

## Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit

### Beslissing BMA-2023-CC-48 van 8 december 2023 in toepassing van artikel IV. 66, §1-2 van het Wetboek van economisch recht ingevoegd door de wet van 2 mei 2019

---

#### Zaak nr. MEDE-CC-23/0024 RG Safety SAS / V12 NV en Prosafo NV

#### I. Procedure

1. Op donderdag 29 juni 2023 ontving het Auditoraat een ontwerp van aanmelding.
2. De auditeur-generaal heeft het onderzoeksteam als volgt samengesteld: Bert Stulens, auditeur bij de Belgische Mededingingsautoriteit (verder “BMA”) en belast met de dagelijkse leiding van het onderzoek overeenkomstig artikel IV.27, §2 van het Wetboek Economische Recht (“WER”). Charlotte Cornelissen en Lance De Maeyer, beiden attaché bij de BMA, werden door de auditeur-generaal toegevoegd aan het onderzoeksteam overeenkomstig artikel IV.27, §3 WER.
3. Overeenkomstig artikel IV.27, §4 WER heeft de auditeur-generaal Antoon Kyndt aangewezen als auditeur-adviseur.
4. Tijdens de prenotificatiefase werd regelmatig overlegd met de aanmeldende partij en werden er meermaals bijkomende inlichtingen gevraagd. Deze inlichtingen werden in de aanmelding verwerkt.
5. Teneinde het belang en de mogelijke gevolgen van voorliggende concentratie goed te kunnen inschatten, werden met instemming van de aanmeldende partij tijdens de prenotificatie verzoeken om inlichtingen verstuurd naar de belangrijkste concurrenten, klanten en leveranciers van Partijen.<sup>1</sup>
6. In overleg met het auditoraat werd de concentratie in bovenvermelde zaak aangemeld bij de auditeur-generaal op 11 oktober 2023.
7. De auditeur-adviseur heeft zijn advies verleend in toepassing van artikel IV.64, §1 WER.
8. Op 14 november 2023 werd het Mededingingscollege samengesteld door de voorzitter.
9. Op 21 november 2023 werd het gemotiveerd voorstel van beslissing aan het Mededingingscollege alsook aan de aanmeldende partij overgemaakt.
10. Op 7 december 2023 heeft het College de aanmeldende partij, het auditoraat, de auditeur-generaal, de adjunct van de directeur juridische zaken en de plaatsvervangend directeur economische zaken gehoord.

---

<sup>1</sup> Zie document ‘2023.07.19 Mail met waiver marktonderzoek’.

## **II. Betrokken Partijen**

### **II.1 De aanmeldende partij<sup>2</sup>**

11. De aanmeldende partij is RG Safety SAS (hierna: 'RG'), met maatschappelijke zetel te 817 rue Nicephore Niepce, 69800 Saint-Priest, Frankrijk, vertegenwoordigd door de heer Pierre Manchini als CEO & Chairman. Lisap NV met zetel te Spoorwegstraat 22A, 1702 Groot-Bijgaarden en geregistreerd bij de Kruispunt Bank van Ondernemingen onder het nummer 0407247075, is de Belgische entiteit via welke RG in België actief is.
12. RG is de moederonderneming van de RG Group. RG is voornamelijk actief in de distributie van persoonlijke beschermingsmiddelen (hierna: "PBM's"): gezichts- en oogbescherming (helmen en brillen), ademhalingsbescherming (maskers), handbescherming (handschoenen), lichaamsbescherming (werkkleding, beschermende kleding, hoge zichtbaarheid, enz.), voetbescherming (veiligheidsschoenen, laarzen, enz.) en gezondheids- en veiligheidsproducten (waarschuwingborden en -verlichting, EHBO-kits, valbeveiliging, hygiëneproducten voor vakmensen, enz.).
13. RG verdeelt producten zowel onder merknamen van fabrikanten als onder haar eigen merknaam, aan bedrijven die actief zijn in diverse sectoren zoals de bouw, de chemie, de automobielindustrie, enz. Daarnaast verkoopt RG ook PBM's aan overheidsinstanties en openbare diensten.
14. De RG-groep is gestructureerd rond 17 operationele eenheden en is aanwezig in 9 landen: Frankrijk, Italië, Spanje, België, Slowakije, Duitsland, Tunesië, Ierland en Zwitserland.
15. Ardian France heeft sinds december 2021 de uitsluitende zeggenschap over RG.

[VERTROUWELIJK]

16. Ardian France is een Franse participatiemaatschappij die via haar dochterondernemingen beleggingsfondsen beheert en adviseert die directe of indirecte belangen hebben in talrijke operationele ondernemingen over de hele wereld. [VERTROUWELIJK].
17. Behalve RG bezit de Ardian groep geen aandelen in ondernemingen die actief zijn op een voor deze Transactie relevante markt.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 11, §§ 29-37 en p. 25-27, §§ 89-96.

<sup>3</sup> Voor de lijst van de ondernemingen die actief zijn in België die door Ardian France worden beheerd en geadviseerd, alsmede een indicatie van hun activiteitensector, wordt er verwezen naar Bijlage 6 bij de Aanmelding.

## **II.2 De doelonderneming<sup>4</sup>**

18. De doelondernemingen zijn:

- V12 NV (hierna: 'V12') is een naamloze vennootschap met maatschappelijke zetel te Hertevoetweg 34, 1982 Zemst, België, geregistreerd bij de Kruispunt Bank van Ondernemingen onder het nummer 0894.457.289. V12 is een niet-operationele holding die eigenaar is van de aandelen van Vandeputte Safety International NV geregistreerd bij de Kruispunt Bank van Ondernemingen onder het nummer 0442.204.093.
- Prosafco NV (hierna: 'Prosafco') is een naamloze vennootschap met maatschappelijke zetel te Ovenhoek 2, 8800 Roeselare, België, geregistreerd bij de Kruispunt Bank van Ondernemingen onder het nummer 0896.106.685.

19. V12 en Prosafco (samen hierna: 'VDP') zijn zusterondernemingen, die beide worden gecontroleerd door Elimi NV en Tesa Invest NV.

20. Vandeputte Safety International NV is de belangrijkste operationele entiteit van VDP met alle gecentraliseerde diensten (IT, HR, 'finance'), die zich onder meer focust op de distributie van PBM aan voornamelijk middelgrote ondernemingen en grotere internationale bedrijven. Vandeputte Safety International is gevestigd te Boechout.

21. Prosafco is eveneens een operationele entiteit. Zij focust zich op de distributie van PBM aan voornamelijk kmo's. Prosafco is gevestigd in Roeselare.

22. Vandeputte Safety International NV en Prosafco zijn derhalve twee op zichzelf staande operationele entiteiten, die in de markt bekend staan onder de handelsnamen Vandeputte Safety Experts en Prosafco.

23. VDP is actief inzake distributie van PBM's onder twee verschillende handelsnamen:

- Vandeputte Safety Experts, dat zich richt op grote (inter)nationale key accounts die vragen om een totaaloplossing op het vlak van veiligheid en gespecialiseerde diensten.
- Prosafco, dat zich via een omnichannel en lokale aanwezigheid (directe verkoop, winkels, e-commerce) richt op KMO's en tevens gespecialiseerd is in kledingbeheersystemen (incl. wasserij, logistiek, ...).

## **II.3 De verkopers<sup>5</sup>**

24. De verkopers zijn:

- Invest NV is een naamloze vennootschap met maatschappelijke zetel te Binnensteenweg 172, 2530 Boechout, België, geregistreerd bij de Kruispunt Bank van Ondernemingen onder het nummer 0477.302.554.
- Elimi NV is een naamloze vennootschap met maatschappelijke zetel te Binnensteenweg 172, 2530 Boechout, België, geregistreerd bij de Kruispunt Bank van Ondernemingen onder het nummer 0472.276.172.

---

<sup>4</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 13-15, §§ 41-47 en §§ 51-53 en p. 17-19, §§ 62-65.

<sup>5</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 14, §§ 48-50.

25. Elimi en Tesa Invest houden gezamenlijk alle aandelen in zowel V12 als Prosafco.<sup>6</sup>

#### **II.4 Vertegenwoordiger aanmeldende partij<sup>7</sup>**

<i>Naam</i>	Hendrik Viaene	Elisabeth Vanden Kerchove
<i>Kantoor</i>	McDermott Will & Emery Belgium LLP	McDermott Will & Emery Belgium LLP
<i>Adres</i>	Nerviërslaan 9-31, 1040 Brussel, België	Nerviërslaan 9-31, 1040 Brussel, België
<i>Telefoon nummer</i>	+32 2 282 35 93	+32 2 230 50 59
<i>E-mail</i>	<a href="mailto:hviaene@mwe.com">hviaene@mwe.com</a>	<a href="mailto:evandenkerchove@mwe.com">evandenkerchove@mwe.com</a>

### **III. Gemotiveerd voorstel van de Auditeur van 21 november 2023**

26. De auditeur heeft het volgende voorstel van beslissing ingediend: “

#### **III. Aangemelde concentratie**

##### **III.1 Beschrijving van de concentratie<sup>8</sup>**

24. *Vandaag staan V12 en Prosafco onder de gezamenlijke zeggenschap van Elimi en Tesa Invest. Momenteel bezitten zij respectievelijk [VERTROUWELIJK] van de aandelen in Prosafco en bezitten [VERTROUWELIJK] in V12.*

25. *De voorgenomen concentratie betreft het verwerven van 100% van het aandelenkapitaal en van de stemrechten door RG over de doelonderneming, in de zin van artikel IV.6, § 2, Boek IV van het WER, door de aankoop van de aandelen die momenteel in handen zijn van Elimi en Tesa Invest. Na afronding van de transactie zal RG de uitsluitende zeggenschap hebben over VDP, dit wil zeggen over V12 en Prosafco en alle entiteiten waarover deze entiteiten zeggenschap hebben.*

26. *[VERTROUWELIJK]. Dit zal pas plaatsvinden na het voltooien van de aangemelde transactie. Het uitvoeren van deze afgesproken herinvesteringen zal de controle over RG niet wijzigen. Wanneer alle afgesproken handelingen voltooid zijn, zal het aandeelhouderschap in RG er als volgt uitzien:*

<b>Naam</b>	<b>Aandeelhouderschap in %</b>
<i>Ardian/Latour</i>	<i>[VERTROUWELIJK]</i>
<i>Management Groupe RG</i>	<i>[VERTROUWELIJK]</i>
<i>[VERTROUWELIJK]</i>	<i>[VERTROUWELIJK]</i>
<i>[VERTROUWELIJK]</i>	<i>[VERTROUWELIJK]</i>
<i>[VERTROUWELIJK]</i>	<i>[VERTROUWELIJK]</i>

<sup>6</sup> Zie ook *supra*, randnummer 19 en 24.

<sup>7</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 13.

<sup>8</sup> *Ibid.*, p. 17, § 61 en p. 20-22, §§ 66-77.

27. De toepasselijke Nacebelcode 2008 voor VDP is 46.900 (niet-gespecialiseerde groothandel) voor btw-doeleinden, en 46.421 (groothandel in werkkleding) voor sociale zekerheidsdoeleinden. De toepasselijke Nacebelcode 2008 voor Lisap is 46.421 (Groothandel in werkkleding).

### **III.2 Doel van de concentratie<sup>9</sup>**

28. RG beoogt met deze Transactie haar voetafdruk in Europa te vergroten. Immers, een verdere uitbouw in Europa is een belangrijke strategische doelstelling voor RG. Zij doet dit via organische groei en, waar kansen zich voordoen, door overname van gevestigde spelers. De overname van VDP stelt RG in staat lokale marktkennis te verwerven in België en te opereren onder een gevestigde merknaam die vertrouwd is bij klanten. Het is daarnaast ook de verwachting van RG dat zij na de transactie over meer onderhandelingsmacht zal beschikken ten opzichte van belangrijke leveranciers.

29. Volgens RG heeft de aangemelde Transactie tot doel de beperkte aanwezigheid van RG in België te verhelpen, aangezien VDP al lang distributeur is in België en wordt beschouwd als een goed functionerende onderneming, vooral actief in Vlaanderen. De combinatie van Partijen zal RG in staat stellen om op geloofwaardige wijze het hele Belgische grondgebied te bestrijken.

### **III.3 Onderzoekstermijn na aanmelding**

Aanmelding	11 oktober 2023
Dag 20	13 november 2023
Dag 25	21 november 2023
Dag 40	12 december 2023

### **III.4 Drempels**

30. De omzetcijfers in miljoen EUR van Partijen voor 2022 zijn als volgt:<sup>10</sup>

	<b>Wereldwijd</b>	<b>EU</b>	<b>België</b>
<b>Ardian France</b>	[VERTROUWELIJK]	[VERTROUWELIJK]	[VERTROUWELIJK]
<b>RG Safety</b>	[VERTROUWELIJK]	[VERTROUWELIJK]	[VERTROUWELIJK]
<b>VDP</b>	[VERTROUWELIJK]	[VERTROUWELIJK]	[VERTROUWELIJK]

31. Op basis van deze omzetcijfers stelt de auditeur vast dat de Transactie dient te worden aangemeld bij de Belgische Mededingingsautoriteit op grond van artikel IV.7, §1 WER.

<sup>9</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 9, §21, p. 10, § 28 en p. 12 § 36.

<sup>10</sup> Zie Aanmeldingsformulier, tabel p. 23.

