

VERSION PUBLIQUE

Le Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence

Décision n° ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016 en application de l'article IV.61, §1, 1° et §2, alinéa 1^{er} du Code de droit économique inséré par les lois du 3 avril 2013

Affaire n° CONC-C/C-16/0035

Acquisition par la société Cebeo NV du contrôle exclusif des sociétés Group Cheyns NV et Cheyns NV.

I. Procédure

1. Des projets de notification ont été successivement transmis le 14 juillet, 5 août et 27 septembre 2016.
2. Afin de pouvoir juger de l'importance et des conséquences possibles de la présente concentration, des demandes de renseignements ont été adressées aux principaux clients, concurrents et fabricants des parties à la concentration au cours de la pré-notification, avec l'autorisation préalable de la partie notifiante.
3. Le 14 octobre 2016, l'Auditorat a reçu notification, conformément à l'article IV.10, §1er du Livre IV « Protection de la concurrence » du Code de droit économique (ci-après dénommé « CDE ») inséré par la loi du 3 avril 2013, d'une opération de concentration au sens de l'article IV.6. du CDE par laquelle la société Cebeo NV acquiert le contrôle exclusif des sociétés Group Cheyns NV et Cheyns NV.
4. Conformément à l'article IV 27.§2 et §3 du CDE, l'Auditeur-général a désigné Monsieur Patrick Marchand, Auditeur, comme auditeur en charge de l'instruction de cette affaire assisté de Madame Michèle Makoko et Monsieur Cosimo Capierrri, Attachés, tous trois membres de l'Autorité belge de la concurrence (ci-après dénommée « ABC ») afin d'accomplir les devoirs d'instruction. L'auditeur tiers désigné est Madame Marielle Fassin, Auditeur.
5. Le 24 novembre 2016, l'Auditorat a déposé le projet de décision au Collège de la Concurrence et en a transmis copie à la partie notifiante.
6. Le 24 novembre 2016, le Président a composé le Collège de la concurrence.
7. Le 12 décembre 2016, le Collège de la concurrence a entendu la partie notifiante et l'auditeur en présence du directeur des affaires économiques.

II. Les parties concernées

II.1 La partie notifiante

8. Cebeo NV (ci-après, « Cebeo» ou la « Partie notifiante ») est une société anonyme de droit belge, dont le siège social est établi au 63 Eugène Bekaertlaan à 8790 Waregem. Cebeo est un distributeur-grossiste de matériel électrique aux professionnels actifs dans les services techniques et les solutions pour les secteurs résidentiel, tertiaire et industriel. Elle achète auprès des fabricants et distribue du matériel électrique aux professionnels destinés aux ouvrages résidentiels, non résidentiels et industriels : matériel technique d'installation, câble, domotique, éclairage, HVAC (chauffage, ventilation, refroidissement). Cebeo distribue également des engins de levage et de manutention ainsi que de l'outillage professionnel et électroménager.

9. Cebeo est principalement active en Belgique où elle possède 34 points de vente¹.

10. Cebeo est une filiale de Sonepar Belgium SA qui fait partie du groupe français Sonepar.

II.2 Autres parties à la concentration : sociétés cibles

11. La transaction porte sur l'acquisition du contrôle exclusif des sociétés Group Cheyns NV et Cheyns NV (ci-après conjointement « Cheyns »), dont les sièges sociaux sont établis au 7 Zwingelaarsstraat à 8500 Kortrijk.

12. La société Cheyns NV est détenue à 89,674% par la société Group Cheyns NV, elle-même contrôlée par Marc Cheyns.

13. Cheyns est un distributeur-grossiste de matériel électrique destiné aux professionnels qui achète auprès de fabricants et distribue du matériel électrique aux professionnels : matériel technique d'installation, câbles, éclairage, domotique, HVAC. Cheyns distribue également de l'outillage professionnel.

14. Cheyns est principalement active en Belgique où elle possède 10 points de vente².

II.3 Les représentants

Maîtres Filip TUYTSCHAEVER et Sébastien ENGELÉN

CONTRAST

Minervastraat 5

1930 Zaventem

Belgique

Tel : +32 2 275 00 75

Email : filip.tuytschaever@contrast-law.be ; sebastien.engelen@contrast-law.be

¹ Notification – annexe 6.7

² Notification - Annexe 6.7

III. Le projet de décision

15. L'auditeur a déposé le projet qui suit:

« [...]

III.1 Description de l'opération

13. La présente notification concerne l'acquisition par Cebeo de la totalité des actions de la société Group Cheyns NV et la totalité des actions de la société Cheyns NV non-détenues par la société Group Cheyns NV conformément à l'accord d'achat signé par les parties le 29 avril 2016³. La concentration est soumise à l'autorisation préalable de l'Autorité belge de la Concurrence.

III.2 Raisons stratégiques et économiques de la concentration

14. Selon la partie notifiante⁴, l'intégration de Cheyns s'inscrit dans le cadre de la stratégie de croissance de Cebeo.

15. Les activités, l'organisation et l'expertise de Cheyns seraient largement complémentaires de celles de Cebeo au niveau du réseau d'agences, de l'approche du marché industriel et de l'organisation logistique. S'agissant de ce dernier point, la partie notifiante souligne que, [CONFIDENTIEL / SECRET D'AFFAIRES]. De plus, Cebeo et Cheyns ont en commun des cultures d'entreprise d'inspiration familiale très semblables.

III.3 Délais d'instruction après notification

Notification concentration	14 octobre 2016
Début délai	17 octobre 2016
Dépôt du projet de décision (25 jours ouvrables)	24 novembre 2016
40 jours ouvrables	15 décembre 2016

IV. Seuils

16. Les parties à la présente concentration sont des entreprises au sens de l'article I.1.1° du CDE et l'opération notifiée est une opération de concentration au sens de l'article IV.6, §1er du CDE.

17. Les chiffres d'affaires pour le dernier exercice (2015) du groupe Sonepar et de Cheyns sont les suivants :

³ Notification - Annexe 4

⁴ Notification, pp. 12 et 17.

<i>Chiffre d'affaires 2015 (M€)</i>	<i>Groupe Sonepar (CA consolidé)</i>	<i>Sociétés cibles</i>
Mondial	20.200	CONFIDENTIEL/ SECRET D'AFFAIRES
UE	CONFIDENTIEL/ SECRET D'AFFAIRES	CONFIDENTIEL/ SECRET D'AFFAIRES
Belgique	> 40 mio EUR	> 40 mio EUR

18. Il en ressort que les seuils de chiffres d'affaires visés à l'article IV.7, §1er du CDE sont atteints et que les seuils européens ne le sont pas. La concentration est notifiable en Belgique.

V. Définition de marché

V.1 Préambule

19. Les principaux secteurs économiques concernés par la concentration sont :

- (Nace 46.43) Commerce de gros d'appareils électroménagers
- (Nace 46.69) Commerce de gros d'autres machines et équipements
- (Nace 46.73) Commerce de gros de bois, de matériaux de construction et d'appareils sanitaires.

20. L'Opération dont question concerne les secteurs du commerce de gros de matériel électrique et d'outillage professionnel en Belgique. La Commission européenne, les Autorités belge et française de la Concurrence ont déjà examiné lesdits secteurs lors d'opération de concentration diverses (voir sections suivantes) et ont distingué les marchés amonts (achats auprès des fabricants – ci-après sections V.2 et V.3) du marché aval (ventes des distributeurs-grossistes– ci-après section V.4 à V.6).

V.2 Marchés amonts de l'approvisionnement en matériel électrique

V.2.1 Marchés de produit

i) Pratique décisionnelle

A. Commission européenne

21. Dans sa pratique décisionnelle⁵, la Commission européenne (ci-après « la Commission »), identifie 5 marchés de produits distincts au niveau de l'approvisionnement en matériel électrique.

⁵ Décision de la Commission européenne du 17 juillet 2000, aff. M.2036 Hagemeyer/WF Electrica ; Décision de la Commission européenne du 22 février 2008, aff. M.4963 Sonepar/Rexel Germany ; Décision de la Commission européenne du 8 février 2008, aff. M.5029 Rexel/Hagemeyer.

22. Les marchés de produits identifiés sont :

- (i) Approvisionnement en câbles (ce marché de produits inclut tout type de fils et câbles distribuant de l'énergie, courants faibles (p.ex., téléphonie) et instrumentation, à l'exception de la haute tension),
- (ii) Approvisionnement en appareils et sources d'éclairage (ce marché de produits inclut tout type de luminaire et de lampe),
- (iii) Approvisionnement en matériel technique d'installation (ce marché de produits inclut armoires électriques, protections électriques, composants, disjoncteurs, fusibles, prises, interrupteurs, coffrets, tableaux, contacteurs, automates programmables, etc.),
- (iv) Approvisionnement en génie climatique (HVAC) (ce marché de produits inclut chauffage électrique (air + eau), système de ventilation, air conditionné, systèmes d'énergie renouvelable (photovoltaïque, pompes à chaleur, ...), et
- (v) Approvisionnement en produits de communication et de sécurité (domotique – ce marché de produits inclut système audio, vidéo, alarme, domotique, réseau (datacom),...).

23. La Commission considère que les marchés de l'approvisionnement auprès des fabricants comprennent sans distinction, tant les achats effectués par les distributeurs-grossistes que les achats par les grandes surfaces de bricolage (ci-après «GSB»)⁶.

24. La Commission européenne considère que les ventes effectuées directement par des fabricants à des consommateurs industriels (ci-après « ventes directes ») ne sont pas en concurrence avec les ventes aux distributeurs-grossistes. Les achats effectués directement par des consommateurs industriels ou tertiaires auprès des fabricants ne devraient dès lors pas être intégrés dans le marché amont de l'approvisionnement en matériel électrique.

