

PUBLIEKE VERSIE

Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit

**Beslissing BMA-2024-CC-15 van 12 april 2024 in toepassing van artikel
IV. 66, §1-2 van het Wetboek van economisch recht**

Zaak nr. MEDE-CC-23/0036

Colruyt/Smatch/Match

Inhoudstafel

Inhoudstafel	2
I. Procedure.....	5
II. Juridisch kader	7
III. Betrokken partijen	9
III.1 De Aanmeldende Partij.....	9
III.2 De doelondernemingen	9
IV. Aangemelde concentratie.....	10
IV.1 Beschrijving van de concentratie.....	10
IV.2 Doel van de concentratie.....	11
IV.3 Onderzoekstermijn	11
IV.4 Aanmeldingsdrempels.....	11
IV.5 Conclusie.....	12
V. Bewijslast en beoordelingsstandaard.....	12
VI. Activiteiten van de Partijen	13
VI.1 Beschrijving en analyse van de Auditeur	13
VI.2 Beoordeling door het Mededingingscollege	16
VII. Marktafbakening.....	16
VII.1 Inleiding	16
VII.2 Inkoop van dagelijkse consumptiegoederen.....	16
VII.2.1 Productmarkt.....	16
VII.2.2 Geografische markt	19
VII.3 Verkoop van dagelijkse consumptiegoederen	22
VII.3.1 Productmarkt.....	22
VII.3.1 Geografische markt	26
VII.4 Conclusie aangaande marktafbakening.....	30
VIII. Marktaandelen en betrokken markten	30
VIII.1 Marktaandelen op de Belgische markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen	30
VIII.1.1 Standpunt van de Aanmeldende Partij.....	30
VIII.1.2 Marktonderzoek en analyse Auditeur	32

VIII.1.3 Beoordeling door het Mededingingscollege	33
VIII.2 Marktaandelen op de lokale markten voor de verkoop van consumptiegoederen.....	33
VIII.2.1 Standpunt van de Aanmeldende Partij.....	33
VIII.2.2 Marktonderzoek en analyse Auditeur	36
VIII.2.3 Beoordeling door het Mededingingscollege	46
VIII.3 Betrokken markten op basis van het onderzoek.....	48
IX. Concurrentiële analyse	49
IX.1 Inleiding.....	49
IX.2 Positionering van de verschillende marktspelers die in België actief zijn in de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen	50
IX.2.1 Analyse Auditeur.....	50
IX.2.2 Beoordeling door het Mededingingscollege.....	56
IX.3 Naastheid van concurrentie tussen partijen en t.a.v. concurrenten.....	57
IX.3.1 Standpunt van de Aanmeldende Partij.....	57
IX.3.2 Analyse Auditeur.....	58
IX.3.3 Beoordeling door het Mededingingscollege aangaande naastheid van concurrentie	66
IX.4 Niet-gecoördineerde effecten op de lokale markten voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen	67
IX.4.1 Impact van de concentratie op de lokale concurrentiedynamiek (schadetheorie).....	67
IX.4.2 Elementen die in rekening werden genomen voor het bepalen van de risicolocaties	73
IX.4.3 Galmaarden.....	76
IX.4.4 Nieuwpoort	83
IX.4.5 Zwalm.....	92
IX.5 Toetredingsbarrières.....	99
IX.5.1 Standpunt Aanmeldende Partij.....	99
IX.5.2 Resultaten marktbevraging betreffende toetredingsbarrières	99
IX.5.3 Conclusie van de Auditeur	101
IX.5.4 Beoordeling door het Mededingingscollege.....	101
IX.6 Compenserende afnemersmacht	101
IX.6.1 Beoordeling door de Auditeur	101
IX.6.2 Beoordeling door het Mededingingscollege.....	101

IX.7 Efficiëntiewinsten	102
IX.7.1 Beoordeling door de Auditeur	102
IX.7.2 Beoordeling door het Mededingingscollege.....	102
X. Vertrouwelijkheid	102
XI. Voorstel tot beslissing.....	102
XII. Beslissing.....	103

I. Procedure

1. Op 5 oktober 2023 vond er een eerste overleg plaats tussen het auditoraat, de Aanmeldende Partij en de Verkopers, (verder “Partijen”) waar de overname algemeen werd toegelicht en het merendeel van de betrokken winkels en hun verzorgingsgebied werd overlopen.
2. De Auditeur-Generaal heeft vervolgens het onderzoeksteam als volgt samengesteld: Antoon Kyndt, Auditeur bij de Belgische Mededingingsautoriteit (verder “BMA”) belast met de dagelijkse leiding van het onderzoek overeenkomstig artikel IV.27, §2 van het Wetboek Economische Recht (verder “WER”). Homer Wagenaar, Claire De Neve en Arno Semey, allen attaché bij de BMA, werden door de Auditeur-Generaal toegevoegd aan het onderzoeksteam overeenkomstig artikel IV.27, §3 WER. Zij werden bijgestaan door Bert Willekens, economisch adviseur, en, Claire Bour en Laohra Calvados-Coustures, experts van het Chief Economist Team.
3. Overeenkomstig artikel IV.27, §4 WER heeft de Auditeur-Generaal de heer Karel Marchand aangewezen als Auditeur-Adviseur.
4. Op 22 november 2023 ontving de BMA een eerste ontwerp aanmeldingsformulier van de Aanmeldende Partij.
5. Tijdens de prenotificatiefase werden bijkomende inlichtingen gevraagd aan de Aanmeldende Partij. Deze inlichtingen werden in het ontwerp van aanmelding verwerkt.
6. Teneinde het belang en de mogelijke gevolgen van voorliggende concentratie goed te kunnen inschatten, en om met kennis van zaken te kunnen oordelen over het verzoek om opschorting, werden met instemming van de Aanmeldende Partij tijdens de prenotificatie verzoeken om inlichtingen verstuurd naar de belangrijkste concurrenten, klanten en leveranciers van Partijen.¹
7. De concentratie werd aangemeld bij de Auditeur-Generaal op 2 februari 2024.
8. Op 23 februari 2024 heeft de Aanmeldende Partij een verzoek tot gedeeltelijke ontheffing van het uitvoeringsverbod ingediend op grond van artikel IV.10, §6 WER.
9. Op 28 februari 2024 heeft de Auditeur het Verslag met betrekking tot het verzoek tot gedeeltelijke ontheffing van het uitvoeringsverbod overgemaakt aan de Voorzitter.
10. Op 29 februari 2024 heeft de Voorzitter van de BMA de beslissing met nr. BMA-2024-CC-09 genomen in toepassing van artikel IV.10, §6 WER, waarbij de in artikel IV.10, § 4 WER opgelegde schorsingsplicht opgeschort werd voor de 52 winkels die eerder door de Auditeur niet langer in aanmerking werden genomen voor verder onderzoek.²
11. Op 29 februari 2024 heeft de Auditeur in toepassing van artikel IV.63, §2 WER de Aanmeldende Partij op de hoogte gebracht dat er voor een drie lokale markten ernstige twijfels zijn bij de toelaatbaarheid van de concentratie wegens risico’s van significante belemmering van de daadwerkelijke mededinging.