#### **IV. Activiteiten van de partijen<sup>11</sup>**

32. Zowel RG als VDP zijn actief in de distributie van persoonlijke beschermingsmiddelen (hierna: 'PBM') of 'personal protective equipment' (hierna: 'PPE'). Zij produceren zelf geen persoonlijke beschermingsmiddelen. Daarom zijn zij beide "zuivere" distributeurs.

33. Partijen kopen aldus PBM's van producenten en verkopen deze vervolgens door aan hun klanten. Hierbij bieden zij soms ook bijkomende diensten aan tegen extra kosten zoals het bijvullen van distributiemachines bij de klant, het reinigen van bepaalde PBM's, enz.

34. VDP is een leverancier van geïntegreerde gecertificeerde oplossingen inzake persoonlijke beschermingsmiddelen, waarbij zij als schakel fungeert tussen een hele reeks fabrikanten en haar klanten. VDP biedt haar klanten een veiligheidsaanbod aan van hoogtechnische gecertificeerde producten via A-merken geproduceerd door derden, gecombineerd met eigen merkproducten, afgestemd op de behoeften van de klant. VDP richt haar activiteiten voornamelijk op België, met een beperkte verkoop in Frankrijk en Nederland.

35. De activiteiten van VDP in Frankrijk zijn eerder bescheiden. In 1995 heeft VDP weliswaar de onderneming Fif Protection (Paris) overgenomen, maar ondanks deze overname heeft VDP de voorbije jaren de keuze gemaakt om zich op België en Nederland te focussen. Het verder ontwikkelen van de activiteiten in Frankrijk was bijgevolg geen strategische prioriteit.

36. [VERTROUWELIJK].

37. RG is vooral actief in Frankrijk, maar heeft sinds 1999 ook beperkte activiteiten in België na de overname van Lisap NV, het huidige Lisap BV. De activiteiten van RG in België zijn tot nu toe relatief bescheiden gebleven, wat de aanmeldende partij wijt aan de typische kenmerken en dynamieken van elke distributiemarkt: klanten hebben initieel een voorkeur voor het werken met gekende en gevestigde distributeurs, die bij voorkeur ook over voldoende personeel beschikken dat in staat is om ze in hun moedertaal aan te spreken. Voor België betekent dit dat RG, omdat het een Frans bedrijf is, met minder inspanning succesvoller zal zijn in de Franstalige kant van het land. Bovendien was België, binnen de totale RG-activiteiten, tot nu toe geen belangrijk aandachtspunt voor bedrijfsontwikkeling. Het verder ontwikkelen van haar positionering in het thuisland en de integratie van overnames in andere landen vereisten immers aanzienlijke aandacht van het management.

#### **V. Marktafbakening**

38. De Europese Commissie (hierna: 'EC') definieert PBM's als uitrusting die ontwikkeld is om gebruikers te beschermen tegen letsels en ziektes die het resultaat zijn van contact met radiologische, chemische, fysieke, mechanische, elektrische of andere gevaren. Hieronder vallen verschillende producten, zoals bijvoorbeeld gehoorbescherming, beschermend schoeisel, handbescherming en beschermende kledij.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, p. 4, § 3, p. 5, § 5, p. 11-12 §§ 34-35 en p. 14-15, §§ 52-56.

<sup>12</sup> Zie o.m. EC, beslissing van 29 september 2017 in de zaak M.8486, 3M COMPANY/SCOTT SAFETY, § 7; EC, beslissing van 4 augustus 2010 in de zaak M.5908, HONEYWELL/SPERIAN, § 10 en EC, beslissing van 23 maart 2008 in de zaak M.5012, 3M/AEARO, § 8. Vrije vertaling van: "designed to protect users from injuries or illnesses resulting from contact with

39. PBM's omvat een breed scala aan producten die ontworpen zijn om mensen te beschermen tegen potentiële gevaren. Enkele belangrijke PBM's zijn:

- *Gelaatsmaskers: Chirurgische maskers, N95 maskers en stoffen maskers die ademhalingsbescherming bieden;*
- *Handschoenen: Latex, nitril en vinyl handschoenen die de handen beschermen tegen contaminanten;*
- *Beschermende kleding: Beschermjassen, overalls en schorten die het hele lichaam beschermen;*
- *Oogbescherming: Veiligheidsbrillen en gelaatsschermen om de ogen te beschermen tegen in de lucht zwevende deeltjes of vloeistoffen;*
- *Hoofd- en haarbedekking: Kapjes en chirurgische kappen om de hygiëne te handhaven en besmetting te voorkomen;*
- *Voetbescherming: Schoenovertrekken en laarzen om de voeten te beschermen tegen gevaarlijke stoffen of omgevingen;*
- *Handontsmettingsmiddelen: Ontsmettingsmiddelen op alcoholbasis voor handhygiëne en desinfectie;*
- *Ademhalingsbescherming: Ademhalingstoestellen en filters die geavanceerde bescherming bieden tegen contaminanten in de lucht;*
- *Gehoorbescherming: Oordoppen en oorbeschermers om blootstelling aan excessieve geluidsniveaus te verminderen.*

40. De distributie van PBM's binnen Europa is afhankelijk van zeer uiteenlopende kanalen om de beschikbaarheid en toegankelijkheid van deze producten te garanderen. Enkele prominente distributiekkanalen zijn:

- *Zorginstellingen: PBM's worden rechtstreeks gedistribueerd naar ziekenhuizen, klinieken en zorginstellingen via gevestigde leveringsketens;*
- *Detailhandel en apotheken: PBM's zijn verkrijgbaar via apotheken, supermarkten en winkels, zodat ze beschikbaar zijn voor het grote publiek;*
- *Online platforms: E-commerce platforms spelen een belangrijke rol in de distributie van PBM's, waardoor particulieren en organisaties online producten kunnen kopen en laten bezorgen;*
- *Groothandelsdistributie: Groothandelaren dienen als tussenpersoon tussen fabrikanten en detailhandelaren, en leveren PBM's in bulk aan verschillende entiteiten binnen de toeleveringsketen;*
- *Overheidsopdrachten: Overheden op nationaal en regionaal niveau kopen vaak PBM's in om de beschikbaarheid van beschermingsmiddelen voor overheidsinstanties en kritieke infrastructuursectoren te garanderen.*

---

*radiological, chemical, physical, mechanical, electrical or other hazards. It includes a variety of products, such as hearing protection, protective footwear, protective gloves, and protective clothing."*

41. In wat volgt, wordt eerst de inkoopmarkt besproken – hieronder wordt verstaan de activiteit van Partijen waarbij zij PBM's inkopen bij verschillende producenten - gevolgd door de distributiemarkt – hieronder wordt verstaan de activiteit van Partijen waarbij zij deze PBM's op hun beurt weer verder verkopen aan verschillende eindgebruikers.

## **V.1 Inkoop van persoonlijke beschermingsmiddelen**

### **V.1.1 Productmarkt**

#### **V.1.1.a Beslissingspraktijk**

42. De EC heeft tot op heden enkel concentraties in de sector onderzocht waarbij fabrikanten van PBM's betrokken zijn die deze PBM's al dan niet ook distribueren. Er zijn nog geen concentraties in de sector onderzocht waarbij er uitsluitend distributeurs van PBM's betrokken zijn.

43. Met betrekking tot concentraties die een distributiemarkt betreffen, is het vaststaande beslissingspraktijk doorheen verschillende sectoren van zowel de BMA, de EC als andere nationale mededingingsautoriteiten, om enerzijds de inkoopmarkt(en) en anderzijds de distributiemarkt(en) of markt(en) voor de groothandelsverkoop te beschouwen als aparte productmarkten.<sup>13</sup> Het antwoord op de vraag of er binnen dergelijke inkoopmarkt(en) een verdere onderverdeling nodig is naar productcategorieën, is echter wel sector-afhankelijk.

44. In haar beslissingspraktijk betreffende PBM's, stellen we vast dat de EC de verschillende soorten PBM's, zijnde (i) beschermende kledij; (ii) beschermend schoeisel; (iii) valbescherming; (iv) handbescherming; (v) bescherming van de luchtwegen; (vi) hoofd-, oog- en gelaatsbescherming; en (vii) gehoorbescherming, als aparte productmarkten beschouwt. De EC heeft daarnaast onderzocht of er binnen deze categorieën PBM's verder gedifferentieerd moet worden tussen de types beschermingsproducten binnenin eenzelfde categorie. Deze vraag werd uiteindelijk telkens opengelaten, behalve voor de markt voor gehoorbescherming waar er een onderscheid gemaakt werd tussen actieve gehoorbeschermingsproducten en passieve gehoorbeschermingsproducten.<sup>14</sup>

45. In Frankrijk heeft de Franse minister van Economie (voormalige bevoegde autoriteit voor de oprichting van de Franse mededingingsautoriteit), een aantal keer geoordeeld over concentraties waarbij tevens zowel de productie als de distributie van PBM's aan bod kwam. Hierbij werd geoordeeld dat er voor de productie van PBM's verschillende relevante markten moeten worden afgebakend naargelang (i) het te beschermen lichaamsdeel en/of (ii) de aard van de risico's waaraan mensen kunnen worden blootgesteld.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Zie o.m. BMA, beslissing BMA-2023-C/C-07 van 3 april 2023 in de zaak nr. MEDE-C/C-22/0038, *Sligro/Metro cash & carry*, §45; EC, beslissing van 18 mei 2017 in de zaak M.8469, *Sonepar Italia/Sacchi*, §10; ACM, beslissing van 21 december 2021 in de zaak ACM/21/053545, *Ondernemerscoöperatie De Sperwer U.A./Coop Nederland U.A.*, § 20; Franse minister van Economie, beslissing C2007-159 van 14 december 2007, in de zaak *Hal Holding NV*, p 2.

<sup>14</sup> EC, beslissing van 29 september 2017 in de zaak M.8486, *3M COMPANY/SCOTT SAFETY*, §§ 22, 27, 29, 31-32 en 38; EC, beslissing van 4 augustus 2010 in de zaak M.5908, *HONEYWELL/SPERIAN*, §§ 17, 19, 22, 26, 30, 33 en 35; en EC, beslissing van 23 maart 2008 in de zaak M.5012, *3M/AEARO*, §§ 17 en 20.

<sup>15</sup> Franse minister van Economie, beslissing C2008-12 van 19 maart 2008, in de zaak *Imom International*, p 2; Franse minister van Economie, beslissing C2007-159 van 14 december 2007, in de zaak *Hal Holding NV*, p 2; Franse minister van Economie, beslissing C2002-8 van 14 juni 2002, in de zaak *MSA/Gallet*.



### V.1.1.b Standpunt aanmeldende partij<sup>16</sup>

46. De aanmeldende partij stelt dat de geciteerde beslissingspraktijk niet relevant is voor de voorliggende Transactie, gelet op het feit dat Partijen enkel distributeurs van PBM's zijn en geen producenten die beide doen - niettegenstaande het feit dat zij bepaalde PBM's onder een eigen huismerk bestellen en verkopen. Beide Partijen kopen dergelijke 'witte' PBM's en merk PBM's in bij leveranciers en verkopen deze op hun beurt weer door, waardoor zij zichzelf als zuivere distributeurs beschouwen.

47. De aanmeldende partij geeft aan dat volgens haar de distributieketen van PBM's tevens de directe verkopen van producenten aan eindklanten omvat. Hierbij geeft zij onderstaande inschatting van de kwalitatieve verhouding tussen verkopen via distributeurs en directe verkopen via producenten zelf:

<b>Type PBM</b>	<b>Directe verkopen</b>	<b>Verkopen via distributeurs</b>
Beschermende kledij	[40-80]%	[30-60]%
Schoeiselbescherming	[10-25]%	[70-95]%
Valbeveiliging	[60-90]%	[10-40]%
Handbescherming	[5-20]%	[75-95]%
Bescherming van de luchtwegen	[5-30]%	[70-95]%
Hoofd-, oog- en gezichtsbescherming	[5-25]%	[70-95]%
Gehoorbescherming	[0-20]%	[80-100]%

48. Op basis van bovenstaande, de structuur van de distributieketen en rekening houdend met de beslissingspraktijk, besluit de aanmeldende partij dat de inkoopmarkt gesegmenteerd moet worden volgens het type PBM-product. Ter ondersteuning geeft zij nog aan dat de producenten per type PBM gespecialiseerd zijn en het aantal leveranciers per type PBM-product verschilt. Daarenboven bieden producenten gewoonlijk niet het volledige gamma PBM's aan, waardoor de markten worden gesegmenteerd volgens het deel van het lichaam dat de uitrusting moet beschermen. Zij stelt aldus dat de volgende productmarkten de relevante inkoopmarkten zijn:

- Inkoopmarkt voor beschermende kledij;
- Inkoopmarkt voor bescherming van schoeisel;
- Inkoopmarkt voor valbeveiliging;
- Inkoopmarkt voor handbescherming;
- Inkoopmarkt voor bescherming van de luchtwegen;
- Inkoopmarkt voor hoofd-, oog- en gezichtsbescherming;
- Inkoopmarkt voor gehoorbescherming.

<sup>16</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 5 §§ 7-8, p.8, §§ 13-15, p. 37-39, §§ 123-128 en p. 40-41, §§ 130-135.

49. De aanmeldende partij geeft nog mee dat zij, in tegenstelling tot wat het geval is bij de beoordeling van concentraties tussen producenten van PBM's, een verdere onderverdeling van elk van de bovengenoemde inkoopmarkten niet nodig acht. Tenslotte werpt ze nogmaals op dat de rechtstreekse verkoop door producenten aan eindgebruikers concurrentiedruk uitoefent op Partijen en dat deze verkoop derhalve volgens haar in de relevante productmarkt moet worden opgenomen. Ook doe-het-zelfzaken concurreren volgens haar rechtstreeks met Partijen, zodat zij van mening is dat ook de verkoop van leveranciers aan bouwmarkten in de markt moet worden opgenomen.

