, pour la plupart, pas de substitut. Il n'en reste pas moins que la plupart des fabricants d'équipements sanitaires commercialisent une large gamme d'équipements et que la plupart des clients achètent l'ensemble de la gamme.
26. En l'espèce, seule Sanitec est active sur le marché des équipements sanitaires et commercialise en particulier des lavabos, des WC (sur pied et suspendus), des bacs à douche, des éviers, des colonnes et cache-siphons, des urinoirs et des bidets.
27. Il n'y a pas lieu de se prononcer sur la délimitation exacte du marché en l'espèce, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la délimitation retenue.

### **c) Les raccordements d'évacuation**

28. Les raccordements d'évacuation sont des pièces permettant de relier les équipements sanitaires aux canalisations pour l'évacuation des eaux usées. Comme les mécanismes de chasse d'eau, ils sont vendus soit auprès de distributeurs, soit auprès de fabricants d'équipement sanitaires qui les intègrent ensuite. Il convient donc de distinguer ces deux modes de distribution.
29. Par ailleurs, chaque catégorie d'équipement sanitaire (lavabo, baignoire, bac à douche, etc.) nécessite un raccordement spécifique. La partie notifiante souligne cependant, que les fabricants fournissent l'ensemble de la gamme de raccordements pour toutes les catégories d'équipements sanitaires. Le test de marché a cependant confirmé que chaque catégorie d'équipement sanitaire correspond à un type de raccordement spécifique.
30. En l'espèce, seule Geberit est active sur le marché des raccordements d'évacuation et commercialise des raccordements pour éviers/lavabos, bacs à douche, urinoirs et baignoires.
31. Il n'y a pas lieu de se prononcer sur la délimitation exacte du marché en l'espèce, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la délimitation retenue.

## **2. DÉFINITION DES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES**

32. Dans la décision *Sanitec/Sphinx*<sup>4</sup> relative aux équipements sanitaires, la Commission européenne a considéré que la définition du marché géographique devrait être plus étroite que l'espace économique européen, dans la mesure où plusieurs éléments montraient que les effets de l'opération devaient être appréciés séparément pour la région nordique et pour l'Europe continentale, que ce soit au niveau national ou encore régional. Or, les éléments d'appréciation retenus pour les équipements sanitaires dans cette décision sont largement transposables aux autres produits des systèmes de toilettes. En effet, à l'exception des mécanismes de chasse d'eau et des raccordements d'évacuation vendus aux fabricants eux-mêmes, tous les produits sont achetés par les mêmes distributeurs (grossistes ou détaillants).
33. La Commission européenne a notamment relevé que, du côté de l'offre, si les grands fournisseurs d'équipements pour salles de bains sont présents dans plusieurs pays européens, leurs parts de marché diffèrent sensiblement d'un pays à l'autre. Elle a également constaté que la structure de la demande diffère d'un pays à l'autre. Notamment, dans le centre de l'Europe

---

<sup>4</sup> Voir la décision de la Commission européenne n° IV/M.1578 *Sanitec/Sphinx* précitée.

(Belgique, Allemagne, France, Pays-Bas, Autriche et Royaume-Uni), les ventes au détail par le biais des magasins de bricolage sont extrêmement développées alors que cette forme de distribution est beaucoup moins répandue dans les pays nordiques et dans le sud de l'Europe (Espagne, Italie et Portugal). De plus, le niveau de concentration des grossistes n'est pas partout le même dans l'Union européenne : ce secteur reste fragmenté dans le sud de l'Europe, tandis qu'il est le plus souvent concentré dans les pays nordiques. De même l'implantation géographique des acheteurs (grossistes et détaillants) reste nationale, la majorité des distributeurs étant présents au maximum dans trois pays. La Commission notait par ailleurs que le choix des fournisseurs d'équipements pour salles de bains se faisait généralement au niveau national et que les fabricants avaient des bureaux de ventes et des catalogues de prix nationaux. Elle constatait enfin que les lignes de produits et les réglementations pouvaient être spécifiques à chaque Etat membre, relevant notamment qu'en France, il existait des spécifications particulières concernant les systèmes de chasse à double débit, la résistance au poids des urinoirs et la résistance thermique des appareils.