B. Autorité française de la Concurrence

25. La pratique décisionnelle de l'Autorité française de la Concurrence⁷ est largement calquée sur la pratique décisionnelle de la Commission exposée précédemment dans sa délimitation du marché de produits : « La pratique décisionnelle communautaire et nationale⁸ recense cinq familles de produits constituant chacune un marché distinct, dans la mesure où les conditions de concurrence diffèrent fortement d'une famille de produits à l'autre. Ces marchés de produits sont les suivants : (i) l'appareillage domestique (composants, disjoncteurs, fusibles, prises, interrupteurs, etc.) ; (ii) l'éclairage (lampes et appareils d'éclairage) ; (iii) les fils électriques, câbles et canalisations (câbles, fibres optiques, gaines, conduits, etc.) ; (iv) le génie climatique (circuits de ventilation, chauffage électrique, climatisation, pompes à chaleur, etc.) ; et (v) les composants pour systèmes de communication et de sécurité (systèmes de contrôle d'accès, de vidéosurveillance, etc.). » Par contre, l'Autorité française de la Concurrence exclut des marchés de l'approvisionnement les achats par les GSB.

⁶ Décision de la Commission européenne COMP/M.5029 du 8 février 2008, Sonepar/Rexel Germany, paragraphe 19

⁷ Voy. notamment Décision de l'Autorité française de la Concurrence du 29 juin 2010 n° 10-DCC-65 relative à la prise de contrôle exclusif de la société C3F par la société Sonepar France ; Décision de l'Autorité française de la Concurrence du 5 octobre 2011 n° 11-DCC-147 relative à la prise de contrôle exclusif de la société United Refrigeration France SAS par la société G&L Beijer Ref AB ; Décision n°12-DCC-46 du 3 avril 2012 relative à la prise de contrôle des fonds de commerce de la société SCT Tutelectric par le groupe Rexel.

⁸ Voir notamment la lettre du ministre de l'économie du 9 mai 2003 aux conseils de la société Sonepar relative à une concentration dans le secteur de la distribution de matériel électrique et les décisions de la Commission européenne COMP/M.2036 du 17 juillet 2000, Hagemeyer/WF Electrica ; COMP/M.5029 du 8 février 2008, Sonepar/Rexel Germany ; COMP/M. 4963 du 22 février 2008, Rexel/Hagemeyer.

C. Autorité belge de la Concurrence

26. Dans sa décision du 21 mai 2012 concernant la concentration Rexel Belgium / La Grange Beheer⁹, le Conseil belge de la concurrence a suivi la jurisprudence française précitée et a ajouté une sixième catégorie : (vi) approvisionnement en électroménager.

ii) Point de vue de la partie notifiante

27. Selon la partie notifiante¹⁰, il convient de distinguer les marchés de produit amonts de l'approvisionnement en matériel électrique selon les six catégories de produits achetés auprès des fabricants.

28. Pour appréhender correctement ces six marchés amonts de l'approvisionnement en matériel électrique, il convient de :

- *Comptabiliser les achats des distributeurs-grossistes professionnels, sans inclure ni les achats des GSB ni des distributeurs-grossistes « grand public », spécialisés dans la vente aux GSB.*

Vu que leurs clients ont des besoins différents, les distributeurs-grossistes et les GSB n'achètent pas le même matériel. Cela est confirmé par le fait que les fabricants adaptent leur gamme en fonction du réseau : ils commercialisent des produits spécifiques à destination du monde professionnel, non disponibles sur le réseau « grand public ». Lorsque des articles de matériel électrique sont proposés dans les deux réseaux, les tailles et conditionnements sont différents;

- *Cumuler les achats des distributeurs-grossistes généralistes et spécialistes. Les distributeurs grossistes généralistes et spécialistes sont des acheteurs concurrents : leurs achats concernent les mêmes produits auprès des mêmes fabricants; et*
- *Inclure les achats directs auprès des fabricants par les clients professionnels. Les clients finaux s'approvisionnent directement auprès des fabricants. Les clients finaux sont ainsi des acheteurs concurrents aux distributeurs-grossistes généralistes et aux distributeurs-grossistes spécialistes sur les marchés amonts : leurs achats concernent les mêmes produits auprès des mêmes fabricants.*

29. Cebeo précise¹¹ que les ventes directes induisent un bypass des distributeurs grossistes et mettent directement en rapport commercial les fabricants avec les acheteurs professionnels. Par conséquent, le fabricant dispose d'une nouvelle catégorie d'acheteurs concurrents aux distributeurs-grossistes, ce qui a pour corollaire une diminution des parts de marchés de ceux-ci sur les marchés amonts de l'approvisionnement et une augmentation corrélative des parts de marché des acheteurs s'approvisionnant directement auprès des fabricants.

iii) Instruction

30. Dans le cadre de l'instruction, de nombreuses demandes de renseignements ont été adressées aux différents acteurs (distributeurs-grossistes, fabricants, clients) des marchés amonts et aval concernés en application de l'article IV.41 §§ 2 et 3 du CDE.

31. Les distributeurs-grossistes concurrents (généralistes et spécialistes) et les fabricants ont été interrogés sur la définition des marchés de produit amonts de l'approvisionnement en matériel électrique. Leurs réponses sont univoques et confirment la distinction en cinq marchés de produits

⁹ Décision du Conseil belge de la concurrence n°2012-C/C-14 du 21 mai 2012, Rexel Belgium SA/La Grange Beheer SA – Immo LG SPRL

¹⁰ Notification p. 23-25.

¹¹ Notification p. 48.

distincts (hors électroménager), conformément à la jurisprudence susmentionnée. L'exclusion des achats « GSB » est également approuvée par la quasi-totalité des acteurs du marché¹².

32. Les tiers susmentionnés ne se sont pas prononcés formellement sur l'inclusion ou non des ventes directes dans les marchés amonts. Cependant, ils estiment majoritairement que les ventes directes des fabricants ne doivent pas être incluses dans le marché aval du commerce de gros de matériel électrique pour des raisons similaires à celles retenues par la Commission dans ses décisions précitées.

iv) Conclusion de l'auditeur

33. L'auditeur ne voit pas de raison de s'écarter de la définition de marché retenue par l'auditorat dans la décision Rexel Belgium / La Grange Beheer précitée.

34. Pour ce qui concerne la prise en compte des ventes directes par les fabricants, l'auditeur ne suit pas le raisonnement tenu par la Partie notifiante selon lequel l'exclusion des ventes directes des fabricants des marchés amonts ne reflèterait pas la réalité du marché. Concrètement, l'auditeur observe que (i) un acheteur industriel ou tertiaire qui s'approvisionne directement auprès d'un fabricant n'est pas un concurrent des distributeurs-grossistes, (ii) les achats sont réalisés selon des procédures ou par des clients spécifiques (marchés publics, tableautiers, industrie lourde), (iii) la taille et la complexité des projets diffèrent, et (iv) les fabricants n'offrent pas (toujours) la totalité de leur assortiment en vente directe.

V.2.2 Marché géographique

i) Pratique décisionnelle

35. Dans les décisions européennes, françaises ou belges précitées, la dimension géographique des marchés amonts de l'approvisionnement en matériel électrique est systématiquement retenue comme étant nationale, dans la mesure où il existe des différences nationales en matière de produits et marques commercialisés, de réglementation et de niveau de prix. Cette appréciation est notamment corroborée par le fait que les négociations commerciales entre les fabricants et les distributeurs-grossistes sont généralement menées au niveau national.

ii) Point de vue de la partie notifiante

36. La Partie notifiante est également d'avis que le marché géographique de chacun des marchés amonts de l'approvisionnement en matériel électrique est de dimension nationale.

iii) Instruction

37. L'instruction menée auprès des concurrents grossistes-distributeurs comme auprès des fabricants confirme le caractère national de ce marché¹³.

iv) Conclusion de l'auditeur

38. Vu ce qui précède, l'auditeur retient une dimension géographique nationale pour les marchés amonts de l'approvisionnement en matériel électrique.

¹² Voir notamment réponse de Legrand du 30/10/2016, de Stagobel Electro du 4/11/2016, de Rexel du 4/11/2016.

¹³ Voir notamment réponse de Legrand du 30/10/2016, de Stagobel Electro du 4/11/2016, de Rexel du 4/11/2016, de Lightelec du 4/11/2016

V.2.3 Marchés affectés

i) Approvisionnement en câbles

39. Selon la Partie notifiante¹⁴, les parts de marché sont les suivantes :

CÂBLES	2015	
	Hors ventes directes	
En valeur	Achats (M€)	PdM (%)
Cebeo	[confidentiel/secret d'affaires]	[20-30]%
Cheyns	[confidentiel/secret d'affaires]	[0-5]%
Total Parties	[50-100]	[30-40]%
Rexel	[confidentiel/secret d'affaires]	[10-20]%
Trilec	[confidentiel/secret d'affaires]	[5-10]%
Gibed (Imelco)	[confidentiel/secret d'affaires]	[0-5]%
Claessen ELGB	[confidentiel/secret d'affaires]	[0-5]%
Autres	[confidentiel/secret d'affaires]	[30-40]%
Marché total	[200-300]	100%

IHH (avant operation)	[confidentiel/secret d'affaires]
IHH (après operation)	[confidentiel/secret d'affaires]
Delta	[confidentiel/secret d'affaires]

40. Sur base des réponses des principaux fournisseurs des parties interrogés, l'Auditorat estime réaliste l'estimation du marché total fournie par les parties (hors ventes directes) et donc leurs parts de marché sur celui-ci.