50. Tot slot vermeldt ze de opkomst en het toenemend belang van e-commerce platformen. Deze operatoren kopen volgens haar per definitie niet nationaal in, maar doen dit ten minste op EER-wijde schaal om op die manier voldoende schaalvoordelen te genereren die hen toelaten om producten winstgevend aan eindklanten aan te bieden, zonder afbreuk te doen aan hun gebruikelijke bedrijfsmodel.

51. Specifiek wat betreft online platformen, is het de ervaring van Partijen dat zij vaak een gecentraliseerde inkoop- en inkoopstrategie hebben. Dit houdt in dat ze niet alleen kijken naar de werkelijke prijs voor het verwerven van PBM's van leveranciers en de kortingen die ze kunnen krijgen, maar dat ze ook een centraal gestuurde kostenbeoordeling hebben van het hele doorvoerproces binnen hun organisatie. Aanzienlijke kostenbesparingen kunnen worden bereikt door beide functies te centraliseren, vooral gezien de grote volumes die elk online platform vervolgens kan inkopen en distribueren naar de verschillende EER-landen. Aangezien deze online platforms concurreren met Partijen, leggen ze een toenemende druk op de meer traditionele PBM-distributeurs om ook zowel inkoop als aankoop verder te rationaliseren teneinde concurrerend te blijven op de markt.

52. Doordat deze online platformen in toenemende mate actief zijn in België, oefenen zij algemeen genomen een grotere concurrentiedruk uit op andere distributeurs. Vaak zijn zij geen gespecialiseerde online verdelers van PBM's. Voorbeelden van belangrijke onlinespelers zijn:

- Lyreco, een handelaar in bureaumateriaal, die gespecialiseerde PBM-distributeurs tracht over te nemen teneinde PBM's online aan te bieden. Zo heeft zij bijvoorbeeld Intersafe Belgium overgenomen. [VERTROUWELIJK].
- Detailhandelaars zoals Brico, Gamma en Hubo die verkopen aan particulieren, maar ook meer en meer aan kleinere ondernemingen via hun webshops. [VERTROUWELIJK].
- Dexis, Imes, ERIKS, RS Safety Components zijn actief in het verkopen van maintenance, repair and operations artikelen. Zij verkopen ook in toenemende mate PBM's online.
- Andere online verdelers/platformen die in ruime mate online verkopen: Proforto, Amazon, Seton, Bierbaum-Proenen, Logistiekonline.be, ... .

53. De aanmeldende partij is aldus van mening dat ook de inkoop die door dergelijke platformen plaatsvindt, moet worden toegevoegd aan de relevante inkoopmarkten.

#### **V.1.1.c Marktonderzoek**

54. Uit de resultaten van het marktonderzoek blijkt dat de meerderheid van de respondenten van mening is dat de inkoopmarkt opgesplitst moet worden naargelang het type PBM. Hierbij wordt er

voornamelijk verwezen naar het feit dat de overgrote meerderheid van de producenten zich specialiseren in een bepaald type PBM.<sup>17</sup>

55. Het merendeel van de concurrenten geeft aan geen significante concurrentiële druk te ondervinden van de producenten, traditionele doe-het-zelf-zaken of online platformen. Met betrekking tot de rechtstreekse verkopen van producenten wordt er voornamelijk aangegeven dat de volumes in België hiervoor te klein zijn, waar dit in een groter land zoals bijvoorbeeld Duitsland wel meer zou kunnen voorkomen.<sup>18</sup> Wanneer de producenten gevraagd worden of zij hun PBM's zelf rechtstreeks verkopen aan eindafnemers, heeft slechts één producent hierop positief geantwoord,<sup>19</sup> terwijl de overgrote meerderheid resoluut negatief antwoordt. Binnen deze groep geeft een minderheid aan dat zij dit in de regel niet doen, doch dat er een beperkt percentage van hun verkopen rechtstreeks plaatsvindt in specifieke gevallen zoals bijvoorbeeld verkoop aan overheidsdiensten door middel van openbare tenders.<sup>20</sup>

56. Met betrekking tot de doe-het-zelfzaken wordt er aangegeven dat deze enkel een lichte vorm van druk uitoefenen op de verkopen aan zeer kleine ondernemingen en particulieren en slechts in relatie tot bepaalde minder technische PBM's.<sup>21</sup> Met betrekking tot online platformen wordt er tenslotte aangegeven dat er een lichte stijgende druk te voelen is, doch voornamelijk enkel voor kleinere afnemers of minder technische PBM's en de producenten lijken terughoudend te zijn om hun meer technische producten zomaar op een platform te laten verschijnen.<sup>22</sup>

#### **V.1.1.d Beoordeling auditeur en conclusie**

57. Op basis van bovenstaande is de auditeur van oordeel dat voor de beoordeling van onderhavige Transactie kan worden uitgegaan van inkoopmarkten opgesplitst naargelang het type PBM met het oog op het te beschermen lichaamsdeel, zonder evenwel een verdere opdeling in elke inkoopmarkt noodzakelijk te achten. De impact van de voorliggende Transactie zal aldus onderzocht worden op de zeven verschillende inkoopmarkten.

58. Met betrekking tot de door Partijen voorgestelde uitbreiding van deze inkoopmarkten met de rechtstreekse verkopen door producenten, de inkoop door traditionele doe-het-zelfzaken en de inkoop door zuivere e-platformen (zoals bijvoorbeeld Amazon.nl.be of bol.com), is de auditeur van mening dat het bestaan van rechtstreekse concurrentiële druk uitgeoefend door deze actoren, niet sluitend aangetoond kon worden door het onderzoek. Derhalve lijkt het niet aangewezen om de inkopen die door deze spelers zouden gebeuren, mee te rekenen in de marktomvang van de zeven inkoopmarkten. De impact van de voorliggende Transactie zal aldus onderzocht worden op de inkoopmarkten waarop enkel de klassieke distributeurs actief zijn.

59. De auditeur erkent echter wel dat de rechtstreekse verkopen zijdelingse concurrentiële druk uitoefenen op de traditionele distributeurs en zal deze dan ook in rekening brengen in de concurrentiële analyse.

---

<sup>17</sup> Zie Antwoorden van concurrenten en leveranciers op vraag 4 van de algemene VOI.

<sup>18</sup> Zie Antwoorden van concurrenten op vraag 7 van de algemene VOI.

<sup>19</sup> Zie Antwoord van Rudolf Uhlen NVV op vraag 6 van de algemene VOI.

<sup>20</sup> Zie Antwoorden van leveranciers op vraag 6 van de algemene VOI.

<sup>21</sup> Zie Antwoorden van concurrenten en leveranciers op vraag 8 van de algemene VOI.

<sup>22</sup> Zie Antwoorden van concurrenten en leveranciers op vraag 9 van de algemene VOI.

## **V.1.2 Geografische markt**

### **V.1.2.a Beslissingspraktijk**

60. Uit de hogervermelde Europese beslissingspraktijk die handelt over zowel producenten als verdelers van PBM's, blijkt dat de EC de vraag of de markt nationaal, dan wel breder dan nationaal gedefinieerd zou moeten worden consequent heeft opengelaten. Enerzijds wees ze op het feit dat prijzen soms verschillend zijn per lidstaat, dat het belangrijk lijkt te zijn voor producenten om toch een nationale aanwezigheid te hebben en dat er historisch gezien verschillende commerciële omstandigheden zijn per lidstaat. Anderzijds wees ze op het feit dat een toenemend aantal klanten actief is in verschillende lidstaten die hun aankopen op EEA-niveau voldoen op basis van een prijslijst met EEA-prijzen. Daarnaast stelt ze vast dat de transportkosten binnen de EEA eerder laag zijn, dat er standaarden zijn die voor de hele EEA gelden en dat de meest belangrijke producenten allen vertegenwoordigd zijn over de gehele EEA.<sup>23</sup>

61. In de hogervermelde Franse concentraties werd er consequent overwogen dat de markten ruimer dan nationaal zouden kunnen zijn, gelet op het bestaan van Europese normen en standaarden en het feit dat het merendeel van de producenten een belangrijk deel van hun omzetcijfers door Europese dan wel wereldwijde export van PBM's realiseren. De Franse minister overwoog dat de markten minstens een nationale dimensie zouden moeten hebben, gelet op het bestaan van gelijke karakteristieken in de vraag naar PBM's over het hele Franse grondgebied. Uiteindelijk werd de exacte marktafbakening telkens opengelaten.<sup>24</sup>

### **V.1.2.b Standpunt aanmeldende partij<sup>25</sup>**

62. De aanmeldende partij geeft aan dat de geografische afbakening van de verschillende inkoopmarkten twee kanten kan opgaan.

63. Enerzijds geeft zij aan dat deze nationaal afgebakend kunnen worden, omdat de meeste fabrikanten nog steeds nationale verkooporganisaties hebben, de prijzen voor hetzelfde PBM per land verschillen, grotere fabrikanten die in de hele EER of zelfs wereldwijd actief zijn voor bepaalde PBM's ook geconfronteerd worden met meer lokale, nationale fabrikanten, hetgeen eveneens resulteert in prijsdruk en beperkingen die van land tot land verschillen, en eventuele contracten met fabrikanten doorgaans nationaal zijn.

64. Anderzijds bestaan er volgens de aanmeldende partij evenveel argumenten om de inkoopmarkten ruimer geografisch te definiëren, te weten als markten die de hele EER bestrijken. Hiervoor verwijst zij op de eerste plaats naar het feit dat veel leveranciers actief zijn in de gehele EER doch niet noodzakelijkerwijs in elke lidstaat aanwezig zijn. Er vindt tevens meer consolidatie plaats op fabricageniveau, hetgeen resulteert in steeds meer leveranciers die de gehele EER bestrijken en zelfs wereldwijd actief zijn, die waar mogelijk proberen leveringscontracten voor de gehele EER aan te bieden, hun prijzen vaker op EER-niveau af te stemmen,... Op de tweede plaats geeft zij aan dat voor PBM-producten Europese normen en standaarden gelden, zodat deze producten overal in de Europese Unie

---

<sup>23</sup> EC, beslissing van 29 september 2017 in de zaak M.8486, 3M COMPANY/SCOTT SAFETY, §§ 39 en 44; EC, beslissing van 4 augustus 2010 in de zaak M.5908, HONEYWELL/SPERIAN, §§ 39-42; en EC, beslissing van 23 maart 2008 in de zaak M.5012, 3M/AEARO, § 24.

<sup>24</sup> Franse minister van Economie, beslissing C2008-12 van 19 maart 2008, in de zaak *Imom International*, p 3; Franse minister van Economie, beslissing C2007-159 van 14 december 2007, in de zaak *Hal Holding NV*, p 3; Franse minister van Economie, beslissing C2002-8 van 14 juni 2002, in de zaak *MSA/Gallet*.

<sup>25</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 5-6, §§ 9-13, p. 8, § 16 en p. 42, §§ 141-145.

kunnen worden verkocht. Tenslotte vermeldt ze dat aangezien distributeurs hun geografische voetafdruk willen vergroten om te voldoen aan de vraag van hun klanten die ook op supranationaal niveau beleverd willen worden, deze distributeurs steeds meer kijken naar mogelijkheden voor meer gecentraliseerde inkoop, waarbij nationale grenzen worden overschreden. Dit is zeker het geval in het licht van het toenemende belang van e-commerceplatformen.

65. Tenslotte besluit de aanmeldende partij dat de geografische markt opengelaten kan worden, aangezien de Transactie volgens haar zelfs op de meest nauwe geografische markt, te weten de nationale markt, geen mededingingsbezwaren doet ontstaan.

#### **V.1.2.c Marktonderzoek**

66. Uit de resultaten van het marktonderzoek blijkt dat de meerderheid van de respondenten van mening is dat de inkoopmarkten breder zijn dan nationaal. Enkelingen verwijzen naar een geografische omvang die de Benelux bestrijkt, terwijl de meerderheid van mening is dat de verschillende inkoopmarkten op EU-niveau gedefinieerd moeten worden.<sup>26</sup>

67. De overgrote meerderheid van de concurrenten en producenten bevestigt daarnaast dat er een tendens te zien is waarbij distributeurs meer en meer gecentraliseerd PBM's inkopen om zo bijvoorbeeld betere voorwaarden te kunnen onderhandelen. Sommigen wijzen er echter op dat deze trend meer tot uiting komt onder de vorm van het fusioneren van verschillende distributeurs dan in deelname in centrale aankooporganisaties.<sup>27</sup>

68. Tenslotte is ook de meerderheid van de respondenten het eens met de opmerking dat er een trend is naar consolidatie op het niveau van de producenten, waarbij er verwezen wordt naar verschillende grote en kleinere overnames. Hierbij wordt echter ook de kanttekening gemaakt dat dit voornamelijk de hele grote spelers betreft en dat de markt gefragmenteerd blijft.<sup>28</sup>

#### **V.1.2.d Beoordeling auditeur en conclusie**

69. Uit het onderzoek is gebleken dat er aanwijzingen zijn om te beslissen tot Europees gedefinieerde markten voor de inkoop van PBM's per categorie. In dit verband wijst de auditeur naar de antwoorden op het marktonderzoek, het bestaan van Europese normen met betrekking tot PBM's en het bestaan van meerdere grote, internationale spelers en groepen zoals bijvoorbeeld RG. Echter, uit het onderzoek is ook gebleken dat dergelijke internationale trends samen bestaan met landspecifieke eigenschappen op de verschillende markten en dat aldus het belang van een nationale aanwezigheid voor zowel producenten als distributeurs niet onderschat mag worden.