34. En l'espèce, la partie notifiante estime également que les marchés sont de dimension nationale. Elle souligne, en effet, que la plupart des fabricants disposent de filiales dans chaque Etat membre, par l'intermédiaire desquelles ils réalisent leurs ventes au niveau national, que la politique tarifaire des fabricants est adaptée selon les Etats membres, que l'identité des clients diffère d'un Etat à l'autre puisque la plupart des grossistes et distributeurs sont des acteurs nationaux, la structure des canaux de distribution étant différente dans les différents Etats. Elle ajoute que les préférences des consommateurs diffèrent d'un Etat à l'autre, ce qui conduit à définir des assortiments différents dans chaque Etat membre (par exemple, les systèmes apparents sont majoritaires en France, au Royaume-Uni et dans les pays nordiques tandis qu'ils sont minoritaires en Allemagne, Autriche, Belgique et aux Pays-Bas). Enfin, la partie notifiante fait valoir que les garanties sont définies à l'échelle nationale, les décisionnaires étant réticents à acheter des produits soumis à des conditions de garantie relevant d'un autre pays que le leur.
35. Le test de marché a confirmé la délimitation nationale des marchés en cause. En effet, la plupart des fabricants indique que leurs conditions commerciales sont élaborées au niveau national et les clients précisent que leurs décisions d'achat sont principalement prises au niveau national. De même, il ressort des réponses au test de marché que la grande majorité des négociations commerciales a lieu au niveau national.
36. S'agissant des mécanismes de chasse d'eau et des raccordements d'évacuation vendus aux fabricants, la partie notifiante considère en revanche que ce marché est de dimension européenne, voire mondiale. Elle précise que les achats de Sanitec sur ce marché sont réalisés par une centrale d'achat au niveau européen et souligne que les fabricants approvisionnent leurs clients non seulement dans leur région géographique d'implantation mais aussi sur d'autres continents et relève la présence de nombreux fabricants chinois approvisionnant les fabricants européens de systèmes de chasse d'eau depuis l'Asie.
37. L'instruction montre en effet que la grande majorité des fournisseurs de Sanitec (seule partie à l'opération exploitant des sites de production en France) sont situés à l'étranger, principalement en Europe.
38. Il n'y a cependant pas lieu de se prononcer sur la délimitation exacte du marché des mécanismes de chasse d'eau vendus aux fabricants, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la délimitation retenue.

### **III. Analyse concurrentielle**

39. L'opération est susceptible de produire des effets horizontaux (A), verticaux (B) et congloméraux (C).

#### **A. EFFETS HORIZONTAUX**

40. Les activités des parties se chevauchent sur les marchés de la robinetterie, des systèmes de chasse d'eau et des pièces de remplacement de mécanismes de chasse d'eau.

##### **1. LA ROBINETTERIE**

41. Les activités des parties sur le marché de la robinetterie sont négligeables puisqu'elles ont commercialisé, au niveau national, [...] pièces pour Geberit, et [...] pièces pour Sanitec en 2013. Ainsi, leur part de marché cumulée à l'issue de l'opération sera inférieure à [0-5] %. Les parties feront en outre face à la concurrence d'acteurs importants tels que Grohe ([20-30] %), Ideal Standard ([5-10] %) ou Masco ([5-10] %).
42. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la robinetterie.