¹⁴ Notification, p. 45.

ii) Approvisionnement en matériel technique d'installation

41. Selon la Partie notificante, les parts de marché sont les suivantes¹⁵ :

MATÉRIEL TECH. D'INSTAL	2015	
	Hors ventes directes	
En valeur	Achats (M€)	PdM (%)
Cebeo	[confidentiel/secret d'affaires]	[20-30]%
Cheyns	[confidentiel/secret d'affaires]	[0-5]%
Total Parties	[100-150]	[30-40]%
Rexel	[confidentiel/secret d'affaires]	[20-30]%
Trilec	[confidentiel/secret d'affaires]	[5-10]%
Gibed ⁴¹ (Imelco)	[confidentiel/secret d'affaires]	[0-5]%
Claessen ELGB	[confidentiel/secret d'affaires]	[0-5]%
Autres	[confidentiel/secret d'affaires]	[30-40]%
Marché total	[confidentiel/secret d'affaires]	100%

IHH (avant operation)	[confidentiel/secret d'affaires]
IHH (après operation)	[confidentiel/secret d'affaires]
Delta	[confidentiel/secret d'affaires]

42. Sur base des réponses des principaux fournisseurs des parties interrogés, l'Auditorat estime réaliste l'estimation du marché total fournie par les parties (hors ventes directes) et donc leurs parts de marché sur celui-ci.

iii) Autres marchés de l'approvisionnement en matériel électrique

43. Sur les autres marchés amonts de l'approvisionnement en matériel électrique (Eclairage, HVAC et Communication/Sécurité), les parts de marchés cumulées de Cebeo et de Cheyns sont inférieures à 25%. Ces marchés ne sont donc pas affectés.

¹⁵ Notification p. 46.

V.3 Marchés amonts de l'approvisionnement en outillage professionnel

V.3.1 Marché de produit

i) Pratique décisionnelle

44. Sur le marché amont de l'approvisionnement en outillage, la Commission¹⁶ opère traditionnellement une double distinction :

- D'une part, selon le type de clientèle du produit. Elle sépare ainsi l'outillage que la clientèle non-professionnelle trouve en GSB de l'outillage destiné à la clientèle professionnelle.
- D'autre part, selon le mode de fonctionnement du produit. La pratique décisionnelle de la Commission distingue trois catégories d'outillage : les outils électriques, les outils pneumatiques et les outils manuels¹⁷. En effet, les outils électriques, pneumatiques et manuels se distinguent par certaines de leurs caractéristiques, comme la source d'énergie qu'il est nécessaire de déployer pour pouvoir les utiliser, le savoir-faire requis pour les produire ou leur prix à la vente.

ii) Point de vue de la partie notificante

45. La Partie notificante partage la définition du marché de produit retenue par la Commission.

iii) Conclusion de l'auditeur

46. L'Auditeur retient également la définition de la Commission.

V.3.2 Marché géographique

i) Pratique décisionnelle

47. La Commission estime que le marché géographique de l'approvisionnement en outillage professionnel est de dimension nationale¹⁸

ii) Point de vue de la partie notificante

48. La Partie notificante partage la position de la Commission selon laquelle le marché géographique de l'approvisionnement en outillage professionnel est de dimension nationale. En effet, les négociations entre fabricants et distributeurs-grossistes ont lieu au niveau national.

49. De plus, à la connaissance de la Partie notificante, les prix entre les fabricants et les distributeurs sont fixés de façon homogène sur l'ensemble du territoire national et peuvent varier d'un État membre à un autre.

iii) Point de vue de l'auditeur

50. L'auditeur retient une dimension géographique nationale du marché de l'approvisionnement en outillage professionnel.

V.3.3 Marchés concernés mais non affectés

51. La partie notificante indique que Cebeo et Cheyns ne sont présents sur ces marchés que dans la mesure où leur clientèle est une clientèle professionnelle et ont une demande (occasionnelle) pour cet outillage. Cebeo et Cheyns ne sont pas présents dans l'outillage professionnel pneumatique.

¹⁶ Décision n°10-DCC-65 du 29 juin 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société C3F par la société Sonepar France, décision de l'Autorité française de la concurrence n°12-DCC-46 du 3 avril 2012 relative à la prise de contrôle des fonds de commerce de la société SCT Toutelectric par le groupe Rexel.

¹⁷ Décision de la Commission européenne COMP/M.5717 du 12 mars 2010, The Stanley Works/ The Black & Decker Corporation.

¹⁸ Ibid.

52. Quelle que soit la définition du ou des marchés amont de l'approvisionnement en outillage professionnel, les parts de marché cumulées de Cebeo et Cheyns sont largement inférieures à 25%.

53. Le(s) marché(s) amont(s) d'approvisionnement en outils professionnels ne sont donc pas des marchés affectés.

V.4 Marché aval du commerce de gros de matériel électrique

V.4.1 Marché de produit

i) Pratique décisionnelle

A. Commission européenne

54. Sur le marché aval du commerce en gros de matériel électrique, la Commission n'opère pas de distinction entre les différentes catégories de produits électriques puisqu'afin de répondre à l'ensemble des besoins de leur clientèle, les grossistes de matériel électrique proposent généralement toutes les catégories de produits susmentionnées. Les distributeurs-grossistes proposent une sorte de guichet unique à leurs clients où toutes les familles de produits sont représentées.

55. Dans ses décisions Hagemeyer / ABB et Hagemeyer / WF Electrical¹⁹, la Commission a estimé qu'il convenait de distinguer les ventes directes des fabricants de celles des distributeurs-grossistes. Selon la Commission, les ventes directes des fabricants ne seraient pas substituables aux ventes des distributeurs-grossistes dans la mesure où les fabricants ne peuvent vendre que leurs propres produits et n'offrent pas une gamme de produits aussi large que celle des distributeurs-grossistes. En conséquence, la Commission a refusé d'inclure les ventes directes des fabricants dans le marché aval du commerce de gros de matériel électrique.

B. Autorité belge de la concurrence

56. Sur le marché aval de la distribution aux professionnels de matériel électrique, le Conseil de la concurrence n'a pas non plus opéré de distinction entre les différentes familles de produits électriques hormis pour la sixième catégorie identifiée en amont (et maintenue en aval) pour l'électroménager : « ... l'électroménager constitue à cet égard une exception notable parce que cette catégorie se démarque nettement des autres catégories de matériel électrique quant aux systèmes de distribution utilisés par les fournisseurs et les réponses aux questions posées lors de l'instruction soutiennent le caractère distinct de l'électroménager ». ²⁰

ii) Point de vue de la partie notificante

57. La partie notificante définit le marché de produit du commerce de gros de matériel électrique comme un seul marché, qui englobe ce qui suit :

- Il s'agit d'un marché unique : absence de distinction entre les catégories de matériel électrique
- Les ventes des distributeurs-grossistes généralistes et des distributeurs-grossistes spécialistes sont substituables et font partie du même marché
- Les ventes directes des fabricants font partie du marché concerné
- Les ventes en ligne font partie du marché concerné.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Décision du Conseil belge de la concurrence n°2012-C/C-14 du 21 mai 2012, Rexel Belgium SA/La Grange Beheer SA – Immo LG SPRL, point 40.

1) marché unique : absence de distinction entre les catégories de matériel électrique²¹

58. La partie notifiante suit en cela la pratique décisionnelle de la Commission et des Autorités de la concurrence française et belge qui n'opèrent pas de distinction entre les différentes catégories de matériel électrique (hors électroménager).

2) Les ventes des distributeurs-grossistes généralistes et des distributeurs-grossistes spécialistes sont substituables²²

59. En principe, le distributeur-grossiste spécialiste doit apporter une offre et une technicité plus approfondies dans son marché « produits », y compris dans le conseil ou les études sur projets. Néanmoins de nombreux distributeurs-grossistes dits « spécialistes » sont simplement spécialisés, dans le sens où ils font le choix d'offrir massivement une gamme réduite, sans apporter une expertise spécifique.

60. Les distributeurs-grossistes généralistes et spécialistes sont aussi en concurrence sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique. Sur le marché du matériel électrique, les distributeurs-grossistes spécialistes s'adressent notamment aux installateurs tertiaires ou aux installateurs industriels²³.

61. La croissance des ventes en ligne et l'importance des livraisons sur chantier ou au dépôt du client constitue un élément supplémentaire qui vient mettre en concurrence directe un distributeur-grossiste spécialiste (même de taille modeste) et un distributeur-grossiste généraliste.

62. Confronté à ce phénomène, Cebeo a entrepris de s'organiser en tant que multi-spécialiste au même titre que son concurrent Rexel qui revendique être un fournisseur de solution et non exclusivement de matériel électrique.

63. Bien que la gamme des produits électriques offerts aux professionnels par les distributeurs-grossistes généralistes est en théorie moins approfondie que celle des distributeurs-grossistes spécialistes, les clients professionnels les considèrent comme une alternative crédible.

3) Les ventes directes des fabricants font partie du marché concerné²⁴

64. Contrairement à la pratique décisionnelle de la Commission et du Conseil belge de la concurrence, la Partie notifiante considère que les ventes directes des fabricants devraient être intégrées dans le marché aval du commerce de gros de matériel électrique, notamment pour les raisons suivantes :

- Cebeo et Cheyns retrouvent régulièrement des fabricants (par exemple [CONFIDENTIEL]) comme concurrents chez des clients et dans les marchés publics. Les distributeurs-grossistes professionnels sont donc en concurrence directe avec les fabricants des produits, surtout pour les clients qui ont des besoins importants et récurrents ;
- Grâce au développement de la vente en ligne, les fabricants ont désormais la capacité, avec des moyens commerciaux et logistiques limités, de s'adresser également à la clientèle plus diffuse des installateurs qui constitue la clientèle traditionnelle des distributeurs-grossistes ;
- Les exemples d'une concurrence directe entre les fabricants et les distributeurs-grossistes sont nombreux. Parmi les fabricants principaux fournisseurs de Cebeo et Cheyns plusieurs font clairement état de leur activité de vente directe dans leurs rapports annuels ([CONFIDENTIEL]) ;
- Tous les clients importants de Cebeo et Cheyns s'approvisionnent directement chez les fabricants.

²¹ Notification, p.28

²² Notification, p.29

²³ Voir notamment rapport annuel 2014 du groupe Legrand, point 3.1.1.1.3

²⁴ Notification p.31.

