

## Publieke versie

### Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit

### Beslissing BMA-2017-C/C-29 van 4 juli 2017 in toepassing van de artikelen IV.61 §1, 1° en §2, eerste lid, 1° van het Wetboek van economisch recht ingevoegd door de wetten van 3 april 2013

Zaak nr. MEDE-C/C-17/0021

#### Overname van ALL 4 U B.V. door ALSO Deutschland GmbH.

#### I. Procedure

1. Een eerste ontwerp van aanmelding werd overgemaakt op 21 maart 2017.
2. 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 cliënten, concurrenten en leveranciers van de partijen.
3. Op 2 en 5 mei 2017 werden nieuwe ontwerpen van aanmelding overgemaakt.
4. In overleg met het Auditoraat werd de concentratie formeel aangemeld op 9 mei 2017.
5. Op dezelfde dag werd de heer Antoon Kyndt, auditeur bij de Belgische Mededingingsautoriteit (hierna: "BMA"), door de auditeur-generaal aangewezen als auditeur belast met de dagelijkse leiding van het onderzoek. De heren Ruben Vanhove en Jellis De Coninck, attachés bij de BMA, werden door de auditeur-generaal toegevoegd aan het onderzoeksteam.
6. Overeenkomstig artikel IV.29 WER werd de heer Bert Stulens, auditeur bij de Belgische Mededingingsautoriteit, aangeduid als tweede auditeur die deel uitmaakt van de cel die wordt samengesteld voor elke aangemelde concentratie.
7. Op 18 mei 2017 heeft de voorzitter het Mededingingscollege samengesteld.
8. Het onderzoek werd afgesloten op 15 juni 2017.
9. Op 15 juni 2017 werd het gemotiveerd ontwerp van beslissing aan de aanmeldende partij alsook aan het Mededingingscollege overgemaakt.
10. Op 4 juli 2017 heeft het Mededingingscollege de aanmeldende partij, de auditeur, de directeur economische studies en de directeur juridische studies gehoord.

## **II. Betrokken partijen**

### **II.1 De aanmeldende partij**

11. ALSO Deutschland maakt deel uit van de ALSO Groep ("ALSO"), waarvan ALSO Holding de holdingmaatschappij is. ALSO is een internationaal groothandel -en distributiebedrijf in de ICT sector en de sector van consumentenelektronica. ALSO richt zich voornamelijk op de verkoop van hardware en software producten aan wederverkopers en retailers op de B2B markt. Zij biedt eveneens ICT-diensten en -oplossingen aan op maat van verschillende klantengroepen. ALSO profileert zich in het bijzonder als spilfiguur tussen leveranciers en kleine of middelgrote afnemers, waarvoor zij de betalingen, eindaflevering en kredietbeheer op zich neemt. Zij verricht in dit kader ook financiële, leverings-, en logistieke diensten. Omgekeerd verzorgt de groep ook de toegang tot de markt voor kleinere leveranciers. Zo heeft ALSO een B2B handelsplatform gecreëerd. Tot slot verdeelt ALSO eveneens papierproducten. ALSO is vertegenwoordigd in 15 Europese landen, telkens via dochtervennootschappen (zoals bv. in Duitsland) of bijkantoren (zoals bv. in België).

12. ALSO maakt op haar beurt deel uit van de Droege Groep. De Droege Groep houdt 51,30% van de aandelen van ALSO en bezit de meerderheid van de stemrechten. De Droege Groep wordt op haar beurt gecontroleerd door dhr. Walter P.J. Droege. Droege is een consultancy- en investeringsvennootschap en heeft voornamelijk belangen in vennootschappen actief in de volgende sectoren: geneesmiddelen, geneeskundige techniek en thuiszorg, personeelsdiensten, informatietechnologie en retail.

13. Naam, nummer en adres van de onderneming:

**ALSO DEUTSCHLAND GmbH**  
**Lange Wende 43**  
**59494 SOEST**  
**DEUTSCHLAND**  
**HRB 8075**

14. Een volledig overzicht van de vennootschappen die deel uitmaken van de ALSO-groep is te vinden op pagina 20 van de aanmelding.

### **II.2 De doelactiva en doelonderneming<sup>1</sup>**

15. De Transactie betreft de verkrijging van uitsluitende zeggenschap over All 4 U B.V. (hierna: "All 4 U"). All 4 U is een vennootschap naar Nederlands recht wiens voornaamste activiteit bestaat uit het deelnemen in en het houden van aandelen in andere vennootschappen.

---

<sup>1</sup> Aanmelding, vertrouwelijke bijlage A.3.

16. All 4 U heeft drie dochtervennootschappen, waarin zij 100% van de aandelen houdt: Esseko B.V. (een vennootschap naar Nederlands recht), Five 4 U Nederland B.V. (een vennootschap naar Nederlands recht) en Five 4 U BVBA (een vennootschap naar Belgisch recht). Deze laatste twee (Five 4 U NL en Five 4 U BE) vormen samen "Five 4 U".

17. Five 4 U is onder meer actief op de groothandelsmarkt voor informatietechnologieproducten, communicatietechnologieproducten en consumentenelektronica. Zij is gespecialiseerd in de distributie van hardware en software in de Benelux en is officiële distributeur van Apple producten en andere hardware providers (o.a. Epson en HP) in de Benelux. Ook biedt Five 4 U haar klanten software, gerelateerde IT diensten, accessoires en garantie- en ondersteuningspakketten. Een groot deel van haar bedrijfsactiviteiten bestaat uit het verlenen van logistieke diensten. De producten worden niet aan eindgebruikers verkocht, maar aan wederverkopers.

18. Five 4 U spitst zich bovendien toe op de grafische kant van de markt via haar afdeling GrafiPlus. Hiervoor verkoopt zij onder meer printers voor grote papierformaten alsook de bijhorende accessoires en diensten zoals color management en workflow. In dit kader verdeelt zij eveneens papierproducten.

19. Via haar derde dochtervennootschap, Esseko B.V., worden er voornamelijk logistieke oplossingen en diensten met betrekking tot de levering van goederen aan haar klanten aangeboden.