##### **2. LES SYSTÈMES DE CHASSE D'EAU**

43. Sur le marché français des systèmes de chasse d'eau, la part de marché cumulée des parties s'élèverait à [20-30] % (Geberit : [10-20] % ; Sanitec : [10-20] %) en volume. Les parties continueront cependant à faire face à la concurrence de nombreux acteurs tels qu'Ideal Standard ([5-10] %), Kohler ([5-10] %), SIAMP ([5-10] %), Roca ([5-10] %), Villeroy & Boch ([5-10] %) et Grohe ([0-5] %).
44. Sur un éventuel segment des systèmes de chasse d'eau encastrés, la part de marché cumulée des parties s'élèverait à [40-50] % mais l'opération n'entraîne qu'un incrément limité d'activité, Sanitec étant peu présent sur ce marché ([0-5] %). En outre, les parties feront face à plusieurs concurrents internationaux comme SIAMP ([20-30] %), Grohe ([10-20] %), Aliaxis ([5-10] %) et Regiplast ([5-10] %).
45. Sur un éventuel segment des systèmes de chasse d'eau apparents, la part de marché cumulée des parties serait de [10-20] % (Geberit : [0-5] % ; Sanitec : [10-20] %) et la nouvelle entité fera face à la concurrence d'Ideal Standard ([10-20] %), Kohler ([5-10] %), Roca ([5-10] %) et Villeroy & Boch ([5-10] %).
46. Enfin, si une sous segmentation des systèmes de chasse d'eau apparents devait être retenue selon le type de matériaux, l'opération n'emporterait aucune addition de parts de marché, Geberit étant actif sur les seuls produits en plastique et Sanitec sur les produits en céramique.
47. De manière générale, les activités des parties sont principalement complémentaires, l'incrément de part de marché qu'entraîne l'opération étant, sur chaque segment, inférieur à [0-5] %. Ainsi, Geberit opère principalement sur le marché de la fabrication et de la commercialisation de systèmes de chasse d'eau encastrés en plastique et plus marginalement

sur celui des systèmes de chasse d'eau apparents, tandis que Sanitec est principalement présent sur le marché des systèmes apparents en céramique, avec une activité plus limitée sur les systèmes encastrés.

48. En outre, les parties continueront de faire face à des acheteurs puissants, tels que Leroy-Merlin, Saint Gobain ou Kingfisher (Castorama). Les acheteurs interrogés dans le cadre du test de marché considèrent en effet que l'offre est compétitive sur le marché et qu'ils bénéficient d'un pouvoir de marché assez important lors de leurs négociations avec les fabricants de systèmes de chasse d'eau. De même, les fabricants estiment majoritairement que les relations avec les clients sont équilibrées. Ce pouvoir de négociation s'avère cependant plus limité sur le segment des chasses d'eau encastrées, sur lequel l'acteur Geberit a une position plus importante. Toutefois, cette position préexiste à l'opération sans que celle-ci n'entraîne d'effets suffisamment sensibles pour entraîner un risque d'atteinte à la concurrence.
49. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché français des systèmes de chasse d'eau, quelle que soit la segmentation envisagée.

### **3. LES PIÈCES DE REMPLACEMENT DE MÉCANISMES DE CHASSE D'EAU**

50. Les parties commercialisent toutes deux des pièces de remplacement de mécanismes de chasse d'eau à des professionnels du secteur de la construction (grossistes, grandes surfaces de bricolage, installateurs, etc.). Seul Geberit fabrique de telles pièces, mais Sanitec intervient néanmoins sur ce marché en tant que revendeur.
51. Néanmoins, la part de marché cumulée des parties sur ce marché serait de [10-20] % en volume, Sanitec ne représentant que [0-5] % du marché, loin derrière SIAMP ([40-50] %).
52. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché des pièces de remplacement de mécanismes de chasse d'eau.

### **B. EFFETS VERTICAUX**

53. Une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant potentiellement les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Ce verrouillage peut viser les marchés aval, lorsque l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval. La stratégie de verrouillage peut également concerner les marchés amont lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux. La pratique décisionnelle des autorités de la concurrence écarte en principe ces risques de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.
54. En l'espèce, les activités des parties sont verticalement liées, dans la mesure où Geberit fournit des mécanismes de chasse d'eau aux fabricants de systèmes de chasse d'eau et des raccords d'évacuation aux fabricants d'équipements sanitaires, sur lesquels Sanitec intervient en tant qu'acheteur.