65. La contrainte concurrentielle exercée par les fabricants est donc réelle et significative.

4) Les ventes en ligne font partie du marché concerné²⁵

66. La partie notifiante estime ne pas pouvoir suivre la distinction effectuée dans la décision du Conseil de la concurrence sur ce point, cette position ne correspondant pas à la réalité du marché en 2016 et les ventes sur internet par des entreprises présentes et non présentes physiquement en Belgique devant également être prises en compte dans la définition du marché pour plusieurs raisons :

- D'une part, les fabricants de matériel électrique disposent de leur propre site web et sont de plus en plus nombreux à proposer un service de e-commerce qui permet aux utilisateurs finaux de commander sans passer par un grossiste (phénomène des ventes directes abordé ci-avant).
- D'autre part, internet constitue véritablement un canal de distribution alternatif à celui proposé par les entreprises possédant un réseau physique en Belgique. Ces « pure players » proposent un large choix de références sans pour autant disposer d'agence physique et des prix très attractifs pour les professionnels.

67. La Partie notifiante estime dès lors que les ventes sur internet devraient être incluses dans la définition du marché du commerce de gros de matériel électrique. Elle n'est toutefois pas en mesure de quantifier le volume de ces ventes de sorte qu'elle consent à ce qu'elles soient (au minimum) prises en considération en tant qu'élément de pression concurrentielle.

iii) Instruction

68. Lors de l'instruction, une attention particulière a été portée sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique. Les catégories d'entreprises interrogées sont les suivantes :

- Clients (installateurs de matériel électrique - sélection effectuée via la base de données de Fedelec) : 135 réponses exploitables²⁶ sur plus de 500 clients interrogés
- Distributeurs-grossistes généralistes : 9 réponses sur les 9 entreprises interrogées
- Distributeurs-grossistes spécialistes : 20 réponses reçues dont 14 exploitables²⁷ sur 44 interrogés
- Fabricants : 15 réponses sur 15 fabricants interrogés

1) marché unique : absence de distinction entre les catégories de matériel électrique

69. L'ensemble des distributeurs-grossistes généralistes, une grande majorité des distributeurs grossistes spécialistes et les fabricants n'opèrent pas de distinction entre les différentes catégories de produits du marché aval²⁸.

2) Substituabilité des ventes des distributeurs-grossistes généralistes et des distributeurs-grossistes spécialistes

70. Les clients sont 56% à considérer que les distributeurs-grossistes spécialistes sont une alternative crédible aux distributeurs-grossistes généralistes. En terme de choix, les distributeurs-grossistes

²⁵ Notification p.33.

²⁶ Sont considérées comme non exploitables, les entreprises non actives ou qui n'ont pas répondu à la question

²⁷ Sont considérées comme non exploitables, les réponses de 6 entreprises qui soit sont des fabricants, soit ne sont pas présentes sur les marchés concernés.

²⁸ Voir notamment réponse de Legrand du 30/10/2016, de Stagobel Electro du 4/11/2016, de Rexel du 4/11/2016, également réponse de Lightelec du 4/11/2016

généralistes, spécialistes et fabricants représentent respectivement 70 %, 23 % et 7 % des fournisseurs des répondants.

71. Les distributeurs-grossistes spécialistes sont 8 (sur 12) à répondre par l'affirmative et 3 par la négative. Les réponses négatives sont surtout justifiées par l'importance des conseils spécialisés qu'ils donnent en comparaison avec les généralistes.

72. Parmi les distributeurs-grossistes généralistes, six (sur 15) estiment que les ventes des distributeurs-grossistes spécialistes sont en concurrence avec les ventes des distributeurs-grossistes généralistes sur le marché en aval. Deux de ces distributeurs se considèrent également comme partiellement des distributeurs-grossistes spécialistes.

73. Deux distributeurs-grossistes généralistes considèrent que les distributeurs-grossistes spécialistes ne leur font pas concurrence. Un de ces distributeurs ne fait référence qu'à la distribution spécialisée des produits liés aux énergies vertes.

74. Certains distributeurs-grossistes généralistes se considèrent également comme partiellement des spécialistes (dont Cebeo), alors que certains distributeurs-grossistes spécialistes cités par la Partie notifiante se présentent soit comme fabricants, soit sont actifs sur la plupart des catégories du marché en aval du commerce de gros de matériel électrique, les assimilant plutôt à des généralistes.

75. Quant aux fabricants, une majorité d'entre eux estime que les distributeurs-grossistes généralistes et spécialistes sont présents sur le même marché ou exercent au moins une pression concurrentielle.

3) Prise en compte des ventes directes des fabricants dans le marché du commerce de gros de matériel électrique

76. Comme indiqué ci-dessus, les fabricants sont cités à concurrence de 7% dans le choix des fournisseurs des clients installateurs de matériel électrique.

77. La majorité (8/12) des distributeurs-grossistes spécialistes considèrent que les fabricants ne sont pas des concurrents.

78. La majorité des distributeurs-grossistes généralistes estiment que les ventes directes des fabricants sont en concurrence avec les ventes des distributeurs-grossistes sur le marché aval. Toutefois, l'un de ces distributeurs précise que c'est dans une faible mesure. Un autre distributeur explique que la tendance des ventes directes est pour l'instant limitée et qu'elle concerne surtout des clients finaux avec des volumes d'achats importants.

79. Deux distributeurs-grossistes sont d'avis que les ventes directes ne sont pas en concurrence avec les ventes des fabricants sur le marché aval.

80. Selon l'un de ces distributeurs, les ventes directes ne visent que certains marchés exceptionnels avec des entreprises importantes. L'autre distributeur précise que les distributeurs-grossistes offrent une solution de guichet unique alors que les fabricants n'offrent de produits que dans la catégorie dans laquelle ils sont actifs et uniquement de leur marque. Ensuite, les fabricants n'ont pas la capacité logistique pour effectuer des livraisons dans des délais courts et les coûts de distribution des fabricants ne sont couverts que pour des quantités importantes et des projets de grande ampleur. Par ailleurs, il y a une série de services offerts par les grossistes mais pas par les fabricants (service après-vente, livraison 24h, gestion produits, support technique, conseils professionnels et facilités de paiement). Cet autre distributeur explique que les clients professionnels se tournent généralement vers les fabricants lorsqu'il s'agit de produits plus spécifiques dans le cadre de projets importants ou pour des activités récurrentes. Alors que pour des produits plus standard et pour de plus petites quantités, les clients professionnels s'adressent plutôt aux distributeurs-grossistes. Plus le client est petit moins il est susceptible de s'adresser

à un fabricant. Pour les petits installateurs, la clientèle traditionnelle des distributeurs-grossistes, le recours à un distributeur est la garantie d'une disponibilité immédiate, d'une livraison rapide et d'un accès aisé. Ce sont plutôt les clients industriels et les grands installateurs qui sont susceptibles de s'adresser directement aux fabricants pour des projets complexes et de grande ampleur ou des activités récurrentes.

81. Bien qu'un nombre important de fabricants considèrent que les ventes directes sont en concurrence avec les ventes des distributeurs-grossistes, ces réponses doivent être nuancées. En effet, la majorité de ces fabricants ne font pas de la vente directe ou celle-ci représente moins de 15% de leurs ventes. Pour la plupart de ces fabricants, les distributeurs-grossistes représentent 60% à 100% de leur clientèle.

82. Deux fabricants, réalisant plus de la moitié de leur chiffre d'affaires avec les ventes directes, estiment que les ventes directes ne font pas partie du même marché aval. Un de ces fabricants explique que son objectif est de soutenir ses clients dans la réalisation de projets importants nécessitant une grande quantité et variété de câbles. Il ajoute que pour les besoins journaliers, ces clients s'adressent aux distributeurs-grossistes en raison notamment de leur atout logistique. Alors que la logistique n'est pas son point fort. L'autre fabricant explique que les ventes directes sont spécifiques : elles sont plutôt basées sur des volumes importants, elles nécessitent une certaine connaissance et elles comportent une certaine complexité.

83. En ce qui concerne les conditions auxquels ces fabricants acceptent de réaliser des ventes directes, un fabricant a indiqué que son choix est guidé par la rentabilité. Plusieurs autres fabricants ont énuméré différentes conditions telles que le type de client (gros clients, clients internationaux, marchés publics, appels d'offres, industrie lourde, tableautiers, OEM), la nature du projet (projet spécifique), la taille du projets, la complexité des projets, volumes importants, des produits spécifiques qui ne sont pas présents dans l'assortiment des fabricants, des produits sur mesure. En résumé, les clients des ventes directes ne sont pas les mêmes que les clients des distributeurs-grossistes.

84. Cebeo a soutenu que le développement des ventes en lignes permettrait aux fabricants, à un moindre coût commercial et logistique de s'adresser à une clientèle d'installateurs plus diffuse. Seuls deux fabricants disposent d'un site internet sur lequel il est possible d'effectuer des achats en ligne.

4) Prise en compte des ventes en ligne dans le marché du commerce de gros de matériel électrique

85. Sous ce titre, la partie notifiante reprend la vente en ligne effectuée par les fabricants sur leur site internet et la vente en ligne réalisée par des « pure players » n'ayant pas de siège en Belgique. L'Auditeur précise que le premier point est déjà traité sous 3). Par conséquent, les paragraphes suivants concernent uniquement la problématique des pure players.

86. Les distributeurs-grossistes spécialistes sont 10 (sur 13) à considérer que les ventes en ligne des pures players exercent une certaine pression concurrentielle mais seuls 4 d'entre eux estiment que ces ventes en ligne des pures players doivent être comptabilisées dans le marché du commerce de gros de matériel électrique.

87. Plus de la moitié des distributeurs-grossistes généralistes estiment que les ventes en ligne des pures players sont en concurrence avec les ventes des distributeurs-grossistes généralistes. Deux distributeurs-grossistes sont d'un avis contraire. L'un de ces distributeurs-grossistes précise que les prix pratiqués par les pure players sont moins intéressants et leur stock est limité. L'autre distributeur précise qu'actuellement, les pures players n'exercent pas de pression concurrentielle significative sur les grossistes et n'ont pas d'influence notable sur leurs ventes. En effet, l'achat en ligne ne semble pas recueillir l'adhésion des clients, l'aspect humain et la proximité restant des facteurs essentiels dans le secteur.