20. Naam, nummer en adres van de onderneming:

**ALL 4 U B.V.**  
**Zonnebaan 2**  
**3542 EC UTRECHT**  
**NEDERLAND**  
**Ondernemingsnummer 30141600**

### **II.3 Vertegenwoordiger**

21. Hendrik Viaene

Stibbe  
Loksumstraat 25  
1000 Brussel  
tel.: 02/533 54 21  
fax: 02/533 53 97  
e-mail: [hendrik.viaene@stibbe.com](mailto:hendrik.viaene@stibbe.com)

### **III. Gemotiveerd ontwerp van beslissing**

22. De auditeur legde het volgende Ontwerp van beslissing neer:

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

##### **III.1 Beschrijving van de concentratie**<sup>2</sup>

20. De voorgenomen concentratie betreft de verkrijging van uitsluitende zeggenschap over All 4 U door ALSO.

21. De verwerving van de uitsluitende zeggenschap wordt hierna de “Transactie” genoemd.

##### **III.2 Doel van de concentratie**<sup>3</sup>

22. De aanmeldende partij beschouwt de portfolio's als complementair, en beschrijft het doel van de concentratie als volgt: “ALSO geeft toegang tot de internationale markt en tot een breed productaanbod, waar Five 4 U de vruchten van zal kunnen plukken. Tegelijkertijd spitst All 4 U (en dan voornamelijk Five 4 U) zich toe op de Benelux-markt, wat ALSO zal toelaten om zich met een intensievere focus op de Benelux-markt te richten. Zo genereert ALSO tot nog toe geen omzet in de Benelux markt met de distributie van Apple producten. Door de overname heeft ALSO dus de kans om het aandeel van All 4 U in de distributie van Apple producten in de Benelux over te nemen, alsook om haar (tot nog toe beperkte) aanwezigheid op de telecommunicatiemarkt in de Benelux uit te breiden via een A-merk zoals Apple. Bovendien hoopt ALSO nieuwe klanten te bereiken in de Benelux markt alsook nieuwe producten aan te bieden doorkruisverkopen ('cross-selling'). De verdelers krijgen op hun beurt toegang tot het ALSO Cloud handelsplatform, een online handelsplatform voor distributie en ondersteuning, met een breed assortiment van Cloud diensten. Ook kan ALSO voordeel halen uit de grafische deskundigheid van Five 4 U, via haar divisie GrafiPlus.”

##### **III.3 Onderzoekstermijnen na aanmelding**

23.

Aanmelding concentratie	9 mei 2017
Aanvang termijn	10 mei 2017
25 werkdagen	16 juni 2017
Einde eerste fase (40 werkdagen)	7 juli 2017

<sup>2</sup> Aanmelding p. 13 e.v.

<sup>3</sup> Aanmelding p. 4.

### **III.4 Omzetcijfers**<sup>4</sup>

24. De omzetcijfers in EUR van de partijen zijn de volgende:

2016	ALSO/Droege Groep	All 4 U
Wereldwijde omzet	9.232.000.000	236.000.000
EU-wijde omzet	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
Omzet in België	[> 40.000.000]	[> 40.000.000]

25. Op grond van deze omzetcijfers dient de Transactie te worden aangemeld bij de BMA.

## **IV. Marktafbakening**

### **IV.1 Activiteiten van partijen**

#### **(a) ALSO**

26. De activiteiten van ALSO kunnen ingedeeld worden in de volgende economische sectoren (Europese NACE-codes):

Hoofdactiviteiten:

- 46.510 Groothandel in computers, randapparatuur en software
- 46.520 Groothandel in elektronische en telecommunicatieapparatuur en delen daarvan
- 62.020 Computerconsultancy-activiteiten
- 62.090 Overige diensten op het gebied van informatietechnologie en computer

Andere activiteiten:

- 46.74 Groothandel in ijzerwaren en in installatiemateriaal voor loodgieterswerk en verwarming
- 49.41 Goederenvervoer over de weg
- 52.21 Diensten in verband met vervoer te land
- 53.20 Overige posten en koeriers
- 62.01 Ontwerpen en programmeren van computerprogramma's
- 62.03 Beheer van computerfaciliteiten
- 63.11 Gegevensverwerking, webhosting en aanverwante activiteiten
- 63.12 Webportalen

<sup>4</sup> Aanmelding, pg. 18 e.v.

- 95.11 *Reparatie van computers en randapparatuur*
- 95.12 *Reparatie van communicatieapparatuur*

**(b) All 4 U**

27. *De activiteiten van All 4 U en haar drie 100% dochterondernemingen kunnen ingedeeld worden in de volgende economische sectoren (Europese NACE-codes):*

- 46.510 *Groothandel in computers, randapparatuur en software*
- 46.520 *Groothandel in elektronische en telecommunicatieapparatuur en delen ervan*
- 62.020 *Computerconsultancy-activiteiten*
- 46.660 *Groothandel in andere kantoormachines en –uitrusting*
- 62.090 *Overige diensten op het vlak van informatietechnologie en computer*

**(c) Droege Groep**

28. *De overige activiteiten van de Droege Groep kunnen ingedeeld worden in de volgende economische sectoren (Europese NACE-codes)*

- 21 *Vervaardiging van farmaceutische grondstoffen en producten*
- 2.110.004 *Onderzoek en op punt stellen van de productie van actief geneeskrachtige substanties, bestemd voor de vervaardiging van geneesmiddelen*
- 325 *Vervaardigen van medische en tandheelkundige instrumenten en benodigdheden*
- 783 *Andere vormen van arbeidsbemiddeling*
- 86.909 *Overige menselijke gezondheidszorg, n.e.g.*

## **IV.2 Onderzoek relevante productmarkten**

29. *Enkel de markten waarop de transactie mogelijks een impact kan hebben en waarop post-transactie een marktaandeel van meer dan 25 % zal worden behaald, worden hierna onderzocht:*

- *De groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden*

30. *De overige markten zijn geen betrokken markten in de zin van het aanmeldingsformulier. Deze markten worden besproken in het hoofdstuk V “Overige markten”.*

### **IV.2.1 De groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden**

#### **IV.2.1.a Standpunt aanmeldende partijen**

31. *Aanmeldende partijen zijn van mening dat de markt gedefinieerd moet worden als de groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden, ongeacht het verkoopkanaal.*

32. Deze markt omvat ook de groothandel van compatibele printerbenodigdheden (i.e. niet-merkproducten), die een aanzienlijke concurrentiële druk uitoefenen en een marktaandeel vertegenwoordigen van ongeveer 20% binnen Europa. Partijen wijzen er voorts op dat deze compatibele printerbenodigdheden voor de consument wel inwisselbaar zijn. In de Gartnerstudie wordt ook geen onderscheid gemaakt tussen “branded” en “non-branded ink”.

33. De groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden is een markt die achteruitgaat, zoals kan afgeleid worden uit de geschatte marktcijfers uit de aanmelding. De aanmeldende partijen vermoeden dat deze krimp de komende jaren zal aanhouden en dat de markt zal blijven afnemen à ratio van 1 tot 5% op jaarbasis. Deze daling in het totale marktcijfer is voornamelijk te wijten aan twee recente trends, namelijk de algemene digitalisering van processen, zoals de facturatie, contractbeheer, EDI (Electronic Data Interchange) en de verandering in het printgedrag (zo leest men meer en meer vanop tablets, smartphones en laptops in plaats van op papier).