70. Gelet op bovenstaande is de auditeur van oordeel dat de exacte geografische omvang van de verschillende inkoopmarkten opengelaten kan worden, aangezien uit de analyse van de mededingingsrechtelijke situatie op deze inkoopmarkten (infra) blijkt dat er geen mededingingsrechtelijke bezwaren zijn tegen voorliggende Transactie.

---

<sup>26</sup> Zie Antwoorden van concurrenten en leveranciers op vraag 4 van de algemene VOI.

<sup>27</sup> Zie Antwoorden van concurrenten en leveranciers op vraag 10a van de algemene VOI.

<sup>28</sup> Zie Antwoorden van concurrenten en leveranciers op vraag 11a van de algemene VOI.

## **V.2 Distributie van persoonlijke beschermingsmiddelen**

### **V.2.1 Productmarkt**

#### **V.2.1.a Beslissingspraktijk**

71. Zoals vermeld, heeft de EC tot op heden geen concentraties in de sector onderzocht waarbij er uitsluitend distributeurs van PBM's betrokken zijn.

72. Daarnaast stelt met betrekking tot concentraties die een distributiemarkt betreffen, de vaststaande beslissingspraktijk doorheen verschillende sectoren van zowel de BMA, de EC als andere nationale mededingingsautoriteiten, om enerzijds de inkoopmarkt(en) en anderzijds de distributiemarkt(en) of markt(en) voor de groothandelsverkoop te beschouwen als aparte productmarkten.<sup>29</sup> Het antwoord op de vraag of er binnen dergelijke distributiemarkten een verdere onderverdeling nodig is naar productcategorieën, is wel sector-afhankelijk.

73. Verder hebben zowel de EC, als de BMA en de ACM in verschillende sectoren geoordeeld dat de betrokken distributiemarkt niet verder opgesplitst moet worden in verschillende productcategorieën door onder andere te verwijzen naar de noodzaak voor de groothandelaars of distributeurs om te voldoen aan de vraag van afnemers naar een 'onestopshop'-concept.<sup>30</sup>

74. In haar beslissingspraktijk betreffende de productie en distributie van PBM's, stellen we vast dat de EC de verschillende soorten PBM's, zijnde: (i) beschermende kledij; (ii) beschermend schoeisel; (iii) valbescherming; (iv) handbescherming; (v) bescherming van de luchtwegen; (vi) hoofd-, oog- en gelaatsbescherming; en (vii) gehoorbescherming, als aparte productmarkten beschouwt. De EC heeft daarnaast onderzocht of er binnen deze categorieën PBM's verder gedifferentieerd moet worden tussen de types beschermingsproducten binnenin eenzelfde categorie. Deze vraag werd uiteindelijk telkens opengelaten, behalve voor de markt voor gehoorbescherming waar er een onderscheid gemaakt werd tussen actieve gehoorbeschermingsproducten en passieve gehoorbeschermingsproducten.<sup>31</sup>

75. In Frankrijk heeft de Franse minister van Economie (voormalige bevoegde autoriteit voor de oprichting van de Franse mededingingsautoriteit), in 2002 en in 2008 geoordeeld over concentraties waarbij tevens zowel de productie als de distributie van PBM's aan bod kwam. Hierbij werd geoordeeld dat er voor de productie van PBM's verschillende relevante markten moeten worden afgebakend naargelang (i) het te beschermen lichaamsdeel en/of (ii) de aard van de risico's waaraan mensen kunnen worden blootgesteld.<sup>32</sup>

76. In 2007 echter heeft deze zelfde Franse minister van Economie in een concentratie tussen een producent en een (zuivere) distributeur een segmentatie van de markt naar lichaamsdeel en risico toch

---

<sup>29</sup> Zie o.m. BMA, beslissing BMA-2023-C/C-07 van 3 april 2023 in de zaak nr. MEDE-C/C-22/0038, *Sligro/Metro cash & carry*, §45; EC, beslissing van 18 mei 2017 in de zaak M.8469, *Sonepar Italia/Sacchi*, §10; ACM, beslissing van 21 december 2021 in de zaak ACM/21/053545, *Ondernemerscoöperatie De Sperwer U.A./Coop Nederland U.A.*, § 20; Franse minister van Economie, beslissing C2007-159 van 14 december 2007, in de zaak *Hal Holding NV*, p 2.

<sup>30</sup> Zie o.m. BMA, beslissing BMA-2023-C/C-07 van 3 april 2023 in de zaak nr. MEDE-C/C-22/0038, *Sligro/Metro cash & carry*, §§ 78-92; EC, beslissing van 18 mei 2017 in de zaak M.8469, *Sonepar Italia/Sacchi*, §11-13; ACM, beslissing van in de zaak ACM/17/061122, *Heineken/Sligro*, §§ 46 en 55; BMA, Beslissing BMA-2012-C/C-14 van 12 mei 2012 in de zaak nr CONC-C/C-12/0004: *Rexel Belgium SA/La Grange Beheer SA – Immo LG SPRL*.

<sup>31</sup> EC, beslissing van 29 september 2017 in de zaak M.8486, *3M COMPANY/SCOTT SAFETY*, §§ 22, 27, 29, 31-32 en 38; EC, beslissing van 4 augustus 2010 in de zaak M.5908, *HONEYWELL/SPERIAN*, §§ 17, 19, 22, 26, 30, 33 en 35; en EC, beslissing van 23 maart 2008 in de zaak M.5012, *3M/AEARO*, §§ 17 en 20.

<sup>32</sup> Franse minister van Economie, beslissing C2008-12 van 19 maart 2008, in de zaak *Imom International*, p 2; Franse minister van Economie, beslissing C2002-8 van 14 juni 2002, in de zaak *MSA/Gallet*.

niet relevant geacht, gezien alle distributeurs een breed assortiment persoonlijke beschermingsmiddelen aanbieden.<sup>33</sup>

#### **V.2.1.b Standpunt aanmeldende partij<sup>34</sup>**

77. De aanmeldende partij stelt dat alle spelers die actief zijn op de markt voor de groothandel van PBM's een onestopshop zijn en aldus een volledig gamma van PBM's aanbieden. Het is volgens hen dan ook niet nodig om de markt voor de groothandelsverkoop van PBM's verder op te splitsen naargelang het te beschermen lichaamsdeel.

78. Daarnaast stelt de aanmeldende partij dat, afhankelijk van de eindafnemer en de betrokken hoeveelheden, er ook rechtstreekse verkoop door fabrikanten plaatsvindt. Aangezien deze verkopen concurrentiële druk uitoefenen op de verkopen van groothandelaars zouden deze verkopen volgens de aanmeldende partij eveneens tot de relevante productmarkt moeten worden gerekend.<sup>35</sup>

#### **V.2.1.c Marktonderzoek**

79. Uit de resultaten van het marktonderzoek blijkt dat een grote meerderheid van de respondenten van mening is dat de distributiemarkt voor PBM's niet verder moet worden gesegmenteerd, aangezien groothandelaars een voldoende ruim aanbod aan PBM's aanbieden waardoor zij een onestopshop oplossing zijn voor hun afnemers.<sup>36</sup> Ter illustratie uit het antwoord van Dupont:

*"Distributors for PPE cover head to toe protection, meaning they offer all categories of PPE to their downstream customers. Therefore, we consider that the downstream market should be considered as one whole product market for the distribution of personal protective equipment."<sup>37</sup>*

80. Wat betreft de concurrentiële druk van rechtstreekse verkopen, geeft de meerderheid van de concurrenten aan dat zij geen of zeer weinig druk ervaart van deze rechtstreekse verkopen.<sup>38</sup> Daarnaast geven de meeste leveranciers (producenten) ook aan dat ze niet rechtstreeks verkopen aan afnemers of dat ze dit slechts in zeer beperkte mate doen.<sup>39</sup> Afnemers reageren verdeeld op de vraag of zij rechtstreeks aankopen bij producenten van PBM's. Een aantal (kleinere) afnemers geeft aan dat ze enkel aankopen via groothandelaars, aangezien de hoeveelheden die ze afnemen onvoldoende zijn om zich rechtstreeks te laten beleveren door dit verkoopkanaal.<sup>40</sup> Andere (grotere) afnemers stellen dat de meerderheid van hun aankopen plaatsvindt via een groothandelaar, maar dat in sommige situaties het rechtstreekse verkoopkanaal toch een alternatief kan zijn.<sup>41</sup>

#### **V.2.1.d Beoordeling auditeur en conclusie**

81. De auditeur oordeelt dat de gevolgen van onderhavige Transactie onderzocht dienen te worden op de distributiemarkt voor PBM's.

---

<sup>33</sup> Besluit C2007-159 van de Franse minister van Economie van 14 december 2007, Hal Holding NV, p 3.

<sup>34</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 32-42, §§ 53-77.

<sup>35</sup> *Ibid*, p. 41, §139.

<sup>36</sup> Zie Antwoorden van concurrenten op vraag 4 van de algemene VOI en antwoorden van afnemers op vraag 5 van de algemene VOI.

<sup>37</sup> Zie Antwoord Dupont op vraag 5 van de algemene VOI. Vrije vertaling: "Distributeurs van PBM bieden bescherming van top tot teen, wat betekent dat zij alle categorieën PBM aan hun downstreamklanten aanbieden. Daarom zijn we van mening dat de downstreammarkt moet worden beschouwd als één hele productmarkt voor de distributie van persoonlijke beschermingsmiddelen."

<sup>38</sup> Zie Antwoorden van concurrenten op vraag 7 van de algemene VOI.

<sup>39</sup> Zie Antwoorden van leveranciers op vraag 6 van de algemene VOI.

<sup>40</sup> Zie Antwoorden van afnemers op vraag 7 van de algemene VOI.

<sup>41</sup> Zie Antwoorden van leveranciers op vraag 7 van de algemene VOI.

82. De auditeur oordeelt dat het niet nodig is om de distributiemarkt voor PBM's verder te segmenteren naargelang het te beschermen lichaamsdeel, aangezien groothandelaars een one-stopshop oplossing willen kunnen aanbieden aan hun afnemers en om die reden PMB's aanbieden die een voldoende ruim gamma van te beschermen lichaamsdelen afdekken.

83. Verder oordeelt de auditeur dat de rechtstreekse verkopen onvoldoende concurrentiële druk uitoefenen op groothandelaars om tot deze markt gerekend te worden. Zoals ook blijkt uit de resultaten van het marktonderzoek, worden rechtstreekse verkopen slechts door enkele spelers, in bepaalde situaties en enkel voor voldoende grote hoeveelheden gebruikt. Dit verschilt zodanig van het totale aanbod van een groothandelaar dat de rechtstreekse verkopen niet tot eenzelfde productmarkt gerekend kunnen worden. De auditeur erkent echter wel dat deze rechtstreekse verkopen zijdelingse concurrentiële druk uitoefenen op de traditionele distributeurs en zal deze dan ook in rekening brengen in de concurrentiële analyse.

## **V.2.2 Geografische markt**

### **V.2.2.a Beslissingspraktijk**

84. De EC noch de BMA hebben zich eerder uitgesproken over de geografische omvang van de distributiemarkt voor PBM's.

85. Uit de hogervermelde Europese beslissingspraktijk die handelt over zowel producenten als verdelers van PBM's, blijkt dat de EC de vraag of de markt nationaal, dan wel breder dan nationaal gedefinieerd zou moeten worden consequent heeft opengelaten. Enerzijds wees ze op het feit dat prijzen soms verschillend zijn per lidstaat, dat het belangrijk lijkt te zijn voor producenten om toch een nationale aanwezigheid te hebben en dat er historisch gezien verschillende commerciële omstandigheden zijn per lidstaat. Anderzijds wees ze op het feit dat een toenemend aantal klanten actief is in verschillende lidstaten die hun aankopen op EEA-niveau voldoen op basis van een prijslijst met EEA-prijzen. Daarnaast stelt ze vast dat de transportkosten binnen de EEA eerder laag zijn, dat er standaarden zijn die voor de hele EEA gelden en dat de meest belangrijke producenten allen vertegenwoordigd zijn over de gehele EEA.<sup>42</sup>

86. In de hogervermelde Franse concentraties werd er consequent overwogen of de markten ruimer dan nationaal zouden kunnen zijn, gelet op het bestaan van Europese normen en standaarden en het feit dat het merendeel van de producenten een belangrijk deel van hun omzetcijfers door Europese dan wel wereldwijde export van PBM's realiseren. De Franse minister overwoog dat de markten minstens een nationale dimensie zouden moeten hebben, gelet op het bestaan van gelijke karakteristieken in de vraag naar PBM's over het hele Franse grondgebied. Uiteindelijk werd de exacte marktafbakening telkens opengelaten.<sup>43</sup>

### **V.2.2.b Standpunt aanmeldende partij<sup>44</sup>**

87. De aanmeldende partij geeft aan dat de geografische afbakening van de markt voor de distributie van PBM's twee kanten kan opgaan.

---

<sup>42</sup> EC, beslissing van 29 september 2017 in de zaak M.8486, 3M COMPANY/SCOTT SAFETY, §§ 39 en 44; EC, beslissing van 4 augustus 2010 in de zaak M.5908, HONEYWELL/SPERIAN, §§ 39-42; en EC, beslissing van 23 maart 2008 in de zaak M.5012, 3M/AEARO, § 24.