¹ De voorliggende concentratie werd in de pers aangekondigd op 22 september 2023.

² Dit betreft 52 winkels, waarvan de auditeur op 23 januari 2024, heeft meegedeeld dat zij wellicht geen probleem vormden en desgevallend geen voorwerp zouden zijn van nader onderzoek.

12. Voormeld artikel IV.63, §2 WER voorziet voor de Aanmeldende Partij in de mogelijkheid om verbintenissen aan te bieden die bedoeld zijn om een beslissing van toelaatbaarheid te verkrijgen. Van deze mogelijkheid werd door de Aanmeldende Partij geen gebruik gemaakt. Zo werd op 6 maart 2024 door de Aanmeldende Partij meegedeeld dat zij geen verbintenissen gingen aanbieden.
13. De Auditeur-adviseur heeft zijn advies verleend in toepassing van artikel IV.64, §1 WER.
14. Op 8 maart 2024 werd het gemotiveerd voorstel van beslissing (inclusief Bijlage A en Bijlage B) aan het Mededingingscollege alsook aan de Aanmeldende Partij overgemaakt.
15. Op 11 maart 2024 heeft de Voorzitter het College samengesteld.
16. Op 22 maart 2024 heeft de Aanmeldende Partij in toepassing van artikel IV.65, §1 WER haar schriftelijke opmerkingen ingediend (“Schriftelijke Opmerkingen”, zie bijlage C bij deze beslissing). Hierin biedt zij als verbintenis aan om de huidige Louis Delhaize locatie te Nieuwpoort uit de perimeter van de transactie te lichten en bijgevolg geen controle te verwerven over deze locatie. Subsidiair biedt zij als verbintenis aan, mochten er bij het College nog ernstige twijfels zijn over de toelaatbaarheid van de overname door de Aanmeldende Partij van de Smatch locatie te Munkzwalm en/of de Smatch locatie te Galmaarden, om dan ook deze locatie(s) uit de perimeter van de aangemelde transactie te lichten.
17. Op 25 maart 2024 heeft het Mededingingscollege de Aanmeldende Partij gehoord in aanwezigheid van het Auditoraat, de Auditeur-Generaal, de directeur economische zaken en de directeur juridische zaken. In aanvulling op de neergelegde schriftelijke opmerkingen heeft de Aanmeldende Partij tijdens de zitting mondeling geargumenteed dat het onwaarschijnlijk is dat de concentratie een wezenlijk deel van de Belgische markt betreft in de zin van artikel IV.9 §§ 3 en 4 WER in zoverre de transactie betrekking heeft op de verzorgingsgebieden van de Smatch locaties te Munkzwalm en te Galmaarden (zie slides 2 tot en met 6 van de presentatie gebruikt door de Aanmeldende Partij tijdens de zitting). Het College stelt vast dat de Aanmeldende Partij er reeds geruime tijd van op de hoogte was dat het Auditoraat de gebieden rond de Louis Delhaize winkels in Nieuwpoort, Galmaarden en Munkzwalm als probleemlocaties beschouwde.³ Bovendien vereist art. IV.65, §1 WER dat “de aanmeldende partijen hun eventuele schriftelijke opmerkingen en stukken indienen uiterlijk de dag vóór de zitting van het Mededingingscollege en daarvan op dezelfde dag per e-mail een kopie bezorgen aan de Auditeur”. Het argument met betrekking tot de voorwaarde van het wezenlijk deel van de markt werd echter slechts voor het eerst ter zitting gemaakt. Tenslotte heeft de Aanmeldende Partij op 26 maart 2024 het College verzocht om akte te nemen van de wijziging van de concentratie (bij toepassing van Art. IV.65 § 6 WER) waarbij de Louis Delhaize winkels in Nieuwpoort, Galmaarden en Munkzwalm uit de concentratie worden gelicht (zie verder Randnummer 19). De laattijdigheid van het maken van het argument nog daargelaten, acht het College het in het licht van de wijziging van de transactie niet nodig om verder in te gaan op de ter zitting gemaakte opmerkingen van de Aanmeldende Partij betreffende de voorwaarde van het wezenlijk deel van de markt.
18. Op het einde van de hoorzitting van 25 maart 2024 heeft de Voorzitter van het College, in toepassing van punt 7.h van het Huishoudelijk reglement van het Mededingingscollege, de debatten niet gesloten en de zaak in voortzetting gesteld. Hierbij werd de vraag gesteld aan de verkoper (LD) om te bevestigen én te