## **1. LE MARCHÉ DE LA FOURNITURE DE MÉCANISMES DE CHASSE D'EAU AUX FABRICANTS DE SYSTÈMES DE CHASSE D'EAU**

55. Une stratégie de verrouillage de l'accès aux intrants consisterait pour Geberit à cesser de fournir ou à augmenter les prix de ses mécanismes de chasse d'eau aux fabricants de systèmes de chasse d'eau concurrents de Sanitec. Ce scénario peut cependant être écarté dans la mesure où les fabricants concurrents pourraient aisément se fournir auprès des nombreux opérateurs alternatifs. En effet, Geberit estime sa position à [5-10] % en volume au niveau européen, ses principaux concurrents étant les opérateurs chinois WDI (20-25 %) et R&T (20-25 %), suivis de SIAMP (10-15 %) et de l'acteur américain Fluidmaster (10-15 %).
56. Une stratégie de verrouillage de l'accès à la clientèle consisterait pour Sanitec à cesser de s'approvisionner en mécanismes de chasse d'eau auprès des concurrents de Geberit. Les achats de Sanitec à Geberit ne représentent actuellement que [0-5] % de son approvisionnement européen en mécanismes de chasse d'eau, ses principaux fournisseurs étant SIAMP ([10-20] %) et Olivera ([30-40] %). Cependant, même si la nouvelle entité décidait de mettre en œuvre un tel comportement, aucun effet d'éviction n'est envisageable dans la mesure où l'approvisionnement de Sanitec en mécanismes de chasse d'eau s'élève à environ [...] de pièces et ne représente que [0-5] % des ventes de l'ensemble des fournisseurs à l'échelle européenne.
57. En conséquence, il est peu probable que la nouvelle entité mette en œuvre une stratégie de forclusion, faute d'avoir l'incitation ou la capacité de verrouiller l'accès à la clientèle ou aux intrants sur les marchés concernés.

## **2. LES MARCHÉS DES RACCORDEMENTS D'ÉVACUATION ET DES ÉQUIPEMENTS SANITAIRES**

58. Une stratégie de verrouillage de l'accès aux intrants consisterait pour Geberit à cesser de fournir ou à augmenter le prix de ses raccords aux fabricants d'équipements sanitaires concurrents de Sanitec. Ce scénario peut cependant être écarté dans la mesure où les fabricants concurrents pourraient aisément se fournir auprès des nombreux opérateurs alternatifs. En effet, Geberit estime sa position à moins de [0-5] % en volume au niveau européen sur le marché global, et à moins de [0-5] % quelle que soit la segmentation retenue.
59. Par ailleurs, une stratégie de verrouillage de l'accès à la clientèle consisterait pour Sanitec à cesser de s'approvisionner en raccords auprès des concurrents de Geberit. Les achats de Sanitec à Geberit ne représentent actuellement que [5-10] % de son approvisionnement européen en raccords, ses principaux fournisseurs étant Olivera et Nicoll (Aliaxis) et Valentin. Cependant, aucun effet d'éviction n'est envisageable dans la mesure où l'approvisionnement de Sanitec en raccords ne représente que [0-5] % des ventes de l'ensemble des fournisseurs à l'échelle européenne.
60. En conséquence, il est peu probable que la nouvelle entité mette en œuvre une stratégie de forclusion, faute d'avoir l'incitation ou la capacité de verrouiller l'accès à la clientèle ou aux intrants sur les marchés concernés.

### **C. EFFETS CONGLOMÉRAUX**

61. Des effets congloméraux sont susceptibles de se produire lorsque la présence simultanée d'une entreprise sur des marchés présentant des liens de connexité lui permet de s'appuyer sur

la position qu'elle occupe sur l'un de ces marchés pour évincer ou affaiblir la position de ses concurrents sur l'autre marché. Des effets restrictifs de concurrence peuvent ainsi apparaître lorsqu'une concentration permet de lier commercialement les ventes ou les achats des éléments constitutifs du regroupement de façon à verrouiller le marché et à évincer les concurrents.