<sup>43</sup> Franse minister van Economie, beslissing C2008-12 van 19 maart 2008, in de zaak *Imom International*, p 3; Franse minister van Economie, beslissing C2007-159 van 14 december 2007, in de zaak *Hal Holding NV*, p 3; Franse minister van Economie, beslissing C2002-8 van 14 juni 2002, in de zaak *MSA/Gallet*.

<sup>44</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 42-44, §§146-148.



88. Enerzijds geeft zij aan dat deze nationaal afgebakend kunnen worden, omdat er veel “lokale<sup>45</sup> merken/merknamen” zijn doorheen de verschillende lidstaten, dewelke specifiek zijn voor een land en die een distributeur aan zijn klanten moet voorstellen. Deze staan in contrast met de grote merken die in heel Europa worden verkocht (bv. Honeywell, 3M). Daarnaast geeft de aanmeldende partij aan dat er prijsverschillen bestaan tussen landen, waardoor de grensoverschrijdende verkoop relatief beperkt is, doch wel aan de toenemende hand. Een ander argument dat ze aanhaalt, is het bestaan van lokale producttypes of kwaliteit. De betalingsbereidheid voor een PBM-product hangt af van zowel het type als de kwaliteit van het product. Daarom passen de distributeurs de productsegmenten en het aanbod per land aan, rekening houdend met modetrends, nationale voorkeuren, marktpraktijken en behoeften (factoren waarmee rekening moet worden gehouden zijn bijvoorbeeld de klimaatomstandigheden, maar ook lokale modegevoeligheden). Tenslotte stelt ze dat de distributiekant van de PBM-industrie gekenmerkt wordt door de aanwezigheid van vele lokale/nationale distributeurs, die geen of weinig grensoverschrijdende banden of verkopen hebben. Zij blijven op nationale schaal opereren.

89. Anderzijds geeft de aanmeldende partij aan dat er ook in de markt voor de distributie van PBM's aanwijzingen zijn van een trend naar consolidatie op Europees niveau. Hiervoor verwijst zij naar het belang van de internationale gekende merken (zoals 3M, Honeywell, ...) en naar de opkomst van een aantal transnationale concurrenten in de afgelopen vijf jaar: Deltaplus, Lyreco, Bunzl, Opti Group, RG en Rubix.

90. Tenslotte besluit de aanmeldende partij dat de geografische markt opengelaten kan worden, aangezien de Transactie volgens haar zelfs op de meest nauwe geografische markt, te weten de nationale markt, geen mededingingsbezwaren doet ontstaan.

#### **V.2.2.c Marktonderzoek<sup>46</sup>**

91. Uit de resultaten van het marktonderzoek blijkt dat er geen eenduidigheid bestaat omtrent de geografische omvang van de distributiemarkt voor PBM's. Verschillende spelers, ongeacht hun hoedanigheid als concurrent, leverancier of afnemer, schatten de geografische omvang verschillend in als zijnde nationaal, regionaal, EER of zelfs globaal.

92. Meerdere concurrenten en leveranciers bevestigen dat er een tendens waarneembaar is naar consolidatie op Europees niveau.<sup>47</sup> Zij stellen dat deze tendens zichtbaar is in het toenemend aantal transnationale spelers, maar wijzen erop dat deze voornamelijk voortkomt uit overnames door bepaalde distributeurs met het doel om hun aanwezigheid in Europa te vergroten.

#### **V.2.2.d Beoordeling auditeur en conclusie**

93. Er zijn geen aanwijzingen die een marktafbakening op lokaal niveau verantwoorden, aangezien het voor groothandelaars mogelijk is om hun PBM's te verkopen in het hele Belgische grondgebied en zelfs daarbuiten. Er zijn daarentegen enkele indicaties, zoals de toenemende consolidatie, die wijzen op een mogelijke Europese omvang van de markt voor de groothandel van PBM's. Desondanks zijn er ook aanwijzingen die een nationale marktafbakening kunnen verantwoorden.

---

<sup>45</sup> Lokaal moet hier verstaan worden als 'in tegenstelling tot internationaal'. Het betreft aldus nationale merken die verschillen per lidstaat.

<sup>46</sup> Zie Antwoorden van Concurrenten op vraag 4 van de algemene VOI en de antwoorden van leveranciers en afnemers op vraag 5 van de algemene VOI.

<sup>47</sup> Zie Antwoorden van Concurrenten en Leveranciers op vraag 11.

94. De auditeur is van oordeel dat de exacte geografische markt kan worden opengelaten en dat de onderhavige transactie op het nauwst mogelijke (nationale) niveau beoordeeld zal worden.

### **V.3 Conclusie aangaande marktafbakening**

95. Rekening houdend met het bovenstaande, is de auditeur van oordeel dat, voor wat betreft de beoordeling van voorliggende Transactie, de volgende markten als meest nauwe relevante markten kunnen worden beschouwd waarop de impact van de transactie wordt geanalyseerd:

*Inkoopmarkten:*

- Belgische markt voor de inkoop van beschermende kledij;
- Belgische markt voor de inkoop van bescherming van schoeisel;
- Belgische markt voor de inkoop van valbeveiliging;
- Belgische markt voor de inkoop van handbescherming;
- Belgische markt voor de inkoop van bescherming van de luchtwegen;
- Belgische markt voor de inkoop van hoofd-, oog- en gezichtsbescherming;
- Belgische markt voor de inkoop van gehoorbescherming.

*Distributiemarkt:*

- Belgische markt voor de distributie van PBM's.

## **VI. Marktaandelen**

### **VI.1 Marktaandelen op de Belgische markten voor de inkoop van de verschillende PBM's<sup>48</sup>**

96. Op basis van de berekening door aanmeldende partij gebaseerd op de GVR-data, zou men voor de verschillende markten voor de inkoop van PBM's per type, de onderstaande marktaandelen bekomen voor 2022:

<b>Markt voor de inkoop van</b>	<b>Marktaandeel VDP (%)</b>	<b>Marktaandeel RG (%)</b>	<b>Gecombineerd marktaandeel (%)</b>
<i>Beschermende kledij</i>	<i>[30-40]</i>	<i>[0-10]</i>	<i>[30-40]</i>
<i>Bescherming van schoeisel</i>	<i>[50-60]</i>	<i>[0-10]</i>	<i>[50-60]</i>
<i>Valbescherming</i>	<i>[20-30]</i>	<i>[0-10]</i>	<i>[20-30]</i>
<i>Handbescherming</i>	<i>[20-30]</i>	<i>[0-10]</i>	<i>[20-30]</i>
<i>Bescherming van de luchtwegen</i>	<i>[20-30]</i>	<i>[0-10]</i>	<i>[20-30]</i>
<i>Hoofd-, oog- en gezichtsbescherming</i>	<i>[30-40]</i>	<i>[0-10]</i>	<i>[30-40]</i>
<i>Gehoorbescherming</i>	<i>[40-50]</i>	<i>[0-10]</i>	<i>[40-50]</i>

Bron: Grand View Research Market Analysis, 2023, getiteld "North America and Europe PPE distribution"

<sup>48</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 45-52, §§ 150-163.

## **VI.2 Marktaandelen op de Belgische markt voor de distributie van PBM's<sup>49</sup>**

97. Op basis van de GVR-data wordt de omvang van de totale downstream markt voor de distributie van PBM's in 2022 op minstens [VERTROUWELIJK]. Dit levert onderstaande marktaandelen op voor Partijen voor 2022:

	<b>Marktaandeel VDP (%)</b>	<b>Marktaandeel RG (%)</b>	<b>Gecombineerd Marktaandeel (%)</b>
Distributie van PBM's	[30-40]	[0-10]	[30-40]

Bron: Grand View Research Market Analysis, 2023, getiteld "North America and Europe PPE distribution"

## **VII. Overzicht betrokken markten**

98. Uit bovenstaande marktaandelen blijkt duidelijk dat Partijen op de volgende markten een gecombineerd marktaandeel van meer dan 25% hebben, waardoor deze aldus horizontaal betrokken markten zijn:

- **Inkoopmarkten:**
  - Belgische markt voor de inkoop van beschermende kledij;
  - Belgische markt voor de inkoop van bescherming van schoeisel;
  - Belgische markt voor de inkoop van handbescherming;
  - Belgische markt voor de inkoop van bescherming van de luchtwegen;
  - Belgische markt voor de inkoop van hoofd-, oog- en gezichtsbescherming;
  - Belgische markt voor de inkoop van gehoorbescherming.
- **Distributiemarkt:**
  - Belgische markt voor de distributie van PBM's.

99. Gelet op de verbondenheid van de bovenstaande zes inkoopmarkten, zullen deze gezamenlijk hieronder besproken worden in de concurrentiële analyse. Er zijn daarnaast geen verticaal, noch conglomeraal betrokken markten in voorliggende Transactie.

## **VIII. Concurrentiële analyse**

### **VIII.1 Inleiding**

100. De aangemelde concentratie betreft een horizontale concentratie tussen twee groothandelaars in de verkoop van persoonlijke beschermingsmiddelen waarbij de koper, RG Safety, uitsluitende zeggenschap verwerft over V12 NV en Prosafo NV.

101. Overeenkomstig artikel IV.9, §3 WER worden concentraties die de daadwerkelijke mededinging op de nationale markt of een wezenlijk deel daarvan niet op significante wijze belemmeren, onder andere door een machtspositie in het leven te roepen of te versterken, toelaatbaar verklaard.

<sup>49</sup> Zie Aanmeldingsformulier, p. 52, §§ 164-166.

**102. Horizontale effecten:** Volgens de richtsnoeren van de Europese Commissie zijn er twee belangrijke manieren waarop horizontale concentraties de daadwerkelijke mededinging op significante wijze kunnen belemmeren, met name door het in het leven roepen of versterken van een machtspositie<sup>50</sup>:

- doordat zij belangrijke concurrentiedruk op één of meer ondernemingen wegnemen, hetgeen vervolgens zou leiden tot een grotere marktmacht, zonder dat daarvoor coördinatie van marktgedrag nodig is (niet-gecoördineerde of unilaterale effecten);
- doordat zij de aard van de mededinging zodanig veranderen dat ondernemingen die voorheen hun gedragingen op de markt niet coördineerden, nu in significante mate sterker geneigd zijn hun marktgedrag te coördineren en de prijzen te verhogen of de daadwerkelijke mededinging op andere wijze te belemmeren. Een concentratie kan coördinatie ook eenvoudiger, stabielere en doeltreffender maken voor ondernemingen die al voor de overname coördineerden (gecoördineerde effecten).

103. In het algemeen kunnen niet-gecoördineerde (horizontale) gevolgen ontstaan wanneer, als gevolg van de transactie en een daaruit volgende verminderde concurrentiedruk, de partijen na de concentratie een drijfveer en de mogelijkheid hebben om de prijzen te verhogen en/of kwaliteit te verminderen zonder dat er daarvoor een coördinatie met andere concurrenten nodig zou zijn. Bovendien kunnen, als gevolg van de verminderde concurrentiedruk, andere marktspelers, die niet betrokken zijn bij de transactie, op hun beurt het voordelig vinden om hun prijzen te verhogen, met als gevolg dat er zich aanzienlijke prijsverhogingen over de gehele markt kunnen voordoen.<sup>51</sup>

104. In casu is er geen sprake van een dermate significante wijziging van de marktstructuur dat het bestaan van gecoördineerde effecten dient te worden onderzocht. Dergelijke vrees werd bovendien door geen enkele respondent in het marktonderzoek opgeworpen.<sup>52</sup> Om deze reden zullen de gecoördineerde effecten niet verder worden besproken in de concurrentiële analyse.

## **VIII.2 Analyse van de EER markten voor de inkoop van PBM's per type**

### **VIII.2.1 Marktconcentratie**

105. Marktaandeelen en de graad van marktconcentratie geven een eerste aanwijzing voor de marktstructuur en voor het belang van zowel de betrokken partijen als hun concurrenten voor de mededinging. Hoe hoger het marktaandeel, hoe groter de kans dat een onderneming marktmacht bezit. Hoe groter de marktaandeelen post-transactie, hoe groter de kans dat een concentratie zal leiden tot significante toename van marktmacht en tot bijvoorbeeld de neiging voor de partijen om prijzen te laten stijgen.<sup>53</sup>

106. Om de graad van concentratie op een markt te meten, past de Belgische Mededingingsautoriteit, in navolging van de Commissie, de Herfindahl-Hirschman Index (HHI) toe welke berekend wordt door de som van de gekwadrateerde marktaandeelen van alle ondernemingen op een markt te nemen.<sup>54</sup> Het

---

<sup>50</sup> Richtsnoeren van de Europese Commissie voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, P.E.U., 31 maart 2004, § 22.

<sup>51</sup> Zie de Richtsnoeren van de Europese Commissie van 5 februari 2004 voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, 2004/C 31/03, § 24.

<sup>52</sup> Zie marktonderzoek documenten II.A t.e.m. II.C.

<sup>53</sup> Zie de Richtsnoeren van de Europese Commissie van 5 februari 2004 voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, 2004/C 31/03, § 27.