³ Schriftelijke opmerkingen van de aanmeldende partij, p. 5, nr. 19 en nr. 21.

documenteren dat er geen kopers waren voor de winkels van Galmaarden en Munkzwalm, ondanks verschillende pogingen tot verkoop. Anderzijds werd aan de Auditeur de vraag gesteld of een bevraging bij potentiële kopers mogelijk zou zijn om een bevestiging te krijgen of de desbetreffende winkels inderdaad geen interesse konden opleveren van de markt. Hierbij werden de Aanmeldende Partij en de Auditeur verzocht om zich tegen de dag nadien (26 maart om middernacht) uit te spreken over de procedurele mogelijkheid van deze bevraging. De vragen van het College hadden tot doel om, waar mogelijk, een betere inschatting te kunnen maken betreffende de waarschijnlijkheid van de counterfactual die in het Voorstel van Beslissing uiteengezet is.

19. Op 26 maart 2024 hebben de Aanmeldende Partij en de Auditeur hun antwoord ingediend. In haar schrijven van 26 maart 2024 heeft de Aanmeldende Partij het College tevens ter kennis gebracht dat ze, bij toepassing van artikel IV.65, §6 WER, de aangemelde concentratie wijzigt, waarbij ze de Louis Delhaize locaties te Nieuwpoort (Kaai 47, 8620 Nieuwpoort), Galmaarden (Nieuwstraat 18, 1570 Galmaarden) en Munkzwalm (Noordlaan 5, 9630 Zwalm) uit de concentratie licht. Dit werd door de Aanmeldende Partij bevestigd door het overmaken van een overeenkomst tussen de kopers en de verkopers die getekend werd op 27 maart 2024, waarbij de drie desbetreffende winkels uit de transactie werden gelicht.⁴ De beslissing van het College slaat derhalve op de aldus gewijzigde concentratie.

II. Juridisch kader

20. Artikel IV.6, §1 WER bepaalt:

“Voor de toepassing van dit boek komt een concentratie tot stand ingeval er een duurzame wijziging van zeggenschap voortvloeit uit:

1° (...); of

2° het verkrijgen, door één of meer personen die reeds de zeggenschap over ten minste één onderneming bezitten of door één of meer ondernemingen, van de zeggenschap - door de verwerving van participaties in het kapitaal of de aankoop van vermogensbestanddelen, bij overeenkomst of op elke andere wijze - rechtstreeks of onrechtstreeks, over één of meer andere ondernemingen of delen daarvan.”

21. Artikel IV.7, §1 WER bepaalt:

“De bepalingen van dit hoofdstuk zijn slechts van toepassing ingeval de betrokken ondernemingen samen in België een omzet, bepaald volgens de in artikel IV.8 bedoelde criteria, van meer dan 100 miljoen euro bereiken en ten minste twee van de betrokken ondernemingen elk in België een omzet halen van ten minste 40 miljoen euro.”

22. Artikel IV.9, §§1-4 WER bepaalt:

⁴ Overeenkomst van 27 maart 2024 tussen kopers en verkopers.

“§ 1. Voor de concentraties die onderworpen zijn aan het toezicht ingesteld bij dit hoofdstuk is een voorafgaande beslissing nodig van de Belgische Mededingingsautoriteit, die vaststelt of zij al of niet toelaatbaar zijn.

§ 2. Bij de in paragraaf 1 bedoelde beslissing wordt rekening gehouden met:

1° de noodzaak een daadwerkelijke mededinging op de markt te handhaven en te ontwikkelen in het licht van met name de structuur van alle betrokken markten en van de bestaande of potentiële mededinging van op of buiten het Belgische grondgebied gevestigde ondernemingen;

2° de positie op de markt van de betrokken ondernemingen, hun economische en financiële macht, de keuzemogelijkheden van leveranciers en afnemers, hun toegang tot voorzieningsbronnen en afzetmarkten, het bestaan van juridische of feitelijke hinderpalen voor de toegang tot de markt, de ontwikkeling van vraag naar en aanbod van de betrokken producten, de belangen van de tussen- en eindverbruikers, alsmede de ontwikkeling van de technische en economische vooruitgang, voor zover deze in het voordeel van de consument is en geen belemmering vormt voor de mededinging.

§ 3. Concentraties die niet 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, worden toelaatbaar verklaard.

§ 4. 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, worden ontoelaatbaar verklaard.”

23. Artikel IV.66, §§1-2 WER bepaalt:

“§ 1. Het Mededingingscollege stelt bij gemotiveerde beslissing naar gelang het geval vast, dat:

1° de concentratie niet binnen het toepassingsgebied valt van titel 1, hoofdstuk 2, van dit boek;

2° de concentratie binnen het toepassingsgebied valt van titel 1, hoofdstuk 2, van dit boek.

§ 2. Ingeval de concentratie binnen het toepassingsgebied valt van titel 1, hoofdstuk 2, van dit boek, neemt het Mededingingscollege één van de volgende gemotiveerde beslissingen:

1° het beslist dat de concentratie toelaatbaar is. Aan die beslissing kan het voorwaarden en verplichtingen verbinden, die moeten waarborgen dat de betrokken ondernemingen de verbintenissen nakomen die zij hebben aangeboden, teneinde de concentratie toelaatbaar te horen verklaren. Ingeval het Mededingingscollege voorwaarden en verplichtingen in overweging wenst te nemen die niet in het voorstel van beslissing opgenomen zijn, worden de aanmeldende partijen en de Auditeur hierover gehoord en beschikken zij over ten minste twee werkdagen, vanaf de mededeling door het Mededingingscollege, om zich hierover schriftelijk uit te spreken;

2° het verklaart de concentratie toelaatbaar ingeval de bij de concentratie betrokken ondernemingen samen niet meer dan 25 % controleren van een voor de transactie relevante markt, ongeacht of het gaat om horizontale dan wel verticale relaties;

3° het stelt vast dat er ernstige twijfels bestaan omtrent de toelaatbaarheid van de concentratie en beslist de procedure van bijkomend onderzoek en beslissing bedoeld in de artikelen IV.67 tot IV.69 in te zetten; deze beslissing is niet vatbaar voor beroep.