#### **IV.2.1.b Beslissingspraktijk**

34. In haar beschikkingspraktijk heeft de Europese Commissie een afzonderlijke groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden (“printing consumables”) gedefinieerd.<sup>5</sup>

35. Uit marktonderzoek blijkt immers, enerzijds, dat verdelers deze producten niet als een pakket verkopen en, anderzijds, dat afnemers printerbenodigdheden vaak bij een andere verdeler aankopen en niet per se bij de verdeler van hun IT-producten of kantoorartikelen.

#### **IV.2.1.c Marktonderzoek**

36. Het gevoerde marktonderzoek bevestigt de stelling dat de groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden moet worden beschouwd als een afzonderlijke markt<sup>6</sup>.

37. Wat betreft de eventuele verdere opsplitsing per verkoopkanaal blijkt de markt hierover verdeeld te zijn.

38. Concurrenten stellen dat de rechtstreekse (buiten de groothandel om) en onrechtstreekse (via de groothandel) verkoop behoren tot eenzelfde markt. Afnemers van de aanmeldende partijen zijn daarin minder eenduidig.

39. Daar waar minder dan de helft de mening is toegedaan dat beide verkoopkanalen behoren tot eenzelfde markt, geeft een aanzienlijk deel van de afnemers aan dat zij zelf niet de optie hebben om zich rechtstreeks tot de producenten te richten voor de aankoop van printerbenodigdheden en dat beide verkoopkanalen dus niet tot één en dezelfde markt zouden behoren.

---

<sup>5</sup> Commissie beschikking van 20 december 2011, COMP/M.6382 - Unipapel/spicers, §46-51; Commissie beschikking van 21 mei 2014, COMP/M.7189 – ALSO/Alpha International, §9.

<sup>6</sup> Antwoorden Lexmark, 3 mei 2017, p. 5, Canon, 1 juni 2017, Epson 2 juni 2017.

40. *Bevraging bij producenten bevestigt dat sommige producenten uitsluitend via het onrechtstreekse verkoopkanaal werken.<sup>7</sup> Het zijn dan ook de producenten die uiteindelijk kiezen of er rechtstreeks kan aangekocht worden of niet.<sup>8</sup> Zo wijst de marktbevraging uit dat de printerbenodigdheden van sommige producenten zoals HP, Epson, Lexmark, Samsung en Xerox niet rechtstreeks kunnen worden aangekocht. Dit in tegenstelling tot b.v. Canon en Brother.<sup>9</sup>*

41. *Ook wordt duidelijk dat een grote meerderheid van de verkopen van printerbenodigdheden (>65%) gerealiseerd wordt via groothandelaars en niet via het directe kanaal.<sup>10</sup> Het aandeel van groothandelaars ligt volgens een aantal bevroegden zelfs boven 85% (indirect)<sup>11</sup>. Deze verhouding evolueert nauwelijks in de tijd volgens de marktbevraging<sup>12</sup>.*

42. *De redenen die hiervoor aangehaald worden zijn divers. Naast de keuze van sommige producenten die alleen met groothandelaars werken zijn er ook nog heel wat logistieke argumenten om voor groothandelaars te kiezen<sup>13</sup>. Zo wordt o.m. verwezen naar voorraadbeheer, snelheid in levering, flexibiliteit, afnamehoeveelheid, etc., ... Verder is er het ruimere aanbod over de merken heen.<sup>14</sup>*

43. *Argumenten om zich rechtstreeks te bevoorraden bij de producent zijn dan weer het direct contact met de producent, de publiciteit<sup>15</sup>, de prijs<sup>16</sup>, condities<sup>17</sup>, technische ondersteuning,<sup>18</sup> ... De markt voor printerbenodigdheden is een verbruikersmarkt die voornamelijk wordt bepaald door de printers/machines die op de markt aanwezig zijn. Merkentrouw en afnemersvoorkeuren op vlak van printerbenodigdheden spelen dan ook geen rol aangezien de vraag naar deze benodigdheden bepaald wordt door het aanwezig zijnde machine park. De afnemers (wederverkopers) van ALSO kiezen hun leverancier (producent of groothandelaar) op basis van het productportfolio, beschikbaarheid, prijs en de kwaliteit van de leveringsketen.*

#### **IV.2.1.d Conclusie Auditeur**

44. *Op basis van wat voorafgaat, dient de groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden (met uitzondering van rechtstreekse verkopen), als relevante productmarkt te worden weerhouden.*

---

<sup>7</sup> Antwoord Lexmark, 3 mei 2017, pg. 7, "Lexmark werkt met distributeurs voor haar indirecte verkoopkanaal (100%)".

<sup>8</sup> Antwoorden Pantoon, 27 april 2017, IB Office NV, 31 mei 2017.

<sup>9</sup> Antwoorden Lexmark, 3 mei 2017 ; Antwoord van IB Office NV van 31 mei 2017.

<sup>10</sup> Diverse antwoorden : o.a. Copaco, Lexmark, Euronics, IB Office NV,...

<sup>11</sup> Antwoorden van AVA-Papierwaren, Lyreco, Despec, Smartify,

<sup>12</sup> O.m. antwoord Copaco, 19 mei 2017, p.3.

<sup>13</sup> Antwoorden Lexmark, Copaco, Euronics, IB Office NV,...

<sup>14</sup> Antwoord van Despec van 28 april 2017.

<sup>15</sup> Antwoord van IB Office NV van 31 mei 2017.

<sup>16</sup> Antwoord van Adveo van 21 april 2017.

<sup>17</sup> Antwoord van Lyreco van 15 mei 2017.

<sup>18</sup> Antwoord van Sagamgraphic van 23 mei 2017.