88. Plus de la moitié des fabricants estiment qu'il n'y a pas de concurrence ou que celle-ci est pour l'instant limitée.

89. Quatre fabricants (sur 15) estiment qu'il faut tenir compte des ventes en ligne des pure players. Un de ces fabricants précise que les ventes internet ont acquis une certaine importance. Les pure players proposent un large éventail de produits pour lesquels il n'est pas nécessaire d'avoir du stock. Comme ils n'offrent pas de soutien technique, cela représente un avantage sur le prix dont l'installateur peut bénéficier. L'installateur peut rassembler les informations auprès de son distributeur-grossiste pour ensuite chercher des prix bas sur internet au détriment de son distributeur-grossiste.

90. Concernant la valeur du marché des ventes en ligne des pure players, seuls deux distributeurs ont évalué les ventes des pure players à environ 60 millions d'euros soit environ 5% du marché aval. Un autre distributeur estime que ces ventes représentent 2% du marché aval. La plupart des distributeurs -dont Rexel, le plus important concurrent de Cebeo- n'ont pas été en mesure d'identifier des données pertinentes permettant d'établir une estimation fiable de la valeur de ces ventes.

91. Pour rappel, la Partie notificante n'a pas non plus été en mesure de quantifier le volume de vente des pure players.

iv) Conclusion de l'auditeur

92. Il ressort de l'instruction que les ventes réalisées par les distributeurs-grossistes spécialistes exercent une pression concurrentielle sur le marché aval. Toutefois, l'auditeur retient à ce stade pour son analyse l'option la plus conservatrice, à savoir que les ventes des distributeurs-grossistes spécialistes ne font pas partie du même marché.

93. Les résultats de l'enquête ne permettent pas de considérer que les ventes directes des fabricants sont en concurrence avec les ventes des distributeurs-grossistes. En effet, alors que le distributeur-grossiste généraliste offre un système de guichet unique c'est-à-dire une large gamme de produits de différentes catégories et de différentes marques, le fabricant n'offre que des produits de la catégorie dans laquelle il est actif et uniquement de sa marque. De plus, les ventes directes visent plutôt des gros clients, des projets de grande ampleur ou encore des produits spécifiques. Les ventes directes et les ventes des distributeurs-grossistes généralistes ne s'adressent donc que partiellement à la même clientèle.

94. L'auditeur ne dispose pas non plus d'éléments suffisants pour intégrer les ventes des pure players dans le marché. Pour autant que les estimations fournies soient correctes, si les ventes des pure players devaient être intégrées, cela n'aurait de toute façon qu'un impact limité sur les parts de marché après l'opération.

V.4.2 Marché géographique

i) Pratique décisionnelle

95. La Commission²⁹ et l'Autorité belge de la concurrence³⁰ considèrent que le marché aval du commerce de gros de matériel électrique est de dimension nationale.

ii) Point de vue de la partie notificante³¹

96. La Partie notificante partage la position selon laquelle le marché du commerce de gros de matériel électrique est de dimension nationale et considère que la prise en compte d'une approche locale du marché, reposant sur une analyse au cas par cas des zones de chalandise des agences ne reflète pas la situation du marché en Belgique, et ceci au moins pour les éléments énoncés ci-après.

²⁹ Décision de la Commission européenne COMP/M.4963 du 22 février 2008, Rexel/Hagemeyer, paragraphe 27

³⁰ Décision du Conseil belge de la concurrence n°2012-C/C-14 du 21 mai 2012, Rexel Belgium SA/La Grange Beheer SA – Immo LG SPRL, paragraphe 45

³¹ Notification, p. 34 et svtes.

97. **Du côté de l'offre**, les distributeurs-grossistes mettent en place des stratégies de distribution unifiées au niveau national (politique des prix, offres, stratégies commerciales et marketing, assortiment, démarchage et prospection via de représentants commerciaux, publicité, programme de fidélité, organisation du réseau, livraison nationale des produits)

98. Pour Cebeo, [50-100%] du matériel vendu est livré directement aux clients ou sur chantiers, les [20-40%] restants étant enlevés par les clients dans les agences (étant entendu que sur ces [20-40%], seuls [0-30%] concernent des ventes au comptoir). S'agissant de Cheyns, [50-100%] du matériel vendu est directement livré aux clients ou sur chantiers, les [20-40%] restants étant vendus et/ou enlevés par les clients dans les agences.

99. Il en ressort que, même en ne disposant que d'un réseau d'agences très limité, tout distributeur-grossiste peut parfaitement exercer ses activités sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique en livrant, en moins de 24h, tout client sur la totalité du territoire belge.

100. **Du côté de la demande**, il n'y a pas lieu de considérer la dimension locale de l'activité des agences des distributeurs-grossistes par le biais d'une analyse des zones de chalandise des agences.

101. Cebeo et Cheyns sont en effet des distributeurs-grossistes actifs dans le cadre de relations commerciales Business to Business (B2B) et non des revendeurs actifs au niveau Business to Consumer (B2C). Dans le cadre d'une relation B2B, le comportement de l'acheteur (une entreprise) est nettement moins dépendant de la proximité du vendeur. En ce qui concerne le commerce de gros de matériel électrique, un acheteur ne va pas nécessairement s'adresser à l'agence du distributeur-grossiste la plus proche de lui ou du chantier concerné, mais fera jouer la concurrence (en fonction de la qualité, du prix et des délais de livraison) et n'hésitera pas à recourir au service de livraison d'un distributeur-grossiste situé de l'autre côté du territoire belge si les conditions qu'il propose sont plus intéressantes.

102. La partie notifiante souligne aussi le rôle limité de agences :

- Les ventes en agence (ventes dites « au comptoir » ou « Over The Counter/OTC ») représentent en moyenne (pondérée) seulement [0-30%] des ventes de Cebeo et Cheyns ([0-30%] des ventes de Cebeo et [0-30%] des ventes de Cheyns), une partie des ventes trop limitée de l'activité d'un distributeur-grossiste pour qu'une analyse locale de la zone de chalandise soit requise.
- Les modes d'achats des clients de Cebeo et de Cheyns sont aussi symptomatiques : importance des commandes par le web (et emails), le téléphone et le fax (qui constituent – en 2015 – [50-100%] du chiffre d'affaires de Cebeo et [50-100%] du chiffre d'affaires de Cheyns), et permet de constater qu'en réalité, seule une [proportion très limitée des transactions commerciales] se fait auprès d'une agence d'un distributeur-grossiste.
- Vu l'importance des commandes en ligne et des livraisons sur chantier (ou dans l'entrepôt), la distance que l'acheteur est prêt à faire pour effectuer son achat de matériel électrique ne constitue pas un facteur déterminant dans la détermination du marché géographique³².
- Les agences jouent un rôle logistique, en ce qu'elles servent de points relais pour les clients commandant par internet/téléphone/mail sans demander la livraison du matériel (en 2015, [0-30%] du volume est enlevé auprès des agences Cebeo). Toutefois les enlèvements en agence constituent l'exception par rapport aux livraisons sur chantier ou chez le client (pour rappel, [50-100%] chez Cebeo et [50-100%] chez Cheyns en 2015).

³² S'il en a été décidé autrement en ce qui concerne le marché aval du commerce de gros de matériel électrique dans d'autres États membres (notamment en France ou en Allemagne), c'est en raison de la taille étendue du territoire national concerné.

iii) Instruction

103. Au cours de l'instruction, de nombreuses demandes de renseignements ont été adressées aux différents acteurs (distributeurs-grossistes, fabricants, clients).
104. Concernant la dimension nationale ou locale du marché aval du commerce de gros de matériel électrique, les éléments suivant peuvent être retenus :
105. Six distributeurs-grossistes généralistes (sur 9) estiment que la dimension géographique du marché aval est nationale. Une entreprise précise qu'il existe toutefois des disparités au niveau régional et local.
106. Trois distributeurs-grossistes généralistes estiment que la dimension géographique est plus restreinte. Un de ces distributeurs explique que le marché n'est pas homogène et qu'il y a des différences de prix et de produits suivant les régions. Un autre précise que la dimension est locale et régionale. Le troisième rappelle les arguments de la Commission lorsque celle-ci considère que la dimension du marché aval est nationale mais où son analyse a également porté sur un niveau local.
107. Au niveau des distributeurs-grossistes spécialistes, 11 estiment nationale la dimension géographique du marché et 2 ne se prononcent pas.
108. La majorité des fabricants considère que la dimension du marché aval est nationale. Deux fabricants considèrent que la dimension est plus restreinte : un fabricant considère que la dimension est provinciale et l'autre est d'avis que la dimension est locale pour les petits installateurs et régionale pour les moyens et gros installateurs. Un fabricant explique que les grossistes à multiples filiales jouent au niveau national alors que les grossistes qui n'ont qu'un établissement jouent à un niveau plus local.
109. Il résulte des réponses apportées par les clients interrogés, notamment sur leurs habitudes de prise de commandes et de lieux de livraison, que l'aspect local (existence d'une agence à proximité) n'est pas le critère le plus important.

iv) Conclusion de l'auditeur

110. Vu ce qui précède, l'auditeur estime que le marché aval du commerce de gros de matériel électrique a une dimension nationale, en conformité avec la pratique décisionnelle précitée. En effet, la nécessité d'avoir une agence « physique » à proximité du client ou l'existence d'un réseau d'agences sur le territoire belge n'apparaît pas comme un critère déterminant pour les clients.