De motivering van de beslissing van het Mededingingscollege is uitdrukkelijk en afdoende.”

III. Betrokken partijen⁵

III.1 De Aanmeldende Partij

24. De Aanmeldende Partij bestaat uit Codevco XIV NV, Retail Partners Colruyt Group NV en Colim NV (hierna “Aanmeldende Partij”), allen met maatschappelijke zetel te Edingensesteenweg 196, 1500 Halle en respectievelijk ondernemingsnummer 0795.538.570, 0413.970.957 en 0400.374.725.

25. Aanmeldende Partij staat onder uitsluitende controle van de Colruyt Group NV⁶ (hierna “Colruyt Group”), met maatschappelijke zetel te Edingensesteenweg 196, 1500 Halle en ondernemingsnummer 0400.378.485.

III.2 De doelondernemingen

26. De doelondernemingen betreffen de handelsfondsen van 57 retailwinkels, evenals 1 vastgoedpand. Voor 6 van de 57 handelsfondsen wordt ook het onroerend goed aan de Aanmeldende Partij overgedragen (hierna “Doelondernemingen”).

27. Deze handelsfondsen en het onroerende goed worden ondergebracht in de vennootschappen Match NV en Profi NV, beiden met maatschappelijke zetel te Route de Gosselies 408, 6220 Fleurus en respectievelijk ondernemingsnummer 0426.985.288 en 0401.002.156 (hierna “Verkopers”).

28. Match NV en Profi NV staan onder de uitsluitende controle van Delfipar met maatschappelijke zetel te Rue de l’Espérance 84, 6061 Charleroi en ondernemingsnummer 0426.035.678. Delfipar maakt deel uit van de Louis Delhaize Group.

i) Vertegenwoordigers Aanmeldende Partij

<i>Naam</i>	Frank Wijckmans	Maaïke Visser	Sofie Deprez
<i>Kantoor</i>	Faros	Faros	Faros
<i>Telefoon</i>	+32 2 580 18 14	+32 2 580 18 14	+32 2 580 18 14
<i>Adres</i>	Grensstraat 7, 1831 Machelen	Grensstraat 7, 1831 Machelen	Grensstraat 7, 1831 Machelen
<i>e-mail</i>	Frank.Wijckmans@faros.eu	Maaïke.visser@faros.eu	Sofie.deprez@faros.eu

⁵ Hierna : “Partijen”.

⁶ Nieuwe benaming voor Etablissements Franz Colruyt NV sinds 16 oktober 2023.

IV. Aangemelde concentratie

IV.1 Beschrijving van de concentratie⁷

29. De concentratie bestaat uit de verwerving door de Aanmeldende Partij van de uitsluitende zeggenschap over de handelsfondsen van 57 supermarkten, uitgebaat onder de Smatch of Match enseignes en de verwerving van één vastgoedpand. Voor 6 van de 57 handelsfondsen worden eveneens de vastgoedpanden overgenomen. Daarnaast worden zeven supermarkten uitgebaat door een zelfstandige franchisenemer. De aard van de concentratie is een verwerving van de volledige zeggenschap in de zin van artikel IV.6, §1, 2° WER.

30. Na voltooiing van de voorgenomen concentratie zal Codevco XIV NV de handelsfondsen verwerven, Retail Partners Colruyt Group NV de vergoeding betalen voor het afsluiten van de nieuwe franchiseovereenkomsten van de zeven bestaande franchisewinkels en de handelshuren overnemen. Tot slot, zal Colim NV de vastgoedpanden verwerven.

31. De overgenomen handelszaken zullen na de transactie uitgebaat worden onder een van de enseignes van de Colruyt Group. Daarbij zou geëvalueerd worden welk enseigne het meest geschikt is in functie van onder meer de winkelgrootte, de lokale markt en de klantenbehoeften.

32. Deze Transactie betreft de volgende economische sectoren:

- 46.180: handelsbemiddeling gespecialiseerd in andere goederen;
- 46.391: niet-gespecialiseerde groothandel in diepgevroren voedingsmiddelen;
- 46.392: niet-gespecialiseerde groothandel in niet-diepgevroren voedingsmiddelen, dranken en genotmiddelen;
- 47.114: detailhandel in niet-gespecialiseerde winkels waarbij voedings- en genotmiddelen overheersen (verkoopoppervlakte tussen 400m² en minder dan 2500 m²);
- 56.102: eetgelegenheden met beperkte bediening;
- 68.203: verhuur en exploitatie van eigen of geleased niet-residentieel onroerend goed, exclusief terreinen;
- 68.311: bemiddeling bij de aankoop, verkoop en verhuur van onroerend goed voor een vast bedrag of op contractbasis;
- 70.220: overige adviesbureaus op het gebied van bedrijfsbeheer; adviesbureaus op het gebied van bedrijfsvoering.

⁷ Zie Aanmeldingsformulier, p. 2, §1 en p.3-4, §6.

IV.2 Doel van de concentratie

33. Volgens de Aanmeldende Partij situeert deze Transactie zich in de groeistrategie van Colruyt Group en vertegenwoordigt zij voor Colruyt een opportuniteit om haar bestaande voedingswinkelnetwerk verder uit te breiden met geografisch gezien complementaire vestigingen⁸.