62. Au cas présent, l'opération a en premier lieu pour effet de renforcer la position de Geberit sur les marchés de la robinetterie et des systèmes de chasse d'eau et d'étendre sa gamme de produits sur le marché des équipements sanitaires en céramique, l'ensemble de ces produits étant vendus aux mêmes acheteurs.
63. Cependant, dans la mesure où les parts de marché de Geberit et de Sanitec sont limitées sur leurs marchés respectifs, aucun effet anticoncurrentiel n'est envisageable. En effet, Sanitec représente moins de 30 % des marchés français des équipements sanitaires en céramiques, à l'exception des urinoirs. Cependant, si Sanitec représente [40-50] % du marché des urinoirs, celui-ci ne représente que 0,87 % des volumes d'équipement sanitaires en céramique vendus en 2013 et ne constitue pas un produit incontournable pour les distributeurs.
64. De la même manière, les parts de marché de Geberit resteront inférieures à 30 % sur chacun des marchés français concernés, à l'exception du segment des systèmes de chasse d'eau encastrés sur lequel sa position est d'environ [40-50] % et qui représente seulement 26 % des ventes de systèmes de chasse d'eau en France. De plus, dans la mesure où Geberit représentait déjà [30-40] % du marché avant l'opération, ses incitations ne seront pas sensiblement modifiées.
65. En outre, certains concurrents des parties proposent déjà aux distributeurs une gamme de produits très étendue, notamment Kohler (équipements sanitaires en céramique, robinetterie, raccords et systèmes de chasse d'eau), Ideal Standard (équipements sanitaires en céramique, robinetterie, raccords et systèmes de chasse d'eau), Roca (équipement sanitaires en céramique, robinetterie et systèmes de chasse d'eau) et SIAMP (équipements sanitaires, robinetterie et systèmes de chasse d'eau).
66. En second lieu, l'opération a pour effet de rapprocher le leader du marché des systèmes de chasse d'eau, Geberit, de Sanitec, l'opérateur le plus important sur le marché des équipements sanitaires en céramique, plus particulièrement des cuvettes de toilettes. Ainsi, plusieurs répondants au test de marché ont souligné le risque d'offres groupées par la nouvelle entité s'agissant des marchés des systèmes de chasse d'eau et des cuvettes WC, indiquant que la nouvelle entité pourrait utiliser la position forte de Geberit sur les systèmes de chasse d'eau encastrés pour accroître les ventes de cuvettes de WC en céramique de Sanitec.
67. En effet, les systèmes de chasse d'eau sont déjà actuellement commercialisés, soit de manière isolée soit sous forme de « packs » comprenant une cuvette, un abattant et un système de chasse d'eau. Ces packs sont alors dit « suspendus » (pour les systèmes encastrés) ou « sur pied » (pour les systèmes apparents).
68. Cependant, Geberit ne vend que très marginalement ses produits sous forme de pack. Ainsi, il représente [0-5] % des systèmes de chasse d'eau commercialisés sous cette forme. De plus, les positions des parties sur les marchés seront insuffisantes pour leur permettre de faire jouer un effet de levier. En effet, sur le marché des cuvettes WC en céramiques, Sanitec, dont la part de marché est de [20-30] % fait face à la concurrence d'opérateurs tels qu'Ideal Standard ([10-20] %), Kohler ([10-20] %) et Roca ([5-10] %). De même, sur le marché des systèmes de chasse d'eau, la part de marché de la nouvelle entité sera de [20-30] % devant Ideal Standard, Kohler, SIAMP et Roca. Si les parts de marché de la nouvelle entité sont plus élevées sur le

segment des systèmes de chasse d'eau encastrés ([40-50] %), les ventes de packs WC suspendus ne représentent que 10 % des ventes de systèmes de chasse d'eau en France.

69. En outre, les parties font valoir que les distributeurs devront continuer à acheter des systèmes isolés, afin de pouvoir répondre à la demande diversifiée de leurs clients. Ils devront, de la même manière, continuer à proposer à leurs clients des cuvettes de WC de toutes marques et modèles, à combiner librement avec les différents modèles de systèmes de chasse d'eau.
70. Il apparaît ainsi peu probable que la nouvelle entité puisse utiliser sa position sur le segment des systèmes de chasse d'eau, notamment encastrés, pour imposer à des acteurs tels que Saint Gobain ou Kingfisher l'achat d'un nombre important de cuvettes de WC Sanitec, alors que ces derniers disposent d'un pouvoir de négociation important et pourront continuer de s'approvisionner auprès d'autres acteurs disposant également de larges gammes de produits, tels qu'Ideal Standard, Villeroy & Boch, Roca, Kohler ou encore SIAMP, dont certains ont indiqué commercialiser des offres groupées à leurs clients.
71. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

### **DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 14-182 est autorisée.

La vice-présidente,

Claire Favre

---