V.4.3 Marché affecté

Les parts de marché fournies par la Partie notifiante sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique (hors ventes directes et ventes des distributeurs-grossistes spécialistes) sont les suivantes :

MATÉRIEL ÉLECTRIQUE	2015	
	Hors ventes directes et ventes des distributeurs	
En valeur	Ventes (M€)	PdM (%)
Cebeo	[confidentiel/secret d'affaires]	[30-40]%
Cheyns	[confidentiel/secret d'affaires]	[5-10]%
Total Parties	[450-500]	[30-40]%
Rexel	[confidentiel/secret d'affaires]	[20-30]%
Trilec	[confidentiel/secret d'affaires]	[5-10]%
Gibed (Imelco)	[confidentiel/secret d'affaires]	[0-5]%
Claessen ELGB	[confidentiel/secret d'affaires]	[0-5]%
Autres	[confidentiel/secret d'affaires]	[20-30]%
Marché total	[1000-1500]	100%

IHH (avant operation)	[confidentiel/secret d'affaires]
IHH (après operation)	[confidentiel/secret d'affaires]
Delta	[confidentiel/secret d'affaires]

111. Cebeo évalue le marché total hors ventes directes et hors distributeurs-grossistes spécialistes à [1.000-1.500] M€. Ce montant est en phase avec les estimations des concurrents et de l'ICGME. Les estimations de la Partie notificante peuvent donc être considérées comme crédibles.

V.5 Marché aval du commerce de gros en outillage professionnel

V.5.1 Marché de produit

i) Point de vue de la partie notificante

112. Il ne semble pas exister de précédents s'agissant de la définition du marché aval du commerce de gros d'outillage professionnel.

113. La Partie notificante estime que, sur le marché aval, l'outillage professionnel forme assurément une seule famille sans distinction entre les catégories d'outils qu'ils soient électriques, pneumatiques ou manuels. En effet, ces outils sont complémentaires pour les professionnels et les distributeurs-grossistes proposent systématiquement une grande gamme de produits dans leurs catalogues pour les besoins de leurs clients.

V.5.2 Marché géographique

114. Selon la partie notificante³³, le marché géographique de référence serait assurément national. En effet, à l'image du marché du commerce de gros de matériel électrique, les principaux acteurs de ce marché ont des stratégies de distribution unifiées au niveau national.

115. Elle estime toutefois qu'en l'espèce la question de la délimitation des marchés amonts (et aval) de l'approvisionnement et du commerce de gros d'outillage professionnel peut rester ouverte dans la mesure où l'opération n'emporte pas de risque d'atteinte à la concurrence compte tenu de la très faible part de marché cumulée de Cebeo et Cheyns quelle que soit la définition retenue.

V.5.3 Marché concerné mais non affecté

116. La partie notificante rappelle que Cebeo et Cheyns ne sont présents sur ce marché que dans la mesure où leur clientèle est une clientèle professionnelle et qu'ils ont une demande (occasionnelle) pour cet outillage. Cebeo est récemment entré dans ce marché et n'a pas encore beaucoup d'expérience, les estimations auxquelles les chefs de divisions et les analystes de Cebeo ont procédé pourraient pour cette raison s'avérer trop conservatives.

117. La partie notificante estime que leur part de marché cumulée est inférieure à 5%.³⁴

V.5.4 Conclusion de l'auditeur

118. L'auditeur constate que, quelle que soit la définition de marche de produits (un seul marché ou plusieurs) et/ou géographique retenu, le marché ne serait pas un marché affecté. L'auditeur propose dès lors de laisser ouverte la question de la définition du ou des marchés aval du commerce de gros d'outillage professionnel.

V.6 Marché aval du commerce de gros en appareils électroménagers

119. Pour rappel, sur le marché aval de la distribution aux professionnels de matériel électrique, la pratique décisionnelle n'opère pas de distinctions entre les différentes familles de produits électriques hormis – en ce qui concerne le Conseil de la concurrence - pour la sixième catégorie (l'électroménager) : « ... l'électroménager constitue à cet égard une exception notable parce que cette catégorie se démarque nettement des autres catégories de matériel électrique quant aux systèmes de distribution utilisés par les fournisseurs et les réponses aux questions posées lors de l'instruction soutiennent le caractère distinct de l'électroménager»³⁵. A noter que le Conseil de la concurrence avait laissé ouverte la question de la définition du marché pertinent aval du commerce de gros de matériel électrique.

120. Les parts de marché de la partie notificante et de l'entreprise cible sur le marché aval du commerce de gros en électroménager sont largement inférieures à 5%³⁶.

121. En conclusion, le marché aval du commerce de gros d'électroménagers n'est pas un marché affecté.

VI. Marchés affectés par la présente opération

122. Les marchés affectés par la présente opération sont dès lors les suivants :

³³ Notification p. 42.

³⁴ Notification p. 42.

³⁵ Décision Décision du Conseil belge de la concurrence n°2012-C/C-14 du 21 mai 2012, Rexel Belgium SA/La Grange Beheer SA – Immo LG SPRL, point 40.

³⁶ Notification p. 43.

- Le marché amont de l’approvisionnement en câbles
- Le marché amont de l’approvisionnement en matériel technique d’installation
- Le marché aval du commerce de gros en matériel électrique

VII. Analyse concurrentielle

VII.1 Analyse concurrentielle des marchés amont de l’approvisionnement en câbles et de l’approvisionnement en matériel technique d’installation

123. Sur les marchés amonts de (i) l’approvisionnement en câbles et (ii) l’approvisionnement en matériel technique d’installation, les parties à la concentration disposeront après l’opération de parts de marché de respectivement [30-40%] (avec un incrément de [0-5%]) et [30-40%] (avec un incrément de [0-5%]).
124. L’auditeur observe que l’augmentation de part de marché est limitée, et que la part cumulée des parties sur chacun de ces marchés tourne autour de 30%.
125. D’importants débouchés subsisteront pour les fabricants par le biais des distributeurs-grossistes généralistes concurrents (Rexel, Trilec, Gibed, Claessen ELGB, ...), ainsi que des distributeurs-grossistes spécialistes qui resteront présents en tant qu’acheteurs sur les marchés amonts affectés.
126. La grande majorité des fabricants interrogés concluent d’ailleurs à l’absence d’impact pour ce qui les concerne.
127. L’auditeur estime en conséquence qu’une concurrence effective sur les marchés amonts de l’approvisionnement en câbles et de l’approvisionnement en matériel technique d’installation ne sera pas entravée de manière significative par la concentration.

VII.2 Analyse concurrentielle du marché en aval de commerce de gros de matériel électrique

VII.2.1 Données relatives aux principaux distributeurs-grossistes et aux fabricants

Nombre d’agences	Région Flamande	Région Wallonne	Bruxelles
Cebeo	23	10	1
Cheyns	6	4	0
Rexel	19	11	4
Gibed	11	3	0
Trilec	11	2	1
Electric	2	3	2
Lightelec	0	7	0
Claessen	7	0	0
Vandecappelle	2	0	0
Van de Water	1	0	0

128. Parmi les concurrents de la nouvelle entité, deux concurrents ont 14 points de vente répartis entre les régions wallonne et la région flamande, trois concurrents ont 7 points de vente : répartis sur les 3 régions pour Electric, en région Wallonne pour Lightelec et en région flamande pour Claessen.

129. Sur les 3 petits distributeurs qui ont un ou 2 points de vente, deux assurent les livraisons au niveau national tandis que le troisième livre dans sa zone d'activité (province d'Anvers, du Limbourg et du Brabant Flamand).

VII.2.2 Analyse concurrentielle proprement dite

130. Sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique, la part de marché cumulée des parties à la concentration avoisinera 40 %, avec un incrément de [5-10%].

131. Après la concentration, ce marché sera donc caractérisé par deux grands acteurs nationaux (Cebeo/Cheyns et Rexel), suivis de deux acteurs régionaux et d'une série de petits acteurs.

132. Cependant, eu égard aux éléments suivants, l'auditeur arrive à la conclusion que la concentration sur ce marché ne sera pas entravée de manière significative :

A. Choix de fournisseurs suffisant post-concentration

133. Sur la base de l'enquête menée auprès des installateurs de matériel électrique, l'auditeur constate que 88% des répondants ont au moins 2 fournisseurs différents et 54% ont au moins trois fournisseurs différents. Cheyns est l'un de ces fournisseurs dans 13% des cas et Cebeo dans 28%. Parmi ces fournisseurs, la grande majorité sont des distributeurs-grossistes généralistes (à concurrence de 70%) suivis par les distributeurs-grossistes spécialistes (23%)³⁷.

134. Les installateurs de matériel électrique ont donc pour habitude de diversifier leurs sources d'approvisionnement et l'opération de concentration, si elle retire du marché un des opérateurs moyens indépendants, ne devrait pas modifier cette approche. En effet, 77 % des installateurs de matériel électrique interrogés disent disposer après l'opération d'un choix suffisant de fournisseurs pour se fournir en matériel électrique.

B. Autres facteurs

B.1 Sensibilité des clients au prix

135. Il ressort de l'enquête de marché que 89% des installateurs de matériel électrique changeraient de fournisseur si les prix des parties à la concentration devaient augmenter de 10 %. Ceci est confirmé par les réponses des distributeurs-grossistes généralistes (et des distributeurs-grossistes spécialistes) selon lesquels les clients ne sont pas fidèles, ou le sont de moins de moins. De fait, les coûts de changement sont faibles voire inexistantes, il n'y a pas de contrat d'exclusivité ni de contrats à long terme, et la fidélité des clients porte essentiellement sur les marques des fabricants et non sur les distributeurs de ces marques.

³⁷ Voir document interne en annexe : Analyse concurrentielle client

B.2 Absence de nécessité d'une agence locale

B.2.1 Modalités de vente

136. L'instruction a démontré que les distributeurs-grossistes, même ceux qui disposent d'agences locales, réalisent principalement leurs ventes par téléphone/mail .

137. Le tableau suivant reprend les modalités des ventes des distributeurs-grossistes généralistes :

Modalités des ventes	Comptoir	Téléphone/mail	e-shopping
<i>Electric CONF</i>			
<i>Gibed</i>	78%	21%	1%
<i>Lightelec</i>	8%	92%	0
<i>Vandecappelle</i>	25%	75%	0
<i>Rexel CONF</i>			
<i>Des Elektro</i>	30%	50%	20%
<i>Claessen CONF</i>			
<i>Van de Water*</i>	15%	60%	15%
<i>Cebeo Conf</i>	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]
<i>Cheyns Conf</i>	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]

Van de Water ajoute les ventes effectuées via les visites de représentants : 10%

138. Pour un distributeur, les ventes au comptoir représente plus de 70% alors que les ventes par téléphone/mail ne représentent que 21%. Ce distributeur est une exception. En effet, pour la majorité des distributeurs les ventes par téléphone/mail représentent plus de 50%. Pour deux des petits distributeurs, elles représentent 60% et plus.