34. De Aanmeldende Partij geeft aan dat de betrokken winkels in lijn liggen met de expansiedoelstellingen van de winkelformules Colruyt Laagste Prijzen, Okay, SPAR, Cru en Bio-Planet. [Vertrouwelijk]. De winkels van Match en Smatch die niet onder de Transactie vallen, hadden, volgens de Aanmeldende Partij, onvoldoende commercieel potentieel of zouden niet hebben voldaan aan de criteria voor de Colruyt Group-winkelformules.

35. Meer algemeen geeft de Aanmeldende Partij aan dat de voorliggende concentratie moet worden gekaderd binnen de moeilijke economische situatie van de Verkopers.

IV.3 Onderzoekstermijn

Eerste ontwerp aanmeldingsformulier	22 november 2023
Aanmelding concentratie	2 februari 2024
Aanvang termijn	5 februari 2024
20 werkdagen	1 maart 2024
25 werkdagen	8 maart 2024

IV.4 Aanmeldingsdrempels

36. De relevante omzetcijfers van Partijen zijn als volgt:⁹

Omzet (EUR)	Colruyt Group (2022/23)	Doelondernemingen (2022)
Wereldwijd	9.933.600.000	[Vertrouwelijk]
Europese Unie	[Vertrouwelijk]	[Vertrouwelijk]
België	[Vertrouwelijk]	[Vertrouwelijk]

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

⁸ Zie Aanmeldingsformulier, p. 4-6, § 8-16.

⁹ Zie Aanmeldingsformulier, p. 17, §45-46.

IV.5 Conclusie

38. Gelet op de beschrijving van de aangemelde transactie onder sectie IV.1 en de omzetcijfers van de Partijen vermeld in sectie IV.4, stelt het College vast dat de aangemelde transactie een concentratie vormt in de zin van art.IV.6 §1, 2° WER die aan de aanmeldingsdrempels van art. IV.7, §1 WER voldoet.

39. Bijgevolg stelt het College bij toepassing van artikel IV.66, §1, 2° WER vast dat de aangemelde transactie binnen het toepassingsgebied valt van de regels inzake concentraties van Boek IV WER (titel 1, hoofdstuk 2).

V. Bewijslast en beoordelingsstandaard

40. Het College dient aangemelde concentraties die binnen het toepassingsgebied vallen van de regels inzake concentratietoezicht van Boek IV van het Wetboek van economisch recht ("WER"), in een eerste fase procedure bij toepassing van artikel IV.66, §2 WER goed te keuren indien voor het College niet is aangetoond dat er ernstige twijfel is over de toelaatbaarheid van een concentratie in de zin van artikel IV.9, §4 WER. De bewijslast betreffende het aantonen van een ernstige twijfel rust op de BMA, en gelet op zijn structuur dus in eerste instantie op het Auditoraat.¹⁰ Het College dient een afwijken van het voorstel van de Auditeur voldoende te motiveren.¹¹

41. Indien het Mededingingscollege een beslissing wil nemen zoals bedoeld in artikel IV.66, §2, 3° WER dient het te motiveren dat er sprake is van ernstige twijfels over de toelaatbaarheid van de concentratie. Deze twijfel moet gelet op artikel IV.9, §4 WER betrekking hebben op de vraag of de concentratie tot gevolg zal hebben dat de 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. Het Mededingingscollege dient daarbij rekening te houden met de factoren vermeld in artikel IV.9, §2 WER.¹²

42. Het College oordeelt, op basis van vaste beslissingspraktijk van het Mededingingscollege, dat de ernst van de twijfel beoordeeld moet worden gelet op de waarschijnlijkheid dat negatieve gevolgen zich zullen voordoen, op de ernst van de gevolgen indien zij zich voordoen, en op de waarschijnlijkheid dat die negatieve gevolgen door de concentratie zijn veroorzaakt. De eventuele vaststelling dat negatieve gevolgen niet zijn uitgesloten laat naar het oordeel van het College niet toe om de procedure van bijkomend onderzoek en beslissing bedoeld in de artikelen IV.67 tot IV.69 WER in te zetten. En zeker wanneer de waarschijnlijkheid dat een gevolg zich zou voordoen niet groot is, moet het Mededingingscollege de ernst

¹⁰ Beslissing BMA-2023-C/C-07 van 3 april 2023 in Zaak nr. MEDE-C/C-22/038, Sligro – Metro Cash & Carry (deel College), §25.

¹¹ Zie over de motiveringsvereiste ter zake het arrest van het Marktenhof van 28 februari 2018 in de zaak Euroscop t. BMA, §25.

¹² Beslissing BMA-2013-C/C-03 van 25 oktober 2013 in Zaak nr. MEDE – C/C – 13/0020, De oprichting van het Mediahuis door Corelio NV en Concentra NV, § 672 en 673.

van de twijfel onvoldoende achten voor het openen van een in de artikelen IV.67 tot 69 WER bedoeld bijkomend onderzoek.¹³

VI. Activiteiten van de Partijen¹⁴

VI.1 Beschrijving en analyse van de Auditeur

43. Partijen zijn beide actief in detailhandel van dagelijkse consumptiegoederen in België.
44. De Aanmeldende Partij maakt deel uit van Colruyt Group die voornamelijk actief is in België in de detailhandel van dagelijkse consumptiegoederen via verschillende enseignes Colruyt Laagste Prijzen, OKay (Compact), SPAR¹⁵ en Cru. Ook is Colruyt Group actief in de activiteiten van bio-winkels, via haar enseigne Bio-Planet. Naast deze kernactiviteiten is Colruyt Group tevens actief in andere sectoren.¹⁶
45. Deze activiteiten van Colruyt Group kan men als volgt schematisch weergeven :