### **IV.3 Relevante geografische markten**

#### **IV.3.1 De groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden**

##### **IV.3.1.a Standpunt aanmeldende partijen**

45. De aanmeldende partijen verwijzen naar het feit dat marktspelers probleemloos vanuit andere lidstaten hun klanten kunnen beleveren in lidstaten waar zij geen vestiging hebben. Zelfs klanten die maar in één lidstaat actief zijn, bevoorraden zich vanuit verschillende lidstaten of de EER.
46. Concreet verwijzen de aanmeldende partijen naar het feit dat hun belangrijkste concurrenten op deze markt (met name Tech Data en Ingram Micro) actief zijn in verschillende lidstaten zonder ook maar in elk van die lidstaten een lokale hub te hebben. Daarenboven zijn er andere concurrenten die hun Belgische klanten beleveren vanuit opslagplaatsen die buiten de Benelux regio gelegen zijn. Westcoast bijvoorbeeld opereert voornamelijk vanuit het Verenigd Koninkrijk vanwaar zij ook haar Benelux klanten hoofdzakelijk belevt. Een andere concurrent, UFP, is gevestigd in Frankrijk en belevt zijn klanten voornamelijk van hieruit nu deze onderneming slecht in enkele lidstaten kleine lokale hubs heeft.
47. Aanmeldende partijen verwijzen naar het relatief homogene prijsniveau, zonder aanzienlijke verschillen tussen de lidstaten van EER.
48. De aanmeldende partijen menen bijgevolg dat de geografische markt minstens regionaal, ware het niet Europees, afgebakend dient te worden. In casu omvat deze markt minstens België, Nederland, en Luxemburg. Illustratief hiervoor is dan ook dat ALSO maar één magazijn voor printerbenodigdheden in de Benelux heeft, dat zich in Nederland bevindt, en van waaruit het klanten in zowel België, Nederland, als Luxemburg bevoorraadt.
49. De aanmeldende partijen gaan er echter vanuit dat de productmarkt de groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden ongeacht het verkoopkanaal is. In dat geval kan de vraag naar de geografische marktafbakening opengelaten worden aangezien de mededinging onder geen enkele afbakening (regionaal dan wel ruimer) door de huidige concentratie belemmerd zou worden.

##### **IV.3.1.b Beslissingspraktijk**

50. De Europese Commissie bakende in 2011 de groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden af als een nationale markt. Dit was voornamelijk te wijten aan de verschillen in de voorkeur van consumenten en de organisatie van verkoopapparaat, dat door de marktspelers nationaal wordt georganiseerd.<sup>19</sup>
51. Echter, in een latere beschikking (van 2014) bracht het marktonderzoek elementen naar voren die enerzijds wezen op een nationale markt en anderzijds op een supranationale of zelfs EER-wijde markt.<sup>20</sup> Uiteindelijk heeft de Commissie de marktafbakening in deze laatste zaak open gelaten.

<sup>19</sup> Commissie beschikking van 20 december 2011, COMP/M.6382 – Unipapel/spicers, §66.

<sup>20</sup> Commissie beschikking van 21 mei 2014, COMP/M.7189 – ALSO/Alpha International, §18-19.

#### IV.3.1.c Marktonderzoek

52. Het marktonderzoek bij concurrenten van aanmeldende partijen schuift een visie naar voor die duidt op een markt die minstens regionaal (Benelux)<sup>21</sup> in omvang is, en volgens het grootste deel van de respondenten zelfs overtuigend Europees.<sup>22</sup> Bevraging bij producenten wijst eveneens in die richting.<sup>23</sup> De afnemers van aanmeldende partijen lijken verdeeld te zijn tussen een regionale (Benelux)<sup>24</sup> en een Europese opvatting van de markt<sup>25</sup>. Bij de respondenten die aangeven dat de markt volgens hen regionaal in omvang is, geeft een aantal onder hen tevens aan dat zij daarbij ook een “Europese insteek” in overweging nemen.<sup>26</sup> Een belangrijke uitloper beschouwt de markt als mondiaal.<sup>27</sup>

53. Een nationale opvatting van de geografische markt wordt niet gesteund door de bevindingen van het actueel gevoerde marktonderzoek<sup>28</sup>.

#### IV.3.1.d Conclusie Auditeur

54. Op basis van de marktsituatie en de marktbevraging besluit de Auditeur dat de geografische markt minstens regionaal (Benelux) dient afgebakend dient te worden.

---

<sup>21</sup> Antwoord Despec, 28 april 2017, pg. 4-5.

<sup>22</sup> Antwoord Ingram Micro, 24 april 2017, pg. 3 : “Als gevolg van de eerder generieke aard van printerbenodigdheden, is Ingram micro van mening dat de relevante geografische markt het grondgebied van de EER betreft.”; antwoord Tech Data, 19 mei 2017, niet-vertrouwelijke versie, pg. 4 “Europees van omvang.”; antwoord Copaco Belgium NV, 19 mei 2017, pg. 4: “Internationaal – Europees.”

<sup>23</sup> Antwoord Lexmark, 3 mei 2017, pg. 8 : “De groothandelsmarkt van printerbenodigdheden is in mijn ogen Europees. De producten zijn identiek in Europa.”; antwoord van Epson van 2 juni 2017, p. 5 : “Europese markt omwille van Europese technische en/of andere vereisten waaraan printerbenodigdheden moeten voldoen.” ; antwoord van Canon : “Europees; meeste groothandelaars zijn ook Pan-Europees en hebben regionaal of zelfs Europese aankoopstructuren”.

<sup>24</sup> Antwoord CC@PS, 15 mei 2017, p. 7: “Benelux. ... meeste van onze leveranciers werken in Nederland/belgie & worden als 1 organisatie gezien”; antwoord De Beukelaer, 18 mei 2017, p. 6: “Regionaal vanwege een betere marktkennis”; antwoord Bechtle, 11 mei 2017, p 7.

<sup>25</sup> Een groot aantal klanten ziet dit als Europese markt : antwoord IB Office van 31 mei 2017, antwoord Lyreco, 15 mei 2017, p 7: “Europees, ook de producten hebben een Europese aanwezigheid”, antwoord AVA Papierwaren, 15 mei 2017, p 7: “Er zijn in heel Europa voldoende leveranciers te vinden die in staat zijn ons hetzelfde assortiment aan te bieden.”; antwoord Sagamgraphic, 23 mei 2017, p. 3.

<sup>26</sup> Antwoord Central Point, 12 mei 2017, p. 4: “Regionaal met een EU insteek. Regionaal voor ons omdat de voorraad in de Benelux ligt maar hier wordt op EU niveau aangekocht. Dit is reeds jaren zo en zal naar mijn mening ook niet veranderen.”; antwoord Elka Pieterman, 10 mei 2017, p. 3: “(...) nog eerder regionaal (Benelux), maar we zien wel een beweging in de richting van een eerder Europese schaal.”; antwoord Kwarto, 18 mei 2017, p. 4: “In ons geval regionaal: aankopen in Benelux en Duitsland. Voor grotere spelers Europees of mondiaal”.

<sup>27</sup> Antwoord Etn Colruyt NV, 28 april 2017, niet-vertrouwelijke versie, pf.3: “Colruyt beschouwt de betrokken markt mondiaal.”.

<sup>28</sup> Slechts een enkele kleine afnemer van partijen antwoordt dat de markt volgens hen louter nationaal is, doch uit lezing van het volledige antwoord valt af te leiden dat zij daarbij de retailmarkt voor ogen hebben en niet de groothandelsmarkt (antwoord Arva-Buro, 15 mei 2017, p. 4: “Er bestaan enerzijds Europese en anderzijds nationale contracten, maar als KMO leveren wij enkel de nationale klantenorders uit. Wat ons betreft is dit een nationale markt.”); Een tweede afnemer geeft aan dat de markt volgens hen “Nationaal en Benelux” is (antwoord Euronics Belgium, 18 mei 2017, p. 7) Zij preciseren daarbij dat “NL distributeurs (...) steeds meer in aanmerking (komen) vanwege taal en diverse dienstverlening.”.