<sup>54</sup> Hierdoor wordt er verhoudingsgewijs meer gewicht verleend aan het marktaandeel van grotere ondernemingen.

absolute niveau van de HHI geeft de concurrentiedruk op de markt weer na de overname, terwijl het verschil of de toename in HHI de verandering in concentratiedruk na de concentratie weergeeft.<sup>55</sup>

107. Indien de HHI na de concentratie tussen 1.000 en 2.000 ligt en een delta heeft van minder dan 250, is het volgens de Commissie onwaarschijnlijk dat er mededingingsproblemen op de onderzochte markt zullen zijn. Dit geldt ook indien de HHI na de concentratie hoger is dan 2.000 maar de delta wel lager is dan 150.<sup>56</sup>

#### VIII.2.1.a Marktaandelen en HHI-waarden

108. De aanmeldende partij heeft voor de Europese inkoopmarkten de volgende marktaandelen weergegeven.<sup>57</sup>

109. De totale waarde van de HHI na de concentratie kan in dit verband niet berekend worden aangezien er geen data voor handen zijn met betrekking tot de posities van concurrenten van Partijen op de verschillende inkoopmarkten.

110. Op de markten voor de inkoop van PBM's per type resulteert de Transactie in volgende marktaandelen en bijhorende delta HHI-waarde:

<b>Markt voor de inkoop van</b>	<b>Marktaandeel VDP (%)</b>	<b>Marktaandeel RG (%)</b>	<b>Gecombineerd Marktaandeel (%)</b>	<b>Delta HHI<sup>58</sup></b>
Beschermende kledij	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Bescherming van schoeisel	[0-10]	[0-10]	[5-10]	[10-20]
Valbescherming	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Handbescherming	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Bescherming van de luchtwegen	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Hoofd-, oog- en gezichtsbescherming	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Gehoorbescherming	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]

111. De auditeur stelt vast dat, ondanks het gebrek aan informatie over de absolute waarde van de HHI na de concentratie op de verschillende inkoopmarkten, bovenstaande delta HHI-niveaus overduidelijk

<sup>55</sup> Zie de Richtsnoeren van de Europese Commissie van 5 februari 2004 voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, 2004/C 31/03, § 16.

<sup>56</sup> Tenzij er zich bijzondere omstandigheden voordien, zie de Richtsnoeren van de Europese Commissie van 5 februari 2004 voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, 2004/C 31/03, §§ 19-20.

<sup>57</sup> Marktaandelen zijn berekend op basis van dezelfde gegevens zoals uiteengezet onder "VI. Marktaandelen", met een totale marktomvang van 13 miljard dollar, omgerekend 12,35 miljard euro. Voor meer uitleg over de methodologie zie document "I.2023.10.19 Antwoord op bijkomende vragen BMA 11 10 2023" p. 3-7.

<sup>58</sup> De HHI-waarde wordt berekend door de som te maken van de gekwadraterde marktaandelen. De delta HHI-waarde geeft het verschil weer tussen de HHI-waarde pre en post, waarbij post-fusie enkel de term in de vergelijking wijzigt waarbij de fuserende bedrijven betrokken zijn. Het verschil tussen  $A^2 + B^2$  (pre-fusie) en  $(A+B)^2$  (post-fusie) bedraagt  $2AB$ .

*aanwijzen dat het onwaarschijnlijk is dat er horizontale mededingingsbezwaren zouden rijzen op de EER markten voor de inkoop van beschermende kledij, van beschermeling van schoeisel, van valbescherming, van handbescherming, van de bescherming van de luchtwegen, van hoofd-, oog- en gezichtsbescherming en van gehoorbescherming.*

### **VIII.2.2 Horizontale niet-gecoördineerde effecten**<sup>59</sup>

#### **VIII.2.2.a Standpunt van de aanmeldende partij**<sup>60</sup>

*112. De aanmeldende partij stelt dat de positie van Partijen op de inkoopmarkten, die een bredere geografische reikwijdte hebben dan het Belgische grondgebied en in principe de hele EER bestrijkt, zeer beperkt is en niet kan leiden tot enige belemmering van de mededinging.*

#### **VIII.2.2.b Marktonderzoek**

*113. Uit het marktonderzoek is niets gebleken dat bovenstaande marktaandelen op EER niveau tegenspreekt.*<sup>61</sup>

*114. Tijdens het marktonderzoek werden producenten en concurrenten gevraagd naar de mogelijke gevolgen van voorliggende Transactie voor de verschillende markten. Hierbij heeft de meerderheid van de concurrenten geantwoord geen negatieve gevolgen te verwachten.*<sup>62</sup> *Twee concurrenten hebben aangegeven dat Partijen mogelijk betere inkoopvoorwaarden zouden kunnen onderhandelen met een gevolg voor hun prijszetting, zonder hier echter een vrees voor nadelige gevolgen voor de mededinging op de markt aan te koppelen.*<sup>63</sup> *Één concurrent geeft aan dat Partijen schaalvoordelen zullen creëren voor zichzelf, zonder dat deze van aard zijn de mededinging op de inkoopmarkten te beïnvloeden.*<sup>64</sup>

*115. De overgrote meerderheid van de ondervraagde producenten heeft tevens aangegeven geen negatieve gevolgen te verwachten door voorliggende Transactie.*<sup>65</sup> *Één producent heeft aangegeven dat de transactie wel een potentiële impact kan hebben, zonder deze echter te specificeren, terwijl een andere heeft aangegeven dat de Transactie tot gevolg kan hebben dat het moeilijk zou kunnen worden voor kleinere producenten om dergelijke grotere groepen nog te beleveren.*<sup>66</sup> *Twee producenten hebben tenslotte aangegeven dat zij de Transactie als pro-competitief beschouwen en positieve gevolgen op de markten verwachten.*<sup>67</sup>

#### **VIII.2.2.c Analyse van auditeur**

*116. De auditeur stelt vast dat Partijen post transactie een dermate laag gecombineerd marktaandeel zullen hebben op de verschillende EER markten voor de inkoop van PBM's per type dat er geen sprake kan zijn van mogelijke mededingingsrechtelijke bezwaren.*

#### **VIII.2.2.d Beoordeling van auditeur**

---

<sup>59</sup> Aangezien er *in casu* geen sprake is van een dermate significante wijziging van de marktstructuur dat het bestaan van gecoördineerde effecten dient te worden onderzocht en dergelijke vrees door geen enkele respondent in het marktonderzoek werd opgeworpen, zullen de gecoördineerde effecten niet verder behandeld worden. Voor de herhaling van de theorie rond horizontale niet-gecoördineerde effecten, verwijst de auditeur naar randnummers 101-104 *supra*.

<sup>60</sup> Zie Aanmeldingsformulier p. 49, § 156; 57, § 186; p. 67, §§ 195-200; p. 73, §§ 211-213, p. 76-79, §§ 224-234.

<sup>61</sup> Zie marktonderzoek documenten II.A t.e.m. II.C.

<sup>62</sup> Zie Antwoorden van concurrenten op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

<sup>63</sup> Zie Antwoorden van Depairon en Eriks op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

<sup>64</sup> Zie Antwoord van Intersafe Belgium (Lyreco) op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

<sup>65</sup> Zie Antwoorden van leveranciers op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

<sup>66</sup> Zie Antwoorden van Dupont en De Ruyck op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

<sup>67</sup> Zie Antwoorden van Dunlop en Lakeland op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

117. Op basis van de hierboven aangehaalde redenen concludeert de auditeur dat de Transactie niet resulteert in horizontale mededingingsbeperkende gevolgen op de EER markten voor de inkoop van PBM's per type.

### **VIII.3 Analyse van de Belgische markten voor de inkoop van PBM's per type**

#### **VIII.3.1 Marktconcentratie**

118. Voor de algemene uitleg over marktconcentratie, verwijst de auditeur naar supra, paragrafen 105 en 106.

119. De totale waarde van de HHI na de concentratie kan in dit verband niet berekend worden aangezien er geen data voor handen zijn met betrekking tot de posities van concurrenten van Partijen op de verschillende inkoopmarkten.

120. Op de markten voor de inkoop van PBM's per type resulteert de Transactie in volgende delta HHI-waarde:

<b>I. Markt voor de inkoop van</b>	<b>Delta HHI</b>
Beschermende kledij	[100-200]
Bescherming van schoeisel	[300-400]
Valbescherming	[0-100]
Handbescherming	[100-200]
Bescherming van de luchtwegen	[0-100]
Hoofd-, oog- en gezichtsbescherming	[100-200]
Gehoorbescherming	[200-300]

121. De auditeur stelt vast dat, ondanks het gebrek aan informatie over de absolute waarde van de HHI na de concentratie op de verschillende inkoopmarkten, bovenstaande delta HHI-niveaus duidelijk aanwijzen dat het onwaarschijnlijk is dat er horizontale mededingingsbezwaren zouden rijzen op de Belgische markten voor de inkoop van beschermende kledij, van valbescherming, van handbescherming, van de bescherming van de luchtwegen en van hoofd-, oog- en gezichtsbescherming.

122. De auditeur stelt vast dat de delta HHI-waarden voor de Belgische markten voor de inkoop van bescherming van schoeisel en van gehoorbescherming hoger zijn dan 250. Niettegenstaande het feit dat deze vaststelling op zichzelf geen voldoende aanwijzing is voor het bestaan van een vermoeden van mededingingsbezwaren, zal de auditeur de mededingingsrechtelijke situatie op deze twee productmarkten in wat volgt verder onderzoeken.

### VIII.3.2 Horizontale niet-gecoördineerde effecten<sup>68</sup>

123. Partijen zouden een zeer sterke positie krijgen op twee inkoopmarkten, namelijk de markt voor de inkoop van beschermend schoeisel en de markt voor de inkoop van gehoorbescherming. Deze positie zou hen toelaten om betere inkoopvoorwaarden af te dwingen en hogere marges op deze producten af te dwingen, waardoor de gefuseerde entiteit haar prijzen zou kunnen verlagen om zo haar concurrenten te dwingen de markt te verlaten.

#### VIII.3.2.a Standpunt aanmeldende partij

124. De aanmeldende partij stelt dat er zelfs op een enger gedefinieerde Belgische markt geen significante belemmering van de mededinging zal plaatsvinden. De producenten van PBM's zijn vaak kapitaalkrachtige, multinationale ondernemingen (zoals bijvoorbeeld 3M en Honeywell), waarover de nieuwe entiteit geen enkele vorm van inkoopmacht zal kunnen beschikken. Het aandeel van de nieuwe entiteit bij deze aanbieders is eerder gering en in elk geval onvoldoende groot om werkelijk over enige betekenisvolle onderhandelingsmacht te beschikken.

125. Met betrekking tot deze grote producenten aan de aanbodzijde geeft de aanmeldende partij verder aan dat zij aanzienlijke onderhandelingskracht en marktmacht hebben. Er zijn zelfs belangrijke leveranciers die – afhankelijk van de betrokken PBM's – een quasi-monopoliepositie innemen, of hét referentieproduct aanbieden dat iedere ernstige distributeur dient aan te bieden (bv. 3M voor ademhalingsbescherming). Daarnaast zijn er op de markt ook conglomeraten actief die een brede waaier aan PBM's aanbieden. Voorbeelden hiervan zijn Honeywell, Hultafors, MSA en Uvex. Deze beschikken steeds over een bepaalde marktmacht in het licht van hun internationale aanwezigheid en over voldoende productiecapaciteit om aan de vraag van Partijen of hun concurrenten te voldoen.

126. Partijen kopen PBM's in bij hun leveranciers op basis van onderhandelde prijzen. In de markt van PBM's spelen duurzaamheid en voorspelbaarheid een cruciale rol, zoals gebruikelijk is in vele sectoren. De aanmeldende partij geeft hierbij echter aan dat alleenverkoopovereenkomsten, waarbij een enkele PBM-producent exclusief met één distributeur samenwerkt, schaars zijn. Zowel tussen producenten en distributeurs als verder in de distributieketen zijn dergelijke langdurige exclusieve overeenkomsten niet alledaags en hebben ze een beperkte winstgevendheid, vooral wanneer ze het resultaat zijn van tenders. Er zijn echter toch momenten waarop dergelijke langlopende overeenkomsten zich manifesteren. Zo is er bijvoorbeeld in 2022 een contract afgesloten tussen Sioen en het Belgische leger, dat zich uitstrekt over een periode van 15 jaar. Dit illustreert een uitzondering op de regel, waarbij een opdrachtgever en een leverancier een langdurige verbintenis aangaan voor specifieke producten. Over het algemeen blijft de PBM-markt echter zeer gefragmenteerd en wordt deze gekenmerkt door kortlopende prijscontracten en geen of beperkte exclusieve distributieovereenkomsten.

127. Tenslotte stelt de aanmeldende partij nog voorop dat de voorbije vijf jaar verschillende nieuwe spelers de Belgische distributiemarkt betraden, en aldus tevens de inkoopmarkten betraden, waaronder bijvoorbeeld Delta Plus, Lyreco, Bunzl, Opti Group, Proforto, RG, .... Daarnaast zijn er tevens bestaande ondernemingen die zich op PBM's zijn gaan richten, zoals bijvoorbeeld CECEO, Van Marcke, en verschillende online platformen zoals bijvoorbeeld bol.com,...

---

<sup>68</sup> Aangezien er *in casu* geen sprake is van een dermate significante wijziging van de marktstructuur dat het bestaan van gecoördineerde effecten dient te worden onderzocht en dergelijke vrees door geen enkele respondent in het marktonderzoek werd opgeworpen, zullen de gecoördineerde effecten niet verder behandeld worden. Voor de herhaling van de theorie rond horizontale niet-gecoördineerde effecten, verwijst de auditeur naar randnummers 101-104 *supra*.