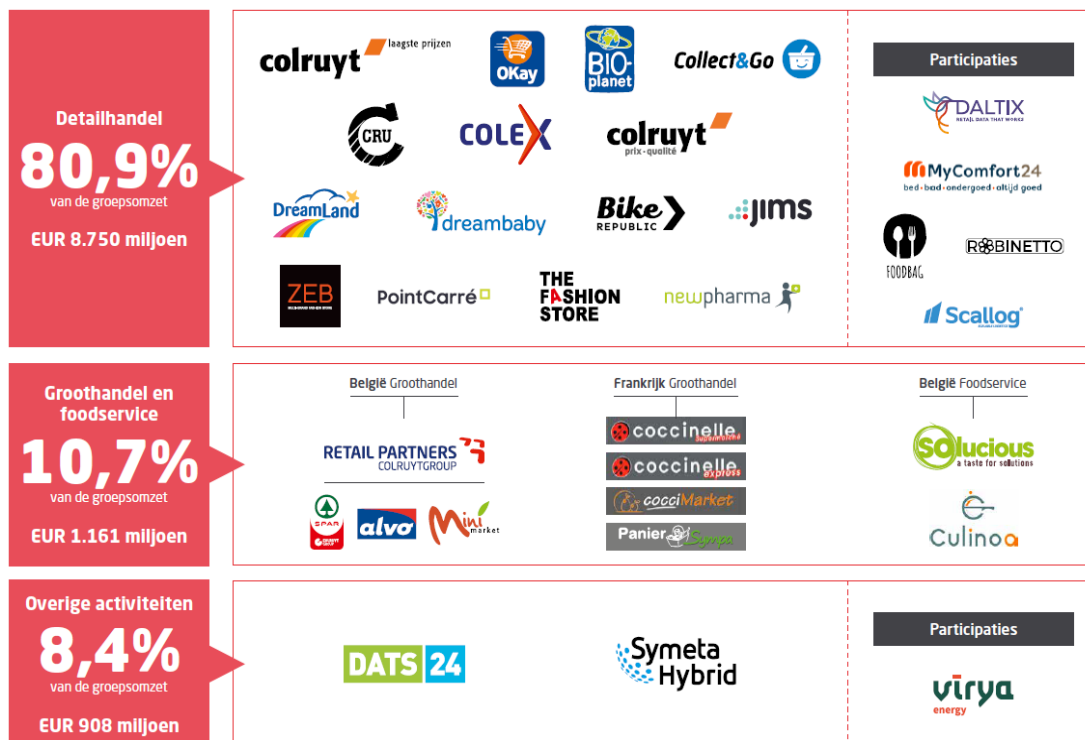
[...]

¹³ Zie Beslissing BMA-2013-C/C-03 van 25 oktober 2013 in Zaak nr. MEDE – C/C – 13/0020, *De oprichting van het Mediahuis door Corelio NV en Concentra NV*, § 674; Beslissing BMA-2023-C/C-07 van 3 april 2023 in Zaak nr. MEDE – C/C – 22/038, *Sligro – Metro Cash & Carry*, §25.

¹⁴ Zie Aanmeldingsformulier, p.7-10, §18-23.

¹⁵ Colruyt deelt de licentie voor SPAR met SPAR Lambrechts. Lambrechts NV opereert volledig onafhankelijk van de Colruyt groep. De SPAR-winkels van Colruyt-dochter Retail Partners Colruyt Group NV zijn voornamelijk franchisewinkels.

¹⁶Zie aanmeldingsformulier, §22-23; I.B.1.4. 2024.02.02 Bijlage 2.1.2 - Jaarverslag Colruyt Group 2022-2023.



46. De relevante activiteiten van Colruyt Group in verband met de Transactie kunnen als volgt worden samengevat:¹⁷

- **Detailhandel van dagelijkse consumptiegoederen:** de uitbating van 253 Colruyt Laagste Prijzen winkels in België en 6 in Luxemburg en de daarbij horende online diensten (de afhaalservice Collect&Go met 226 afhaalpunten in België en Luxemburg voor gereserveerde boodschappen bij Colruyt Laagste Prijzen of Bio-Planet, de online verkoop van klassewijnen op “klassewijnen.colruyt.be”, de online reservatie van vlees op “beenhouwerij.colruyt.be” en de online reservatie van sterke dranken op “sterkedranken.colruyt.be”), de uitbating van 144 OKay-winkels, 14 OKay Compact-winkels, 2 OKay Direct-winkels en 4 Cru-markten waarvan 3 met eethuis Cuit. Daarnaast baat Colruyt Group ook 33 Bio-Planet winkels uit in België, evenals 95 Colruyt winkels in Frankrijk.
- **Groothandel:** levering van dagelijkse consumptiegoederen via Retail Partners Colruyt Group (licentiehouders van de SPAR-formule in België) aan 213 SPAR winkels, 56 Alvo-winkels (waarvan 9 in Luxemburg) en 75 vrije klanten (waarvan 25 Mini-markets).
- **Productie:** eigen productieafdelingen op industriële schaal gegroepeerd onder Colruyt Group Fine Food, waartoe een vleesverwerkend bedrijf (Fine Food Meat), een wijnbottelarij (Fine Food Wine), een kaasverwerkende afdeling in België en Frankrijk (Fine Food Cheese), een koffiebranderij (Fine Food Coffee) en een bakkerij in joint venture (Fine Food Bread) behoren. Het betreft 9 productiesites. De verkoopklare producten komen op de markt onder haar eigen merken zoals Colruyt Beenhouwerij, Boni Selection, Everyday en SPAR.

¹⁷ Zie Aanmeldingsformulier, p. 12 e.v.