## **IV.4 Betrokken markten**

### **IV.4.1 De groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden**

#### **IV.4.1.a Marktaandelen aangeleverd door de aanmeldende partij**

55. De partijen hebben zich voor de inschatting van de omvang van de totale markt (exclusief rechtstreekse verkopen) gebaseerd op een verhouding van 65% onrechtstreekse verkopen en 35% rechtstreekse verkopen en deze verhouding toegepast op de omzetcijfers voor wat betreft printerbenodigdheden.<sup>29</sup>

56. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen van partijen en de belangrijkste concurrenten weer, zoals berekend door de aanmeldende partijen:

<b>Benelux groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden (exclusief rechtstreekse verkoop)</b>		
	Omzet (in EUR)	Marktaandeel
<b>ALSO</b>	[vertrouwelijk]	[20-30%]
<b>ALL 4 U</b>	[vertrouwelijk]	[0-10%]
<b>Totaal na concentratie</b>	[vertrouwelijk]	[20-30%]
Westcoast		[10-20%]
UFP		[10-20%]
Ingram Micro		[0-10%]
Tech Data		[0-10%]
Copaco		[0-10%]
Despec		[0-10%]
Overige		[20-30%]
Totale markt	[vertrouwelijk]	100%

#### **IV.4.1.b Marktonderzoek**

57. Verschillende concurrenten maakten een raming van hun marktaandeel en dat van anderen. Dit leidde in grote lijnen tot een gelijklopende visie op de marktverhoudingen. Voor wat betreft de verhouding rechtstreekse verkopen versus onrechtstreekse verkopen (groothandel) wordt gesteld dat een grote meerderheid van de verkopen van printerbenodigdheden (>65%) gerealiseerd wordt via groothandelaars en niet via het directe kanaal.<sup>30</sup> Het aandeel van de groothandelaars ligt volgens een

<sup>29</sup> Visie partijen gebaseerd op eigen ervaring en een marktstudie van Context van 2017, waarvan een uittreksel is toegevoegd als vertrouwelijke bijlage A.8 bij de aanmelding.

<sup>30</sup> Diverse antwoorden: o.a. Copaco, Lexmark, Euronics, IB Office NV,...

aantal bevroagden zelfs nog hoger.<sup>31</sup> Deze verhouding evolueert nauwelijks in de tijd volgens de marktbevraging<sup>32</sup>.

#### **IV.4.1.c Conclusie van de auditeur**

58. De marktaandeelen zoals aangeleverd door de aanmeldende partijen en bevestigd door de marktbevraging liggen in dezelfde orde van grootte.

59. Op basis van deze gegevens kan worden geconcludeerd dat partijen post transactie op de groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden exclusief rechtstreekse verkoop over een marktaandeel zullen beschikken van meer dan 25%. Deze markt dient dan ook als een betrokken markt te worden beschouwd.

## **V. Overige markten**

60. Partijen zijn daarnaast ook nog actief op meerdere andere markten, zoals op de groothandelsmarkt voor de distributie van informatie- en communicatietechnologieproducten en van consumentenelektronica.

61. Er kunnen bijgevolg nog drie productmarkten worden vermeld in het kader van de huidige concentratie.

- De groothandelsmarkt voor de distributie van informatietechnologieproducten.
- De groothandelsmarkt voor de distributie van communicatietechnologieproducten.
- De groothandelsmarkt voor de distributie van consumentenelektronica.

62. De marktdefinities, zoals aangegeven door aanmeldende partijen, met betrekking tot deze markten zijn conform eerdere beslissingen van de Commissie. Hoewel de precieze marktafbakening vaak wordt opengelaten, gaat de Europese Commissie alvast uit van deze afzonderlijke markten<sup>33</sup>: de groothandelsmarkt voor informatietechnologieproducten (i.e. IT producten)<sup>34</sup>, de groothandelsmarkt voor telecomproducten (of elektronische communicatieproducten)<sup>35</sup> en de groothandelsmarkt voor consumentenelektronica<sup>36</sup>.

63. Uit het onderzoek bleek niet dat deze marktdefinities gewijzigd zouden moeten worden.

---

<sup>31</sup> Antwoorden van AVA-Papierwaren, Lyreco, Despec, Smartify,

<sup>32</sup> O.m. antwoord Copaco, 19 mei 2017, p.3.

<sup>33</sup> Commissie beschikking van 10 december 2012, *Schindler/Droege/ALSO/Actebis*, COMP/M.5986, §16.

<sup>34</sup> Commissie beschikking van 10 december 2012, *Schindler/Droege/ALSO/Actebis*, COMP/M.5986, §13; Commissie beschikking van 25 september 2008, COMP/M.5303 – *Arques/SHC*, §27-30; Commissie beschikking van 19 mei 2008, COMP/M.5099 – *Arrow Electronics/Logix*, §14-22; Commissie beschikking van 28 april 2008, COMP/M.5091 – *Tech Data/Scribona*, §11-25; Commissie beschikking van 2 april 2001, COMP/M.2223 – *Getronics Hagemeyer/JV*, §13.

<sup>35</sup> Commissie beschikking van 25 september 2008, COMP/M.5303 – *Arques/SHC*, §31-32; zoals bevestigd in Commissie beschikking van 10 december 2012, *Schindler/Droege/ALSO/Actebis*, COMP/M.5986, §16.

<sup>36</sup> Commissie beschikking van 30 november 2006, COMP/M.4392 – *DSGI/FR-Invest/F-Group JV*, §14-15.