### VIII.3.2.b Marktonderzoek

128. Tijdens het marktonderzoek werden producenten en concurrenten gevraagd naar de mogelijke gevolgen van voorliggende Transactie voor de verschillende markten. Hierbij heeft de meerderheid van de concurrenten geantwoord geen negatieve gevolgen te verwachten.<sup>69</sup> Twee concurrenten hebben aangegeven dat Partijen mogelijk betere inkoopvoorwaarden zouden kunnen onderhandelen met een gevolg voor hun prijszetting, zonder hier echter een vrees voor nadelige gevolgen voor de mededinging op de markt aan te koppelen.<sup>70</sup> Één concurrent geeft aan dat Partijen schaalvoordelen zullen creëren voor zichzelf, zonder dat deze van e aard zijn de mededinging op de inkoopmarkten te beïnvloeden.<sup>71</sup>

129. De overgrote meerderheid van de ondervraagde producenten heeft tevens aangegeven geen negatieve gevolgen te verwachten door voorliggende Transactie.<sup>72</sup> Één producent heeft aangegeven dat de transactie wel een potentiële impact kan hebben, zonder deze echter te specificeren, terwijl een andere heeft aangegeven dat de Transactie tot gevolg kan hebben dat het moeilijk zou kunnen worden voor kleinere producenten om dergelijke grotere groepen nog te beleveren.<sup>73</sup> Twee producenten hebben tenslotte aangegeven dat zij de Transactie als pro-competitief beschouwen en positieve gevolgen op de markten verwachten.<sup>74</sup>

### VIII.3.2.c Analyse van de auditeur

130. De auditeur stelt vast dat Partijen na de concentratie inderdaad hoge marktaandelen zullen hebben op de Belgische markten voor de inkoop van bescherming van schoeisel en van gehoorbescherming, respectievelijk [50-60]% en [40-50]%, doch maakt hierbij twee belangrijke opmerkingen. Op de eerste plaats stelt de auditeur vast dat het bij beide marktposities om een beperkt increment gaat waarbij de positie op de markt voor de inkoop van schoeisel groeit met [0-5]% en die op de markt voor de inkoop van gehoorbescherming groeit met [0-5]%. Op de tweede plaats stelt de auditeur vast dat deze marktaandelen gebaseerd zijn op de meest conservatieve benadering van de markt. De auditeur erkent in dit verband dat er wel degelijk zijdelingse concurrentiële druk uitgeoefend wordt door de opkomst van e-commerce platformen, evenals door de rechtstreekse verkoop van producenten aan bijvoorbeeld overheden. Deze zijn niet meegenomen in de berekening van de marktaandelen, maar oefenen weldegelijk een zekere concurrentiële druk uit op de positie van Partijen.

131. Daarenboven stelt de auditeur vast dat er langs de aanbodzijde van de inkoopmarkt voornamelijk grote, internationale spelers actief zijn zoals bijvoorbeeld 3M, Honeywell of Sioen. Dergelijke grote spelers zijn niet afhankelijk van de Belgische markt om hun PBM's afzet voldoende hoog te houden, waardoor zij bijgevolg niet afhankelijk zijn van Partijen voor het behalen van deze afzet en voldoende omzet. De afwezigheid van exclusiviteitsovereenkomsten illustreert dit. Bijkomend stelt de auditeur vast dat er voldoende alternatieve concurrenten over zullen blijven waar producenten hun PBM's aan kunnen verkopen, waardoor zij voldoende alternatieve opties behouden na de overname. Er zal aldus voldoende concurrentie op de verschillende inkoopmarkten overblijven na de Transactie.

---

<sup>69</sup> Zie Antwoorden van concurrenten op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

<sup>70</sup> Zie Antwoorden van Depairon en Eriks op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

<sup>71</sup> Zie Antwoord van Intersafe Belgium (Lyreco) op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

<sup>72</sup> Zie Antwoorden van leveranciers op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

<sup>73</sup> Zie Antwoorden van Dupont en De Ruyck op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

<sup>74</sup> Zie Antwoorden van Dunlop en Lakeland op vragen 12 t/m 15 van de algemene VOI.

132. Bijkomend stelt de auditeur vast dat er weinig tot geen toegangsbarrières zijn voor de betrokken markten, evenals een gebrek aan capaciteitsbeperkingen, hetgeen duidelijk blijkt uit het aantal nieuwe concurrenten voor Partijen op de Belgische markten in de afgelopen vijf jaar.

133. Gelet op bovenstaande, ziet de auditeur niet voldoende redenen om aan te nemen dat Partijen na de Transactie effectief over voldoende inkoopmacht zouden beschikken om betere prijzen te kunnen onderhandelen die van dien aard zijn dat zij de mededinging op alle zeven betrokken markten voor de inkoop van PBM's per type negatief zouden kunnen beïnvloeden. De auditeur stelt daarentegen vast dat er na de Transactie voldoende concurrentie op de inkoopmarkten zal overblijven en de Transactie geen mededingingsbezwaren doet ontstaan.

#### **VIII.3.2.d Beoordeling auditeur**

134. Op basis van de hierboven aangehaalde redenen concludeert de auditeur dat de Transactie niet resulteert in horizontale mededingingsbeperkende gevolgen op de Belgische markten voor de inkoop van PBM's per type.

### **VIII.4 Analyse van de EER markt voor de distributie van PBM's**

#### **VIII.4.1 Marktaandelen en marktconcentratie**

135. Voor de algemene uitleg over marktconcentratie, verwijst de auditeur naar supra, paragrafen 105 en 106.

136. De totale waarde van de HHI na de concentratie kan in dit verband niet berekend worden aangezien er geen data voor handen zijn met betrekking tot de posities van de concurrenten van Partijen actief op EER niveau op de distributiemarkt.

137. Op de Europese markt voor de distributie van PBM's per type resulteert de Transactie in volgende delta HHI-waarde:

<b>Marktaandeel RG</b>	<b>Marktaandeel VDP</b>	<b>Gecombineerd Marktaandeel</b>	<b>Delta HHI</b>
[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]

138. De auditeur stelt vast dat, ondanks het gebrek aan informatie over de absolute waarde van de HHI na de concentratie op de EER markt voor de distributie van PBM's, bovenstaande delta HHI-niveaus toch duidelijk aanwijzen dat het onwaarschijnlijk is dat er horizontale mededingingsbezwaren zouden rijzen op deze markt.

#### **VIII.4.2 Horizontale niet-gecoördineerde effecten<sup>75</sup>**

##### **VIII.4.2.a Standpunt van de aanmeldende partij<sup>76</sup>**

139. De aanmeldende partij stelt dat de positie van Partijen op de distributiemarkt, die een bredere geografische reikwijdte heeft dan het Belgische grondgebied en in principe de hele EER bestrijkt, zeer beperkt is en niet kan leiden tot enige belemmering van de mededinging.

<sup>75</sup> Aangezien er *in casu* geen sprake is van een dermate significante wijziging van de marktstructuur dat het bestaan van gecoördineerde effecten dient te worden onderzocht en dergelijke vrees door geen enkele respondent in het marktonderzoek werd opgeworpen, zullen de gecoördineerde effecten niet verder behandeld worden. Voor de herhaling van de theorie rond horizontale niet-gecoördineerde effecten, verwijst de auditeur naar randnummers 108-112 *supra*.

<sup>76</sup> Zie aanmeldingsformulier, pp. 5-8; §§ 7-20.

#### VIII.4.2.b Marktonderzoek<sup>77</sup>

140. Uit het marktonderzoek is niets gebleken dat bovenstaande marktaandelen tegenspreekt. Daarnaast zijn er geen negatieve antwoorden gegeven met betrekking tot mogelijke mededingingsrechtelijke bezwaren op Europees gedefinieerde distributiemarkt.

#### VIII.4.2.c Analyse van de auditeur

141. De auditeur stelt vast dat Partijen post transactie een dermate laag gecombineerd marktaandeel (3%) zullen hebben op de EER markt voor de distributie van PBM's dat er geen sprake is van mogelijke mededingingsrechtelijke bezwaren.

#### VIII.4.2.d Beoordeling auditeur

142. Op basis van de hierboven aangehaalde redenen beslist de auditeur dat de Transactie niet resulteert in horizontale mededingingsbeperkende gevolgen op de EER markt voor de distributie van PBM's.

### VIII.5 Analyse van de Belgische markt voor de distributie van PBM's

#### VIII.5.1 Marktconcentratie

143. Voor de algemene uitleg over marktconcentratie, verwijst de auditeur naar supra, paragrafen 105 en 106.

#### VIII.5.1.a Marktaandelen concurrenten<sup>78</sup>

144. Op basis van de hogervermelde GVR-data, geeft de aanmeldende partij onderstaande marktaandelen voor haar concurrenten op de markt voor de distributie van PBM's in 2022:

<b>Bedrijf</b>	<b>Verkoop (in miljoen euro)</b>	<b>Marktaandeel (% ten opzichte van totale marktomvang PBM-distributie: 307,04 miljoen euro)</b>
Partner	23	7,49
Imes	16,99	5,53
Intersafe Belgium	14,31	4,66
Belconfect	8,94	2,91
Depairon	7	2,28
Lecot-Raedtschelders	5	1,63
Omnisafe	5	1,63
Peeters-Lamberechts	4	1,30
VWR	4	1,30
Eriks	4	1,30

Bron: Grand View Research Market Analysis, 2023, getiteld "North America and Europe PPE distribution"

<sup>77</sup> Zie marktonderzoek documenten II.A t.e.m. II.C.

<sup>78</sup> Zie bijlage 14 bij Aanmeldingsformulier.

### VIII.5.1.b HHI-waarden

145. Op de Belgische markt voor de distributie van PBM's per type resulteert de Transactie in volgende delta HHI-waarde:

<b>Bedrijf</b>	<b>Marktaandeel</b>	<b>HHI voor de concentratie</b>
VDP	[30-40]	[1000-2000]
RG	[0-10]	
<b>VDP + RG</b>	<b>[30-40]</b>	
Partner	7,49	<b>HHI na de concentratie</b>
Imes	5,53	
Intersafe Belgium	4,66	
Belconfect	2,91	
Depairon	2,28	
Lecot-Raedtschelders	1,63	<b>Delta HHI</b>
Omnisafe	1,63	
Peeters-Lamberechts	1,30	
VWR	1,30	
Eriks	1,30	

146. De auditeur stelt vast dat bovenstaand delta HHI-niveau duidelijk onder 250 blijft, terwijl de absolute HHI na de concentratie niet hoger is dan 2.000, wat duidelijk aanwijst dat het onwaarschijnlijk is dat er horizontale mededingingsbezwaren zouden rijzen op de Belgische markt voor de distributie van PBM's.

### VIII.5.2 Horizontale niet-gecoördineerde effecten<sup>79</sup>

147. De mogelijke schadetheorie welke hier wordt onderzocht is deze waarbij Partijen een sterke positie zouden krijgen op de Belgische markt voor de distributie van PBM's. Deze positie zou de gefuseerde entiteit enerzijds toestaan om de prijzen unilateraal te verhogen ten nadele van hun afnemers. Anderzijds zou deze positie hen toestaan om de prijzen te verlagen met als doel hun concurrenten uit de markt te sluiten om vervolgens haar prijzen te verhogen.

#### VIII.5.2.a Standpunt van de aanmeldende partij<sup>80</sup>

<sup>79</sup> Aangezien er *in casu* geen sprake is van een dermate significante wijziging van de marktstructuur dat het bestaan van gecoördineerde effecten dient te worden onderzocht en dergelijke vrees door geen enkele respondent in het marktonderzoek werd opgeworpen, zullen de gecoördineerde effecten niet verder behandeld worden. Voor de herhaling van de theorie rond horizontale niet-gecoördineerde effecten, verwijst de auditeur naar randnummers 101-104 *supra*.

<sup>80</sup> Zie Aanmeldingsformulier p. 52-57, §§ 167-186.

148. De aanmeldende partij stelt dat de transactie de marktstructuur en de concurrentiedynamiek niet zal veranderen aangezien de nieuwe groep nauwelijks aan marktaandeel zal winnen en aldus dezelfde concurrentie zal moeten trotseren als voordien.

149. In de eerste plaats wijst zij erop dat in de afgelopen jaren een aantal nieuwe concurrenten zijn toegetreden tot de markt voor distributie en dat enkele concurrenten enorm zijn gegroeid. Zo kende Partner de afgelopen jaren een groei van 5 à 6 miljoen en is Proforto 5 jaar geleden succesvol toegetreden waarna het een enorme groei heeft gekend.

150. Ten tweede stelt de aanmeldende partij dat zij ook blijvende concurrentiële druk zal ondervinden van andere aanbieders waarbij afnemers zich al dan niet occasioneel bevoorraden. Deze categorieën van andere aanbieders zijn: bouwmarkten of doe-het-zelf-zaken, handelaars of ketens van bouwmaterialen en gereedschappen, MRO-spelers, etc.

151. Tot slot stelt ze dat er bijkomend ook concurrentiële druk is van leveranciers die eindklanten rechtstreeks beleveren of meedingen bij de toewijzing van overheidsopdrachten.

#### **VIII.5.2.b Marktonderzoek**

152. Uit de resultaten van het marktonderzoek blijkt dat de meerderheid van de concurrenten en leveranciers van mening is dat de voorliggende Transactie niet zal leiden tot een significante wijziging van de marktstructuur noch de concurrentiedynamiek, aangezien de markt erg gefragmenteerd is en er andere grote (al dan niet internationaal geïntegreerde) spelers aanwezig zijn. Meerdere respondenten halen het voorbeeld aan van Intersafe die in 2021 werd overgenomen door de grote internationale groep Lyreco.