47. De Doelondernemingen zijn uitsluitend actief in de detailhandel in dagelijkse consumptiegoederen.
48. De Verkopers behoren op hun beurt tot de groep Louis Delhaize NV¹⁸, die voornamelijk actief is in de detailhandel van dagelijkse consumptiegoederen. In België wordt deze activiteit enerzijds gevoerd door de ondernemingen Match NV en Profi NV (de Verkopers) onder de commerciële benaming 'Match' en 'Smatch', welke 84 winkels omvat. Anderzijds behoren ook 7 hypermarkten tot de Louis Delhaize groep, die worden uitgebaat onder de commerciële benaming 'Cora'. Andere bedrijven binnen de groep, zoals Associated Retail NV, staan mee in voor de logistiek van deze winkelketens.
49. Op groothandelniveau staat de groepsvennootschap Delfood NV in voor de verkoop van food- en non-food-producten van alle aard aan de Match en Smatch buurtwinkels. Sinds 2022 worden de Belgische winkelketens ook bevoorrad via een met Intermarché opgerichte aankoopcentrale 'Delinter', welke door deze laatste wordt beheerd. Deze centrale onderhandelt namens de twee partners met de grote FMCG-leveranciers¹⁹ (waarbij nationale merken van KMO's buiten het akkoord vallen).
50. Daarnaast baat de Louis Delhaize groep 42 traiteurswinkels uit in België en Luxemburg onder de commerciële benaming 'Delitrateur' en heeft de Louis Delhaize groep ook een aandeel in Galimmo SCA, welke gespecialiseerd is in winkelvastgoed en de ontwikkeling van winkelcentra.
51. Uit de oplistijng van activiteiten van Partijen blijkt dat de voorgenomen concentratie van horizontale aard is. Niettemin blijkt dat er ook een verticaal verband is tussen enerzijds de stroomopwaarts gelegen productie- en groothandelsactiviteiten waarop enkel Colruyt Group actief is, en anderzijds de stroomafwaarts gelegen inkoopmarkt waarop zowel Colruyt Group als de Doelondernemingen actief zijn. Er wordt verwacht dat na de voltooiing van de concentratie de Doelondernemingen zullen worden opgenomen in het distributienetwerk van Retail Partners Colruyt Group, en eveneens zullen worden beleverd, ten minste in een bepaalde mate, door de hierboven vermelde productieafdelingen en mogelijkerwijze de groothandelsactiviteiten van Colruyt Group. Gelet op de beperkte aanwezigheid van Colruyt Group op de vijf hoger vermelde productieactiviteiten en de groothandelsmarkt²⁰, de afwezigheid van de Doelondernemingen op deze stroomopwaartse activiteiten, het zeer beperkte increment van de Doelondernemingen op de stroomafwaarts gelegen inkoopmarkt (zoals verderop besproken in VIII.1), en het ontbreken van verticale bezwaren geuit in de loop van het marktonderzoek, acht de Auditeur het risico op mededingingsbeperkende verticale effecten in de vorm van bronafscherming of klantafscherming

¹⁸ Louis Delhaize oefent eveneens controle uit over Associated Retail NV, Cora NV (activiteit van hypermarkten), Deliflux (Luxemburgse onderneming), Delfipar NV, Delfood NV, Delitrateur NV, Delparro (Nederlands onderneming), Delservices (Franse onderneming), Fonciere Truffaut (Franse onderneming), Fonciere Truffaut St Pavace (Franse onderneming), LDIT (Zwitserse onderneming), Provera Hong Kong (Hong Kong onderneming), Provera Belux NV, Provera France (Franse onderneming), Spinnet BV (Nederlandse onderneming) en Truffaut (Franse onderneming).

¹⁹ FMCG staat voor Fast Moving Consumer Goods.

²⁰ Zoals werd afgebakend in de BMA beslissing Sligro/Metro Cash & Carry: De Belgische groothandelsmarkt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen; Beslissing BMA-2023-C/C-07 van 3 april 2023 in de zaak MEDE-C/C-22/0038 *Sligro/Metro Cash & Carry*, §108.

verwaarloosbaar. Om deze redenen worden de verticale relaties met de stroomopwaartse activiteiten van Colruyt Group niet verder behandeld²¹.

VI.2 Beoordeling door het Mededingingscollege

52. Het College gaat akkoord met de beschrijving en de analyse van de Auditeur.

53. In lijn met de bevindingen van de Auditeur, meer bepaald (i) de beperkte aanwezigheid van Colruyt Group op het niveau van de vijf hoger vermelde stroomopwaartse productieactiviteiten en de groothandelsmarkt, (ii) de afwezigheid van de Doelondernemingen op het niveau van deze activiteiten, (iii) het zeer beperkte increment van de Doelondernemingen op de stroomafwaarts gelegen inkoopmarkt (zoals verderop besproken in VIII.1), en (iv) het ontbreken van verticale bezwaren geuit in de loop van het marktonderzoek, oordeelt het College dat het risico op verticale mededingingsbeperkende effecten in de vorm van bronafscherming of klantafscherming verwaarloosbaar is en dat het derhalve niet relevant is om een analyse van verticale effecten uit te voeren.²²

VII. Marktafbakening

VII.1 Inleiding

54. De bedrijfsactiviteiten van Colruyt Group en Louis Delhaize overlappen horizontaal op volgende markten: (i) de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen; en (ii) de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen.

VII.2 Inkoop van dagelijkse consumptiegoederen

VII.2.1 Productmarkt

VII.2.1.a Beslissingspraktijk

i) Belgische Mededingingsautoriteit (BMA)

55. De BMA heeft in haar beslissingspraktijk vastgesteld dat er een markt bestaat voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen. Zij heeft een segmentatie naar productcategorie²³ en naar de

²¹ De voorgenomen concentratie geeft ook geen aanleiding tot conglomeraatrelaties omdat het niet gaat om de combinatie van complementaire producten die over het algemeen door dezelfde groep afnemers worden gekocht voor hetzelfde eindgebruik.