64. *Uit het onderzoek is niet gebleken dat de Transactie op deze markten tot mededingingsproblemen zou kunnen leiden. In ieder geval blijft het marktaandeel van ALSO post transactie op elk van deze markten, zelfs in de engste marktafbakening, beperkt.*
65. *Daarnaast zijn ALSO en All 4 U nog marginaal actief op de markt voor logistieke diensten en op de groothandelsmarkt van papier.*
66. *Gelet op de slechts marginale activiteit van partijen op deze beide markten, zijn deze geen voorwerp geweest van onderzoek.*
67. *Naast de stroomafwaartse groothandelsmarkten worden ook de stroomopwaartse groothandelsmarkten (inkoopmarkten voor partijen) weergegeven.<sup>37</sup>*
68. *Het gaat dan om volgende markten:*
- De inkoopmarkt voor IT-producten*
  - De inkoopmarkt van elektronische communicatieproducten*
  - De inkoopmarkt van consumentenelektronica*
69. *Uit het onderzoek is niet gebleken dat de Transactie op deze markten tot mededingingsproblemen zou kunnen leiden. In ieder geval blijft het marktaandeel van ALSO post transactie op elk van deze markten, zelfs in de engste marktafbakening, beperkt.*
70. *Verder is er nog de stroomopwaartse markt van de printerbenodigdheden, waarvan uit het onderzoek blijkt dat er sprake is van minstens een Europese markt.<sup>38</sup>*

## **VI. Finaal weerhouden betrokken markten: een overzicht**

71. *Op grond van de elementen aangereikt door de aanmeldende partijen in de aanmelding en het gevoerde onderzoek, is het Auditoraat van mening dat de volgende productmarkt(en) betrokken markt(en) zijn:*
72. *Horizontaal betrokken markt: de Benelux groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden (exclusief directe verkoop).*

---

<sup>37</sup> Wat de groothandelsmarkt voor papier en de groothandelsmarkt voor logistieke diensten betreft, waarop de aanmeldende partijen slechts marginaal actief zijn, heeft het Auditoraat gesteld dat voor deze twee markten geen informatie diende te worden aangeleverd met betrekking tot de stroomopwaartse inkoopmarkt.

<sup>38</sup> Antwoord Lexmark, 3 mei 2017, pg. 5 : “De inkoopmarkt van printergerelateerde producten is in mijn ogen Europees”; antwoord van Epson, 2 juni 2017, p. 2 : “Epson beschouwt deze markt als Europees”; antwoord Canon, 2 juni 2017, p. 6 : “De inkoopmarkt gaat van regionaal richting Europees/wereldwijd”.

## **VII. Concurrentiële analyse**

### **VII.1 Inleiding**

73. Volgens artikel IV.9 §4 WER dienen concentraties die tot gevolg hebben dat een daadwerkelijke mededinging op de Belgische markt of een wezenlijk deel daarvan op significante wijze wordt belemmerd, onder andere door het in het leven roepen of versterken van een machtspositie, ontoelaatbaar te worden verklaard.

74. Er zijn twee belangrijke manieren waarop fusies de daadwerkelijke mededinging op significante wijze kunnen belemmeren, met name door het in het leven roepen of versterken van een machtspositie:

- 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 (de niet gecoördineerde 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 (de gecoördineerde effecten).

75. Vooraleer de mogelijke niet-gecoördineerde gevolgen enerzijds en de mogelijke gecoördineerde gevolgen anderzijds te analyseren, wordt eerst inzicht verschaft in de marktconcentratie op de verschillende betrokken markten. De marktconcentratie vormt een belangrijke aanwijzing van de marktstructuur en geeft ook een goede indicatie van het belang van de fuserende ondernemingen en van de concurrenten op de verschillende betrokken markten.

### **VII.2 Marktconcentratie**

76. De transactie brengt geen wezenlijke verandering teweeg in de marktpositie van ALSO. ALSO heeft voor de transactie een marktaandeel op de groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden (exclusief rechtstreekse verkoop) van [20-30%], op Benelux-niveau. De toename op de weerhouden markt van de groothandel voor printerbenodigdheden (exclusief rechtstreekse verkoop) bedraagt slechts [0-10%]<sup>39</sup>. De verkoop van printerbenodigdheden is immers geen kernactiviteit van All 4 U. Dit wordt bevestigd door analyse van de marktpositie van partijen en bevraging bij verschillende spelers op de markt.

77. De **HHI pre-overname** bedraagt op basis van deze marktaandelen [1000-1500]. **Post overname** bedraagt de HHI op basis van deze marktaandelen [1000-1500]. De **Delta** is bijgevolg gelijk aan [0-100].

---

<sup>39</sup> Antwoord van aanmeldende partijen op 1 juni 2017.

78. In haar richtsnoeren stelt de Commissie: “Het is evenzeer onwaarschijnlijk dat de Commissie horizontale mededingingsbezwaren zal zien in geval van een fusie met een HHI na fusie tussen 1000 en 2000 en een delta van minder dan 250 (...)”<sup>40</sup>

79. Er zijn dus verschillende andere belangrijke concurrerende groothandelaars actief. Bovendien zijn de overstapkosten voor de afnemers bij overstap naar een andere groothandelaar onbestaande of zeer beperkt. Dit maakt dat afnemers gemakkelijk kunnen overstappen naar concurrerende groothandelaars. Dit werd bevestigd door de Europese Commissie in ALSO/Alpha.<sup>41</sup> De Europese Commissie bevestigde eveneens dat klanten “multi-sourcing”-strategieën toepassen en dus gemakkelijk kunnen veranderen van groothandelaar.

80. Bovendien kunnen concurrerende groothandelaars makkelijk tegemoetkomen aan een potentiële toegenomen vraag van de markt. Groothandelaars hebben er alle belang bij om de afgezette volumes te verhogen (waardoor de transportkost per eenheid daalt) en kunnen hier door middel van verschillende logistieke oplossingen (bijkomende vrachtwagens, inhuren van derde transporteurs, bezorgdiensten) ook eenvoudig op inspelen. Om dezelfde reden zijn de aanmeldende partijen ook niet in staat om de groei van concurrenten te belemmeren.

### **VII.3 Niet-gecoördineerde gevolgen : horizontaal**

81. De overschakelingskosten om van groothandelaar te veranderen zijn onbeduidend voor wat de afnemers betreft. Hetgeen dan ook aanleiding geeft tot een grote volatiliteit en flexibiliteit in hoofde van de afnemers.

82. Bovendien moet er ook op gewezen worden dat bij de bespreking van de geografische reikwijdte van de groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden (zie supra IV.3.1), waarbij was uitgelegd dat marktspelers zonder moeite klanten in andere lidstaten kunnen bevoorraden, zelfs zonder een lokale vestiging in de lidstaat van de klant in kwestie. Op hun beurt kunnen klanten gemakkelijk aankopen uit verschillende lidstaten. Ter illustratie, Tech Data en Ingram Micro (twee van de belangrijkste concurrenten van de partijen) zijn beiden actief in de verschillende lidstaten zonder noodzakelijkerwijs een vestiging in deze lidstaten te hebben.

83. Zo bevoorraden ook andere concurrenten, zoals Westcoast Ltd. en UFP Benelux B.V. hun klanten vanuit opslagplaatsen gelegen buiten de Benelux regio (respectievelijk vanuit het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk).

84. Het leeuwendeel van de bevraagde respondenten verwacht nauwelijks of geen gevolgen voor klanten of leveranciers door deze transactie.

---

<sup>40</sup> Richtsnoeren 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, §20.