153. Een aantal afnemers wijst er echter wel op dat de voorliggende concentratie een verschuiving teweeg zal brengen op de markt voor de distributie van PBM's. De concentratie zou er volgens hen voor kunnen zorgen dat er minder kandidaten zijn voor grote globale contracten en overheidsopdrachten. Het aantal spelers zou hier momenteel al beperkt zijn, waardoor ze een vrees uiten dat de prijs voor dergelijke opdrachten zou kunnen stijgen. Het onderzoeksteam heeft deze bezorgdheden van afnemers met betrekking tot grote globale opdrachten en overheidsopdrachten verder onderzocht in een bijkomende marktbevraging waarin informatie werd opgevraagd met betrekking tot tenders die zijn uitgeschreven in de afgelopen 10 jaar. Hieruit blijkt dat er per tender gemiddeld 5,65 ondernemingen zich kandidaat stellen waaronder VDP, RG, Lyreco/Intersafe, Partner, Belconfect, Carbone+ de meest frequente kandidaten zijn voor tenders. Bijkomend was de meerderheid van de respondenten van deze bijkomende marktbevraging van mening dat er post-transactie voldoende kandidaten overblijven om een effectieve marktwerking te verzekeren.

154. Tot slot blijkt uit deze marktbevraging dat Partijen ook voor tenders concurrentiële druk ondervinden van andere aanbieders dan de klassieke distributeurs van PBM's. Zo heeft NV Boma, een onderneming gespecialiseerd in oplossingen op het gebied van schoonmaak en hygiëne, een tender gewonnen voor wegwerphandschoenen (handbescherming) waar VDP eveneens op had ingetekend.<sup>81</sup>

#### **VIII.5.2.c Analyse van de auditeur**

---

<sup>81</sup> Zie Antwoord van Federale Politie op vraag 6 van de VOI mbt tenders.

155. De auditeur stelt vast dat er verschillende aanwijzingen zijn dat de onderhavige transactie niet zal resulteren in horizontale mededingingsbeperkende gevolgen.

156. Eerst en vooral is het belangrijk op te merken dat het gecombineerde marktaandeel van Partijen op de Belgische markt voor de distributie van PBM's 37,44% bedraagt en dat de HHI-delta minder dan 150 bedraagt.

157. Daarnaast stelt de auditeur vast dat de markt voor de distributie van PBM's erg gefragmenteerd is. Op de markt blijkt een groot aantal concurrenten actief te zijn, zowel kleinere spelers als grotere spelers als kleine/grote spelers die tevens geïntegreerd zijn met grote internationale partners zoals bijvoorbeeld Intersafe met Lyreco of Van Heurck met VP Textile.

158. Verder merkt de auditeur op dat er beperkte toegangsbarrières zijn, evenals een gebrek aan capaciteitsbeperkingen, hetgeen duidelijk blijkt uit het aantal nieuwe concurrenten voor Partijen op de Belgische markten in de afgelopen vijf jaar. Dit blijkt ook uit de uitbreiding van Partner in de afgelopen jaren alsook de succesvolle toetreding van Proforto.

159. Uit het marktonderzoek blijkt overigens dat de meerderheid van de concurrenten en leveranciers geen significante wijziging van de marktstructuur noch de concurrentiedynamiek verwacht gezien er voldoende spelers aanwezig zijn op de Belgische markt voor de distributie van PBM's. Uit de bijkomende marktbevraging omtrent tenders in de afgelopen 10 jaar, blijkt daarnaast dat er gemiddeld 5,65 ondernemingen zich kandidaat stellen en er post-transactie aldus voldoende concurrentie overblijft voor dergelijke opdrachten.

160. Tot slot merkt de auditeur op dat de Partijen ook zijdelingse concurrentiedruk ondervinden van andere aanbieders van PBM's zoals doe-het-zelfzaken, online-platformen, etc. alsook door rechtstreekse verkopen van producenten/leveranciers.

#### **VIII.5.2.d Beoordeling auditeur**

161. Op basis van de hierboven aangehaalde redenen beslist de auditeur dat de Transactie niet resulteert in horizontale mededingingsbeperkende gevolgen op de Belgische markt voor de distributie van PBM's.

### **VIII.6 Conclusie aangaande gevolgen van de concentratie**

162. Gelet op al het bovenstaande, is de auditeur van oordeel dat de voorliggende concentratie niet tot gevolg heeft dat een daadwerkelijke mededinging op de Belgische markt of op een wezenlijke deel daarvan op een significante wijze wordt belemmerd.

## **IX. Vertrouwelijkheid**

163. Hiervoor kan verwezen worden naar de vertrouwelijkheidsbeslissing van de auditeur.

## **X. Voorstel tot beslissing**

164. De auditeur stelt het Mededingingscollege voor, bij toepassing van artikel IV.66, §1, 2° en §2, 1° WER, de volgende beslissing te nemen:

- a) *Dat de operatie aangemeld bij de BMA onder nr. MEDE-C/C-23/0024, binnen het toepassingsgebied valt van de regels van concentratietoezicht in het WER;*
- b) *Dat deze concentratie toelaatbaar is.”*

## **IV. Beoordeling door het Mededingingscollege**

### **IV.1 Voorafgaandelijke opmerkingen over de bewijslast en het juridisch beoordelingskader**

27. Het College dient de aangemelde concentraties die binnen het toepassingsgebied vallen van de regels inzake concentratietoezicht van Boek IV van het Wetboek van economisch recht (“WER”), in een eerste fase procedure bij toepassing van artikel IV.66, §2 WER goed te keuren indien voor het College niet is aangetoond dat er ernstige twijfel is over de toelaatbaarheid van een concentratie in de zin van artikel IV.9, §4 WER. De bewijslast betreffende het aantonen van een ernstige twijfel rust op de BMA, en gelet op zijn structuur dus in eerste instantie op het Auditoraat. Het College dient een afwijking van het voorstel van de auditeur voldoende te motiveren<sup>82</sup>.
28. Het College oordeelt, op basis van vaste beslissingspraktijk van het Mededingingscollege, dat de ernst van de twijfel beoordeeld moet worden gelet op de waarschijnlijkheid dat negatieve gevolgen zich zullen voordoen, op de ernst van de gevolgen indien zij zich voordoen, en op de waarschijnlijkheid dat die negatieve gevolgen door de concentratie zijn veroorzaakt. De eventuele vaststelling dat negatieve gevolgen niet zijn uitgesloten laat naar het oordeel van het College niet toe om de procedure van bijkomend onderzoek en beslissing bedoeld in de artikelen IV.67 tot IV.69 WER in te zetten. Zeker wanneer de waarschijnlijkheid dat een gevolg zich zou voordoen niet groot is, moet het Mededingingscollege de ernst van de twijfel onvoldoende achten voor het openen van een in de artikelen IV.67 tot 69 WER bedoeld bijkomend onderzoek<sup>83</sup>.

### **IV.2 De regels van concentratietoezicht zijn van toepassing**

29. Gelet op de gegevens vermeld onder randnummer 30 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing stelt het College bij toepassing van artikel IV.66, §1, 2° WER vast dat de aangemelde concentratie binnen het toepassingsgebied valt van de regels inzake concentraties van Boek IV WER.

---

<sup>82</sup> Zie over de motiveringsvereiste ter zake het arrest van het Marktenhof van 28 februari 2018 in de zaak Euroscop t. BMA, randnummer 25

<sup>83</sup> Zie Beslissing BMA- A-2013-C/C-03 van 25 oktober 2013 Zaak nr. MEDE – C/C – 13/0020 De oprichting van het Mediahuis door Corelio NV en Concentra NV, para. 674.

### **IV.3 Marktdefinities**

30. Het College stelt vast dat de Europese Commissie, noch de BMA of een andere nationale mededingingsautoriteit tot op heden een concentratie in de sector onderzocht heeft waarbij er uitsluitend distributeurs van persoonlijke beschermingsmiddelen (hierna “PBM’s”) betrokken zijn.
31. Het College deelt, om de redenen die hij vermeldt, het oordeel dat de auditeur formuleert onder randnummers 57-59, 69-70, 81-83 en 93-94 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing betreffende de relevante markten.
32. Bijgevolg onderschrijft het College het oordeel van de auditeur dat, voor wat betreft de beoordeling van de voorliggende transactie, de in randnummer 95 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing opgesomde markten als meest nauwe relevante markten kunnen worden beschouwd waarop de impact van de transactie dient te worden geanalyseerd.

### **IV.4 De Betrokken markten**

33. Het College merkt op dat enkel de relevante markten waarop de partijen een gezamenlijk marktaandeel hebben van meer dan 25%, worden geacht betrokken markten te zijn<sup>84</sup>.
34. Het College weerhoudt om de door de auditeur vermelde redenen<sup>85</sup> de volgende horizontaal betrokken markten:
  - Inkoopmarkten:
    - Belgische markt voor de inkoop van beschermende kledij;
    - Belgische markt voor de inkoop van bescherming van schoeisel;
    - Belgische markt voor de inkoop van handbescherming;
    - Belgische markt voor de inkoop van bescherming van de luchtwegen;
    - Belgische markt voor de inkoop van hoofd-, oog- en gezichtsbescherming;
    - Belgische markt voor de inkoop van gehoorbescherming.
  - Distributiemarkt:
    - Belgische markt voor de distributie van PBM’s.
35. Het College deelt het oordeel van de auditeur<sup>86</sup> dat er geen verticaal, noch conglomeraal betrokken markten zijn voor de beoordeling van de voorliggende transactie.

### **IV.5 Concurrentiële analyse**

#### **IV.5.1 Gecoördineerde horizontale gevolgen**

36. Het College deelt het oordeel van de auditeur in randnummer 104 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing dat er *in casu* geen sprake is van een dermate significante wijziging van de marktstructuur dat het bestaan van gecoördineerde effecten dient te worden onderzocht.

---

<sup>84</sup> Zie Afdeling 6, III, a) van het Formulier gevoegd bij Koninklijk besluit betreffende het aanmelden van de concentraties van ondernemingen bedoeld in artikel IV.10 van het Wetboek van economisch recht ingevoegd door de wetten van 3 april 2013, B.S. 20 augustus 2013. Zie ook artikel IV.66 § 2, 2° WER.

<sup>85</sup> Randnummers 96-98 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing.

<sup>86</sup> Randnummer 99 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing.



#### **IV.5.2 Niet-gecoördineerde horizontale effecten**

37. Wat betreft de EER markten voor de inkoop van PBM's per type, onderschrijft het College de analyse van de auditeur van de marktconcentratie en de niet-gecoördineerde horizontale effecten in randnummers 105-111 en 116 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing. Het deelt derhalve het oordeel van de auditeur<sup>87</sup> dat de transactie niet resulteert in horizontale mededingingsbeperkende gevolgen op de EER markten voor de inkoop van PBM's per type.
38. Wat betreft de Belgische markten voor de inkoop van PBM's per type, onderschrijft het College de analyse van de auditeur van de marktconcentratie en de niet-gecoördineerde horizontale effecten in randnummers 118-122 en 130-133 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing. Het deelt derhalve het oordeel van de auditeur<sup>88</sup> dat de transactie niet resulteert in horizontale mededingingsbeperkende gevolgen op de Belgische markten voor de inkoop van PBM's per type.
39. Wat betreft de EER markt voor de distributie van PBM's, onderschrijft het College de analyse van de auditeur van de marktconcentratie en de niet-gecoördineerde horizontale effecten in randnummers 135-138 en 141 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing. Het deelt derhalve het oordeel van de auditeur<sup>89</sup> dat de transactie niet resulteert in horizontale mededingingsbeperkende gevolgen op de EER markt voor de distributie van PBM's.
40. Wat betreft de Belgische markt voor de distributie van PBM's, onderschrijft het College de analyse van de auditeur van de marktconcentratie en de niet-gecoördineerde horizontale effecten in randnummers 143-146 en 155-160 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing. Het deelt derhalve het oordeel van de auditeur<sup>90</sup> dat de transactie niet resulteert in horizontale mededingingsbeperkende gevolgen op de Belgische markt voor de distributie van PBM's.

#### **IV.6 Besluit**

41. Het College stelt met de auditeur<sup>91</sup> vast dat de concentratie geen gevolgen dreigt te hebben die een goedkeuring in de weg zouden staan.

---

<sup>87</sup> Randnummer 117 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing

<sup>88</sup> Randnummer 134 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing

<sup>89</sup> Randnummer 142 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing

<sup>90</sup> Randnummer 161 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing

<sup>91</sup> Randnummer 162 van het Gemotiveerd voorstel van beslissing

## **OM DEZE REDENEN**

Beslist het Mededingingscollege bij toepassing van artikel IV.66, §1, 2° en §2, 1° WER:

1. Dat de concentratie aangemeld bij de Belgische Mededingingsautoriteit onder nr. MEDE-CC-23/0024 binnen het toepassingsgebied valt van de regels inzake concentratietoezicht in Boek IV WER,
2. Dat deze concentratie toelaatbaar is.

Aldus beslist op 8 december 2023 door het Mededingingscollege samengesteld uit Kris Dekeyser, voorzitter van het Mededingingscollege, Chris Verleye en Frank Wijckmans, assessoren van de Belgische Mededingingsautoriteit.

Voor het Mededingingscollege,

K. Dekeyser

Voorzitter