139. En ce qui concerne les distributeurs-grossistes spécialistes, il ressort de l'instruction que les commandes effectuées par les clients auprès de la grande majorité de ces distributeurs grossistes se font sans recourir à un point d'accès physique :

Modalités ventes	Comptoir	Tél/mail	e-shopping
<i>Eltec</i>		100%	
<i>Lichtpunt Gent</i>	10%	90%	
<i>Lobeco</i>	5%	95%	
<i>Sumi</i>	5%	95%	
<i>Van Oirschot</i>	20%	55%	25%
<i>Anixter CONF</i>			

<i>Lightgalery</i>	8%	92%	
<i>Technospecials</i>		>99%	0.05%
<i>Facq</i>	65%	25%	10%
<i>Accubel</i>	5%	95%	
<i>Illudesign</i>	65%	33%	2%

140. En ce qui concerne les clients installateurs de matériel électrique, l'instruction a montré que les principaux moyens utilisés pour passer une commande auprès des grossistes généralistes et des grossistes spécialistes sont les mails et le site web, sans constater de grande différence entre la situation des grossistes-généralistes et des grossistes-spécialistes³⁸.

	Comptoir	Téléphone	Mail	Site web
Grossistes-généralistes	39%	26%	44%	74%
Grossistes spécialistes	26%	33%	48%	55%

% des entreprises commandant « presque toujours » ou « souvent » comparé au mode de commande

141. En conclusion, il ressort de l'enquête que la majorité des distributeurs y compris ceux qui ne sont présents que sur une partie du territoire et qui ont un nombre moins important de points de vente assurent les livraisons au niveau national et voient une partie importante de leurs ventes réalisées par téléphone/mail et livrées sur un site désigné par le client.

B.2.2 Modalités de livraison

142. Les modalités de livraison des distributeurs-grossistes généralistes varient en pourcentage selon les distributeurs, mais il en ressort qu'en règle générale, le lieu désigné par le client prime largement sur le comptoir, et que la livraison à un point d'enlèvement est très peu souvent choisie. Pour la majorité des distributeurs, la livraison sur un site désigné par le client représente plus de 60% des ventes. Pour les 3 petits distributeurs, les ventes livrées sont supérieures à 60%. Par contre, pour deux distributeurs, la livraison au comptoir représente plus de 60% des ventes alors que les ventes livrées représentent moins de 30%.

Modalités livraison	Comptoir	Point d'enlèvement	Lieu désigné
<i>Electric CONF</i>			
<i>Gibed</i>	65%	7%	28%
<i>Lightelec</i>	45%	10%	45%

³⁸ Voir questions 2.3.1. et 2.3.2. du questionnaire et analyse des réponses des clients annexe 1

Vandecappelle	34%	0	66%
Rexel CONF			
Des Elektro	30%	0	70%
Claessen CONF			
Van de Water	10%	0	90%
Cebeo	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]
Cheyns	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]

143. Six distributeurs assurent les livraisons sur le territoire national. Deux distributeurs assurent les livraisons dans un rayon de 25 km autour de ces points de vente. Un de ces distributeurs détient 14 points de vente répartis dans 9 provinces. Le dernier distributeur précise qu'il livre dans les provinces d'Anvers, du Limbourg et du Brabant Flamand.

144. Les modalités de livraison des distributeurs-grossistes spécialistes démontrent une tendance encore plus nette pour le lieu désigné par le client, en lieu et place du comptoir. Cela s'explique évidemment aussi par le fait que ces distributeurs-grossistes spécialistes n'ont en général pas d'agences disséminées sur le territoire belge.

Modalités livraison	Comptoir	Point d'enlèvement	Lieu désigné par client
Eltec			100%
Lobeco	5%	5%	90%
Sumi	5%		95%
Van Oirschot	25%		75%
Anixter CONF			
Lightgalery	45%	10%	45%
Technospecials			100%
Facq	35%	20%	45%
Accubel	5%		95%
Illudesign	3%		97%

145. Quant aux clients, il résulte de l'instruction que les préférences des installateurs de matériel électrique, en ce qui concerne la livraison de leurs commandes, vont essentiellement aux livraisons au domicile ou au siège social. Les livraisons à l'agence restent néanmoins significatives.

	Agence du grossiste	Autre agence du grossiste	Domicile ou Siège social	Chantier
Grossistes-généralistes	55%	10%	70%	30%
Grossistes spécialistes	46%	7%	61%	22%

% des entreprises se faisant livrer « presque toujours » ou « souvent » comparé au mode de réception

146. En conclusion, la livraison sur l'ensemble du territoire national, la vente par téléphone/mail et la modalité de la livraison sur un site désigné par le client minimisent visiblement la nécessité d'une présence nationale pour pouvoir concurrencer la nouvelle entité.

B.3 Pression concurrentielle exercée par les grossistes-spécialistes

147. 56% des installateurs de matériel électrique interrogés ont répondu que les grossistes-spécialistes qui disposent d'une gamme de produits moins large que les grossistes-généralistes constituent une alternative crédible à ces derniers pour ce qui concerne leurs achats des différentes catégories de matériel électrique.

B.4 Pression concurrentielle exercée par les pure players

148. Dix (sur 13) distributeurs-grossistes spécialistes et plus de la moitié des distributeurs-grossistes généralistes considèrent que les ventes en ligne des pure players exercent une certaine pression concurrentielle sur le marché aval. Il en est de même pour un peu moins de la moitié des fabricants.

149. La pénétration des pure players est encore limitée sur le marché en cause mais le recours au e-commerce est en progression dans tous les secteurs économiques. Certains distributeurs indiquent que l'argument prix est déterminant dans la décision de recourir aux pure players, qui bénéficient d'une structure de coûts avantageuse.

C. Faibles barrières à l'entrée

150. Les barrières à l'entrée semblent limitées, comme le démontre la présence de nombreux petits grossistes.

D. Réaction des fabricants et des autres grossistes-distributeurs

151. D'une manière générale, la majorité des distributeurs et la très grande majorité des fabricants estiment que l'opération n'aura pas d'impact sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique.

152. Pour 3 distributeurs, l'opération aura un impact négatif sur le marché en aval. Un distributeur estime que l'opération est de nature à porter atteinte à la concurrence au niveau national mais aussi local. Un autre distributeur estime que l'opération aura un impact négatif, il s'attend à être éjecté du marché. Selon lui, cette opération fera disparaître la concurrence. Le troisième distributeur explique que l'influence de Cebeo déjà importante le sera encore plus. Mais il est dans l'impossibilité de déterminer l'impact qu'aura l'opération.

153. Pour quatre distributeurs, l'opération n'aura pas d'impact. Un distributeur précise qu'il y a suffisamment de concurrents. Un autre explique que si Cebeo et Cheyns offrent aux installateurs et dans une certaine mesure aux clients industriels finaux plutôt des produits courants avec peu de technicité, lui

en revanche offre un know how et un soutien technique. Un troisième distributeur précise que cette opération est une chance à court terme car il va pouvoir récupérer certains clients.

154. Quatre fabricants actifs respectivement dans les segments Matériel d'installation et Communication et Sécurité, le segment Matériel d'installation, les segments Câbles et Communication et Sécurité et le segment de l'éclairage estiment que l'opération aura un impact négatif sur les marchés en amont et en aval. Ils considèrent que l'opération va permettre aux parties d'acquérir un pouvoir de marché et leur donnera la possibilité d'exercer une pression sur les prix. Certains estiment qu'elle va appauvrir la concurrence. Sur le marché en aval, ils considèrent que c'est surtout les petits grossistes qui vont souffrir.

155. Par contre, pour la majorité des fabricants actifs dans les segments Câbles HVAC, Matériel d'installation, Eclairage et Communication et Sécurité, la concentration n'aurait pas d'impact négatif. Certains invoquent notamment la fragmentation du marché en aval, le fait que les clients ont habituellement deux ou trois fournisseurs ou encore que en raison de sa taille, l'acquisition de Cheyns n'impliquera pas de modifications essentielles. D'autres précisent en outre que des clients des parties pourraient se tourner vers d'autres fournisseurs.

156. Deux fabricants, l'un actif dans le segment matériel d'installation et l'autre dans le segment Eclairage, n'ont pas répondu aux questions sur l'impact de l'opération et sur les commentaires.

VII.2.3 Conclusion sur l'analyse concurrentielle

157. L'auditeur estime en conséquence qu'une concurrence effective sur le marché aval du commerce de gros en matériel électrique ne sera pas entravée de manière significative par la concentration.

VIII. Proposition de décision

158. L'auditeur propose au Collège de la concurrence de constater en application de l'article IV. 61.§1, 1° du CDE et de l'article IV. 61.§2, 1° du CDE,

1° que la concentration par laquelle Cebeo NV acquiert le contrôle exclusif des sociétés Group Cheyns NV et Cheyns NV, notifiée à l'Autorité belge de la concurrence et enregistrée sous le n° CONC-C/C-16/0035, tombe dans le champ d'application du CDE,

2° que la concentration est admissible. »

IV. L'appréciation par le Collège de la concurrence

IV.1 Applicabilité des règles sur le contrôle des concentrations du livre IV CDE

16. Le Collège constate que la concentration entre dans le champ d'application des règles du livre IV du CDE en matière de contrôle des concentrations, eu égard aux données reprises au paragraphe 17 de la présente décision.