<sup>41</sup> Commissie beschikking van 21 mei 2014, COMP/M.7189 - ALSO/Alpha International, §30.



85. *Er wordt vaak uitdrukkelijk verwezen naar de aanwezigheid van andere spelers. Sommige concurrenten en klanten wijzen uitdrukkelijk op de heel geringe marges in het verkoopkanaal en de vele concurrentie.<sup>42</sup> Dit wordt bevestigd door één van de grotere klanten die stelt dat hiervoor geen gevaar is: “hiervoor zijn de markten te internationaal georiënteerd en de klanten te prijsbewust”<sup>43</sup>. De grootste concurrent Ingram Micro verwacht geen stijging van de prijzen als gevolg van de transactie gezien de sterke concurrentiewerking in de groothandelsdistributie (inclusief potentiële concurrentie vanwege groothandelaars die actief zijn in andere landen). Producenten hebben verschillende alternatieven en zullen naar alle waarschijnlijkheid bijkomende groothandelaars aanstellen om herverdelers toe te laten over te schakelen naar andere groothandelaars indien de partijen hun prijzen zouden verhogen post-transactie. Bovendien hebben producenten de mogelijkheid om prijsstijgingen te voorkomen door hun rechtstreekse verkopen aan herverdelers en eindgebruikers te verhogen<sup>44</sup>.*
86. *De klanten van ALSO en ALL 4 U die geantwoord hebben op het Verzoek om Inlichtingen verwachten ook weinig of geen gevolgen van de transactie. De teneur is dat er voldoende concurrentie is en dat er in heel Europa voldoende leveranciers te vinden zijn die hetzelfde aanbieden.<sup>45</sup>*
87. *De producenten stellen dat er voldoende alternatieven blijven<sup>46</sup> en verwachten geen impact<sup>47</sup>.*
88. *Enkele respondenten geven aan dat er gewoon nog meer concurrentie zal komen<sup>48</sup>, in een sector waar al veel concurrentie is, wat zal leiden tot scherpere prijzen.<sup>49</sup>*
89. *Zoals werd aangegeven door de aanmeldende partij en bevestigd door het marktonderzoek, zijn partijen nog in het gezelschap van heel wat concurrenten en een sterke concurrentiedruk op de genoemde markten.*
90. *Bijgevolg concludeert de auditeur dat deze transactie niet zal leiden tot niet-gecoördineerde mededingingsbeperkende effecten.*

#### **VII.4 Niet-gecoördineerde gevolgen: conglomeraal**

91. *Het ziet er niet naar uit dat deze transactie gevolgen zou hebben inzake bron- of klantenafscherming (door toename van de kopersmacht op de verschillende inkoopmarkten) noch tot andere conglomeraatseffecten (door koppeling IT-producten aan printerbenodigdheden).*
92. *De partijen hebben immers geen exclusieve toegang tot producten die noodzakelijk zijn voor haar afnemers, noch over bevoorrechte relaties met hun leveranciers. Zowel de toegang van de concurrenten als de klanten is dus verzekerd.*

---

<sup>42</sup> Antwoord Lexmark, 3 mei 2017, p.7.

<sup>43</sup> Antwoord Copaco, 19 mei 2017, p. 6.

<sup>44</sup> Antwoord Ingram, 24 april 2017, p. 5.

<sup>45</sup> Antwoord AVA Papierwaren, 15 mei 2017 ; antwoord van Euronics Belgium, 18 mei 2017.

<sup>46</sup> Antwoord Epson van 2 juni 2017.

<sup>47</sup> Antwoord Canon van 1 juni 2017, antwoord HP van 5 mei 2017 en antwoord Lexmark, 3 mei 2017.

<sup>48</sup> Antwoord Colruyt, 28 april 2017 ; antwoord Lyreco, 15 mei 2017.

<sup>49</sup> Antwoord Ingram, 24 april 2017, p. 5 ; antwoord Lyreco, 15 mei 2017.



93. Zowel afnemers als producenten beschikken over verschillende andere bevoorradingsbronnen en afzetmogelijkheden.

94. Uit de ondervraagde klanten en leveranciers blijkt niet dat zich op dit vlak een probleem zou stellen.

95. Er wordt verwezen naar de uitbreiding van de portfolio van ALSO waardoor zij in staat zullen zijn meerdere producten aan te bieden, overeenkomstig met concurrenten Ingram Micro en Tech Data.<sup>50</sup> Concurrent Ingram Micro ziet geen risico op coördinatie gelet op “de sterke concurrentiewerking tussen de verschillende groothandelaars, de potentiële markttoetreding van groothandelaren uit het buitenland en het vermogen van de producenten om de rechtstreekse verkoop te verhogen”.<sup>51</sup>

96. Dit wordt bevestigd door andere bevrageden.<sup>52</sup>

#### **VII.4.1 Conclusie Auditeur**

97. Op basis van het voorgaande concludeert de auditeur dat deze transactie niet zal leiden tot mededingingsbeperkende conglomeraatseffecten.

#### **VII.5 Gecoördineerde effecten**

98. Op sommige markten kan de structuur van die aard zijn dat ondernemingen het mogelijk, economisch rationeel en dus verkieslijk vinden om duurzaam hun gedrag te coördineren op de markt met het doel om tegen hogere prijzen te verkopen. Een fusie op een geconcentreerde markt kan de daadwerkelijke mededinging op significante wijze belemmeren door het in het leven roepen of versterken van een collectieve machtspositie, omdat zij de kans vergroot dat ondernemingen zo hun gedrag kunnen coördineren en de prijzen kunnen verhogen, zelfs zonder een overeenkomst te sluiten of tot onderling afgestemde feitelijke gedragingen te komen in de zin van artikel 101 VWEU. Een fusie kan marktcoördinatie ook gemakkelijker, stabiel en doeltreffender maken voor ondernemingen die al vóór de fusie coördineerden, door de marktcoördinatie te verstevigen of door de ondernemingen de kans te geven om prijzen te coördineren boven het concurrentiële niveau.<sup>53</sup>

99. Marktcoördinatie kan diverse vormen aannemen. Op sommige markten bestaat de meest waarschijnlijke vorm van coördinatie erin dat prijzen worden gehandhaafd boven het concurrentiële niveau.

---

<sup>50</sup> Antwoord Lexmark, 3 mei 2017, p. 10. ; Antwoord IB Office, 31 mei 2017, p.5

<sup>51</sup> Antwoord Ingram, 24 april 2017, p. 5.

<sup>52</sup> Antwoord van Euronics Belgium, 18 mei 2017 ; antwoord van Bechtle Direct nv, 11 mei 2017.

<sup>53</sup> Richtsnoeren voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen.