IV.2 Définitions de marché et marchés affectés

IV.2.1 Définitions des marchés

17. Sous réserve de ce qui suit et au vu de la pratique décisionnelle de la Commission européenne³⁹, du Conseil de la Concurrence⁴⁰ et de l'Autorité de la Concurrence française⁴¹ auxquelles il fait référence, le Collège retient les définitions des marchés de produits et des marchés géographiques proposées par l'auditeur⁴².

18. Il partage également la conclusion de l'auditeur au sujet de l'exclusion des ventes directes des fabricants sur les marchés de l'approvisionnement en amont, notamment pour la raison énoncée au paragraphe 34 sous (i) de la présente décision.

19. Le Collège retient la définition d'un marché de produit en aval pour le commerce en gros de matériel électrique regroupant les différentes catégories de matériel électrique⁴³, mais il n'exclut pas, au vu de la pression concurrentielle et des réactions constatées par l'auditeur⁴⁴ qu'il y ait lieu d'y incorporer les ventes des distributeurs grossistes spécialistes à tout le moins dans l'analyse concurrentielle, voire dans la définition du marché de produit en aval⁴⁵. Prendre en compte les ventes des distributeurs grossistes spécialistes ne peut toutefois que diluer l'impact de la concentration sur la concurrence effective. Le Collège considère dès lors, au regard également de la proposition de décision de l'auditeur⁴⁶, que la question de la prise en compte des ventes des distributeurs grossistes spécialistes ne doit pas être tranchée dans la présente décision dès lors qu'elle n'est pas déterminante sur le sens de la décision.

20. Le Collège prend acte des réactions et données davantage divergentes concernant la prise en compte des ventes directes des fabricants et des ventes en ligne des *pure players* sur le marché aval du commerce

³⁹ COMP/M.2036 du 17 juillet 2000, Hagemeyer/WF Electrica ; COMP/M.5029 du 8 février 2008, Sonepar/Rexel Germany ; COMP/M. 4963 du 22 février 2008, Rexel/Hagemeyer ; COMP/M.5717 du 12 mars 2010, The Stanley Works/ The Black & Decker Corporation.

⁴⁰ Décision du Conseil de la concurrence n°2012-C/C-14 du 21 mai 2012, *Rexel Belgium / La Grange Beheer*.

⁴¹ Décision de l'Autorité française de la Concurrence du 29 juin 2010 n° 10-DCC-65 relative à la prise de contrôle exclusif de la société C3F par la société Sonepar France ; Décision de l'Autorité française de la Concurrence du 5 octobre 2011 n° 11-DCC-147 relative à la prise de contrôle exclusif de la société United Refrigeration France SAS par la société G&L Beijer Ref AB ; Décision n°12-DCC-46 du 3 avril 2012 relative à la prise de contrôle des fonds de commerce de la société SCT Toutedelectric par le groupe Rexel.

⁴² Voir notamment les paras. 33, 38, 46, 50, 110 du Projet de décision.

⁴³ Voir par exemple la décision de Conseil de la Concurrence du 21 mai 2012 concernant la concentration Rexel Belgium / La Grange Beheer et le para. 69 du Projet de décision.

⁴⁴ Paras. 70-75 et 92 du Projet de décision.

⁴⁵ Paras. 69-75 du Projet de décision.

⁴⁶ Para. 159 du Projet de décision.

de gros de matériel électrique⁴⁷. Le Collège n'exclut pas que ces ventes puissent être prises en compte dans une appréciation dynamique du marché au vu des arguments développés par la partie notifiante⁴⁸ et le potentiel développement du commerce en ligne. Toutefois, le Collège souligne à nouveau que la prise en compte des ventes directes des fabricants et des ventes en ligne des *pure players* ne peut que davantage diluer l'impact de la concentration sur la concurrence effective. En outre, le Collège note que, comme le souligne l'auditeur, les ventes en ligne des *pure players* restent limitées et leur impact difficilement quantifiable à ce stade⁴⁹. Le Collège considère dès lors, en tenant compte de la proposition de décision de l'auditeur⁵⁰, que la question de la prise en compte des ventes directes et des ventes en ligne sur le marché aval du commerce en gros de matériel électrique ne doit pas être tranchée dans la présente décision dès lors qu'elle n'est pas déterminante sur le sens de cette décision.

21. Le Collège ne se prononce pas sur la définition du marché du commerce de gros d'outillage professionnel pour les raisons fournies par l'auditeur au paragraphe 119 de la présente décision.

IV.2.2 les marchés affectés

IV.2.2.a les marchés amont

22. Au vu des parts de marché supérieures à 25% énoncées par l'auditeur aux paragraphes 39, 41, 43 et 51 à 53 du Projet de décision, le Collège constate que les marchés amont d'approvisionnement en câbles et en matériel technique d'installation en Belgique sont des marchés affectés.

23. Dès lors que les parts de marchés de Cebeo et de Cheyns sur les autres marchés amont de l'approvisionnement en matériel électrique ainsi qu'en outillage professionnel sont inférieures à 25%⁵¹, le Collège constate que ces marchés ne sont pas des marchés affectés.

IV.2.2.b les marchés aval

24. Vu les parts de marché supérieures à 25% énoncées par l'auditeur au paragraphe 111 du Projet de décision, le Collège constate que le marché en aval du commerce de gros de matériel électrique est un marché affecté, à tout le moins lorsque le marché est défini de manière conservatrice (en excluant les ventes des distributeurs grossistes spécialistes ainsi que les ventes directes des fabricants).

25. Le chiffre des ventes des distributeurs grossistes spécialistes est estimé par la partie notifiante à [50-60] millions d'EUR. Si ce chiffre des ventes des distributeurs grossistes spécialistes était pris en compte, le marché aval du commerce de gros de matériel électrique resterait un marché affecté mais avec une part de marché combinée après concentration de l'ordre de [20-30%]⁵².

26. Le Collège accepte que ce marché ne peut plus être considéré comme un marché affecté si l'on tient compte non seulement des ventes des distributeurs grossistes spécialistes mais également d'une

⁴⁷ Les estimations des ventes directes des fabricants sont très divergentes : le Doc.II.13 émanant de Triles mentionne par exemple un chiffre de 232 mio EUR, alors que le Doc.II.5 de Electric fait état de 898,7 mio EUR. La partie notifiante estime que les ventes directes représentent un chiffre d'affaires total de [500-1000] EUR.

⁴⁸ Para. 57 et suivants du Projet de décision.

⁴⁹ Para. 94 du Projet de décision.

⁵⁰ Para. 159 du Projet de décision.

⁵¹ Para. 43 et 51-53 du Projet de décision.

⁵² Sur base des chiffres repris au para. 111 du Projet de décision, le marché devrait être estimé à [1500-2000]millions d' EUR ([1000-1500] m EUR+ [500-1000]m EUR) et les ventes de la partie notifiante après concentration seraient de [0-500] millions d' EUR, ce qui correspond à une part de marché combinée de [20-30]%.

estimation, même très conservatrice, des ventes directes des fabricants. En tenant compte des ventes des distributeurs grossistes spécialistes (estimées à [500-600] mio EUR) et des ventes directes estimées par certains à approximativement [200-300] mio EUR⁵³, la part de marché après concentration serait de l'ordre de [20-30]%.

27. Le Collège constate que le marché du commerce de gros en appareils électroménagers et un éventuel marché du commerce de gros en outillage professionnel ne sont pas à retenir comme des marchés affectés pour les raisons données par l'auditeur aux paragraphes 119 et 122 de la présente décision.

IV.2.2.c Conclusion : les marchés affectés

28. En conclusion, le Collège de la concurrence retient comme marchés affectés :

- a. le marché amont de l'approvisionnement en câbles,
- b. le marché amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation, et
- c. le marché aval du commerce de gros en matériel électrique (sur pied d'une définition conservatrice de ce marché).

IV.3 Analyse concurrentielle

IV.3.1 Analyse concurrentielle des marchés amont de l'approvisionnement en câbles et de l'approvisionnement en matériel technique d'installation

29. Le Collège constate que l'impact de la concentration mesuré selon la méthode de l'IHH peut être estimé comme suit⁵⁴:

- approvisionnement en câbles : IHH après concentration inférieur à 2000 et delta inférieur à 250,
- approvisionnement en matériel technique d'installation : IHH après concentration inférieur à 2000 et delta inférieur à 250.

30. Eu égard aux lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales de la Commission Européenne⁵⁵ et aux arguments développés par l'auditeur⁵⁶, le Collège décide que la concentration n'entravera pas la concurrence effective sur ces marchés en amont au sens de l'article IV.9 du CDE.

IV.3.2 Analyse concurrentielle du marché aval du commerce de gros de matériel électrique

31. Sur la base de l'ensemble des arguments développés par l'auditeur⁵⁷, le Collège de la concurrence estime que, dans la mesure où le marché en aval du commerce de gros de matériel électrique constitue un marché affecté, la concentration n'entravera pas la concurrence effective sur ce marché en aval au sens de l'article IV.9 du CDE.

⁵³ Voir par exemple le Doc.II.13 émanant de Triles. Les données récoltées par l'Auditeur auprès des fabricants confirment le caractère conservateur de cette estimation.

⁵⁴ Para. 39 et 41 du Projet de décision.

⁵⁵ Voir para. 20 des *Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises*, JO 2004/C 31/03.

⁵⁶ Para 124 à 127 du Projet de décision.

⁵⁷ Para. 131 à 158 du Projet de décision

Par ces motifs,

Le Collège de la concurrence,

- Constate par application de l'article IV.61, §1, 1° CDE que l'acquisition du Groupe Cheyns NV et de Cheyns NV par Cebeo NV tombe dans le champ d'application du livre IV CDE,
- Décide par application de l'article IV.61, §2, 1° alinéa, 1° CDE que la concentration est admissible.

Ainsi décidé par le Collège de la concurrence composé de Monsieur Jacques Steenbergen, président de l'Autorité belge de la concurrence et du Collège de la concurrence, et Messieurs David Szafran et Laurent de Muyter, respectivement assesseur vice-président et assesseur au sein de l'Autorité belge de la concurrence, en date du 14 décembre 2016.

Jacques Steenbergen
Président