100. *De kans is groter dat marktcoördinatie opduikt op markten waar het betrekkelijk eenvoudig is om tot een verstandhouding te komen over de coördinatievoorwaarden. Daarenboven moet aan drie voorwaarden voldaan zijn om tot duurzame coördinatie te komen<sup>54</sup>:*

- (i) de coördinerende ondernemingen moeten in voldoende mate kunnen controleren of de verstandhouding wordt nageleefd;*
- (ii) er moet een geloofwaardig disciplineringsmechanisme zijn dat in werking kan worden gesteld wanneer afwijkend gedrag aan het licht komt;*
- (iii) de met de coördinatie beoogde resultaten mogen niet in gevaar kunnen worden gebracht door het optreden van buitenstaanders. De vermindering van het aantal ondernemingen op een markt kan op zichzelf een factor zijn die marktcoördinatie vergemakkelijkt.*

101. *Er dient te worden beoordeeld in welke mate de Transactie de mededinging op significante wijze beperkt door het vergemakkelijken van de coördinatie tussen de betrokken ondernemingen, door de bestaande coördinatie te versterken of door het ontstaan van een collectieve machtspositie. kan diverse vormen aannemen. Op sommige markten bestaat de meest waarschijnlijke vorm van coördinatie erin dat prijzen worden gehandhaafd boven het concurrentiële niveau.*

102. *In casu bevatten de relevante groothandelsmarkten honderden en zelfs duizenden producten waarvan de kenmerken regelmatig wisselen. Naast de prijs als concurrentiefactor is er ook nog retourpolitiek, leveringstermijn, naverkoopdienst, etc...*

103. *De marktbevraging heeft geen indicatie gegeven van enige te verwachten mededingingsbeperkende gecoördineerde gevolgen. Klanten verwijzen o.m. naar het internationale karakter van de markt met veel concurrenten en een scherp prijsbewustzijn bij de klanten,<sup>55</sup> en historisch sterk concurrentieel gedrag van de distributeurs.<sup>56</sup>*

#### **VII.5.1 Conclusie Auditeur**

104. *Op basis van voorgaande concludeert de auditeur dat deze transactie niet zal leiden tot mededingingsbeperkende gecoördineerde effecten.*

---

<sup>54</sup> Richtsnoeren voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, 44 e.v.

<sup>55</sup> Antwoord Copaco, 19 mei 2017, p.6 ; antwoord IB Office 31 mei 2017, p. 4.

<sup>56</sup> Antwoord van Euronics Belgium, 18 mei 2017.

### **VIII. Voorstel tot beslissing**

105. De auditeur stelt het Mededingingscollege voor, bij toepassing van artikel IV.61, §1 WER en artikel IV.61, §2, eerste lid, 1° WER, volgende beslissing te nemen:

- dat de overname door ALSO Deutschland GmbH van ALL4U BV, aangemeld bij de BMA onder nr. MEDE-C/C-17/0021, binnen het toepassingsgebied valt van de regels van concentratietoezicht in het WER;
- dat deze concentratie toelaatbaar is.

### **IX. Vertrouwelijkheid**

106. Hiervoor kan verwezen worden naar de vertrouwelijkheidsbeslissing van de auditeur.”

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

### **IV.1 De regels van concentratietoezicht zijn van toepassing**

23. Gelet op de gegevens vermeld onder randnummer 25 van het Ontwerp van beslissing stelt het College bij toepassing van artikel IV.61, §1, 1° WER vast dat de transactie binnen het toepassingsgebied valt van de regels inzake concentraties van Boek IV WER.

### **IV.2 Marktdefinities en betrokken markten**

24. Het College deelt, mede gelet op de beslissingen van de Europese Commissie waarnaar hij verwijst<sup>57</sup>, het oordeel van dat de auditeur formuleert onder de randnummers 30, 45, 55 en 60 betreffende de te weerhouden betrokken markt.

25. Het College definieert de betrokken markt om deze redenen als de groothandelsmarkt voor printerbenodigdheden in een geografische markt die niet kleiner is dan de Benelux markt.

### **IV.3 Concurrentiële analyse**

#### **IV.3.1 Marktconcentratie**

26. Het College stelt met de auditeur om de redenen die hij aangeeft vast dat de transactie de marktpositie van ALSO op de betrokken markt niet wezenlijk wijzigt<sup>58</sup>.

#### **IV.3.2 Niet-gecoördineerde gevolgen : horizontaal**

27. Het College stelt met de auditeur om de redenen die hij aangeeft<sup>59</sup> en gelet op het erg beperkte concentratieve effect vast dat de transactie geen niet-gecoördineerde horizontale gevolgen dreigt te hebben die een goedkeuring in de weg zouden staan.

#### **IV.3.3 Niet-gecoördineerde gevolgen : conglomeraal**

28. Het College stelt met de auditeur om de redenen die hij aangeeft<sup>60</sup> en gelet op het erg beperkte concentratieve effect vast dat de transactie geen niet-gecoördineerde conglomeraal gevolgen dreigt te hebben die een goedkeuring in de weg zouden staan.

#### **IV.3.4 Gecoördineerde gevolgen**

29. Het College stelt met de auditeur om de redenen die hij aangeeft<sup>61</sup> dat de concentratie geen gecoördineerde gevolgen dreigt te hebben die een goedkeuring in de weg zouden staan.

---

<sup>57</sup> Commissie beschikking van 20 december 2011, COMP/M.6382 - *Unipapel/spicers*, §46-51; Commissie beschikking van 21 mei 2014, COMP/M.7189 – *ALSO/Alpha International*, §9.

<sup>58</sup> Randnummers 77-81 van het Ontwerp van beslissing.

<sup>59</sup> Randnummers 82-91 van het Ontwerp van beslissing.

<sup>60</sup> Randnummers 92-98 van het Ontwerp van beslissing.

<sup>61</sup> Randnummers 103-105 van het Ontwerp van beslissing.

## OM DEZE REDENEN

Beslist het Mededingingscollege bij toepassing van artikel 61, §1, en artikel 61, §2, eerste lid, 1° WER:

1. Dat de verwerving van de uitsluitende zeggenschap over All 4 U B.V. door ALSO Deutschland GmbH, aangemeld bij de Belgische Mededingingsautoriteit onder nr. MEDE-C/C-17/0021 binnen het toepassingsgebied valt van de regels van concentratietoezicht in het WER,
2. Dat deze concentratie toelaatbaar is.

Aldus beslist op 4 juli 2017 door het Mededingingscollege samengesteld uit Jacques Steenbergen, voorzitter van de Belgische Mededingingsautoriteit en van het Mededingingscollege, Carmen Verdonck en Chris Verleye, assessoren van de Belgische Mededingingsautoriteit.

Voor het Mededingingscollege,

J. Steenbergen  
voorzitter