²² Voor de volledigheid dient opgemerkt dat de Aanmeldende Partij de zienswijze van de Auditeur in deze eveneens deelt (zie § 23 van de Schriftelijke Opmerkingen).

²³ Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*, §§ 232 e.v., waar de BMA de 19 categorieën die eerder door de Europese Commissie werden weerhouden ook weerhield, vrije vertaling: "De BMA heeft in dit besluit de 19 categorieën aangehouden die eerder door de Europese Commissie werden aangehouden".

commerciële positionering van de producten²⁴ overwogen, maar heeft deze vragen uiteindelijk opengelaten.

ii) Europese Commissie

56. In haar beslissingspraktijk heeft de Europese Commissie een afzonderlijke markt gedefinieerd voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen, bestaande uit de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen aan afnemers zoals groothandelaars, detailhandelaars en andere ondernemingen.²⁵ De Commissie overwoog of er een verder onderscheid moest worden gemaakt tussen verschillende verkoopkanalen, zoals de detailhandelaars, de gespecialiseerde handelaars, delicatessenwinkels, zelfbedieningsgroothandels (cash & carry) en andere groothandelaars, drogisterijen en uitvoerhandel, zonder hier een beslissing in te nemen.²⁶ In haar beslissing Carrefour/Promodès merkte de Europese Commissie dan weer op dat "er sterke aanwijzingen zijn dat sommige leveringsmarkten ook op basis van distributiekkanalen kunnen worden afgebakend, zodat de bevoorrading van detailhandel met voedingsmiddelen als pijler een autonome markt zou kunnen vormen".²⁷ De Commissie heeft ook overwogen, zonder het te weerhouden, of de inkoopmarkt voor dagelijkse consumptiegoederen verder moet worden opgesplitst op basis van productcategorieën, gezien de beperkte substitueerbaarheid aan de aanbodzijde tussen verschillende productcategorieën.²⁸

²⁴ *Ibid.*, § 136, en Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/ MESTDAGH*, § 52.

²⁵ Zie, EC, beslissing van 26 april 2021 in de zaak M.10201, *Ahold Delhaize/Deen Assets*, § 15.; EC, beslissing van 12 april 2017 in de zaak M.8374, *Uab Rimi Lietuva/Uab Palink*, § 16.; EC, beslissing van 12 februari 2016 in de zaak M.7933; *Carrefour/Billa Romania and Billa Invest Construct*, § 16.; EC, beslissing van 22 januari 2016 in de zaak M.7920, *Netto/J Sainsbury/Dansk Supermarked/New Edlington/Hedon/Roundhay Road*, § 19.; EC, beslissing van 22 oktober 2015 in de zaak M.7702, *Koninklijke Ahold/Delhaize Group*, § 15.; EC, beslissing van 6 mei 2014 in de zaak M.7224, *Koninklijke Ahold/Spar CZ*, § 10.; EC, beslissing van 3 juli 2008 in de zaak M.5122, *Rewe/Plus Discount*, § 21; EC, beslissing van 3 februari 1999 in de zaak M.1221, *Rewe/Meinl*, § 83. en EC, beslissing van 25 januari 2000 in de zaak M.1684 – *Carrefour/Promodes*, §24.

²⁶ Zie o.m. EC, beslissing van 4 april 2021 in de zaak M.10201, *Ahold Delhaize/Deen Assets*, § 22; EC, beslissing van 21 september 2020 in de zaak M.9495, *Fortenova Grupa/Poslovni Sistemi Mercator*, §§ 79 e.v.; EC, beslissing van 12 april 2017 in de zaak M.8374, *Uab Rimi Lietuva/Uab Palink*, § 16; EC, beslissing van 12 februari 2016 in de zaak M.7933, *Carrefour/Billa Romania and Billa Invest Construct*, § 16 en EC, beslissing van 22 januari 2016 in de zaak M.7920, *Netto/J Sainsbury/Dansk Supermarked/New Edlington/Hedon/Roundhay Road*, § 19.

²⁷ EC, beslissing van 25 januari 2000 in de zaak M.1684, *Carrefour/ Promodès*, § 21.

²⁸ Zie o.m. EC, beslissing van 21 september 2020 in de zaak M.9495, *Fortenova Grupa/Poslovni Sistemi Mercator*, §§ 78 e.v.; EC, beslissing van 4 juni 2020 in de zaak M.9847, *Aldi/FPLPH Assets*, § 20 en EC, beslissing van 22 oktober 2015 in de zaak M. 7702, *Koninklijke Ahold/Delhaize Group*, § 16, waarin de Europese Commissie 19 productcategorieën beschouwde : 1) Vlees en worst; 2) Gevogelte en eieren; 3) Brood en banket; 4) Zuivelproducten; 5) Vers fruit en verse groenten; 6) Bier; 7) Wijn en alcohol; 8) Niet-alcoholische dranken; 9) Warme dranken; 10) Snoepgoed; 11) Basislevensmiddelen; 12) Fruit in blik; 13) Diepvriesvoeding; 14) Babyvoeding; (15) Dierenvoeding; (16) Lichaamsverzorging (bv. crèmes, lotions) en cosmetica (bv. make-up en parfums); (17) Was- en schoonmaakmiddelen; (18) Andere drogisterijproducten; en (19) Andere niet-voedingsproducten die gewoonlijk in supermarkten worden aangetroffen (bv. kranten, tijdschriften, amusement). Verder heeft de Europese Commissie ook 23 productcategorieën in aanmerking genomen, die meer gericht zijn op hypermarkten, in o.m. EC, beslissing van 4 april 2021 in de zaak M.10201, *Ahold Delhaize/Deen Assets*, §. 21; EC, beslissing van 12 april 2017 in de zaak M.8374, *UAB Rimi Lietuva/UAB Palink*, §. 17 en EC, beslissing van 12 februari 2016 in de zaak M.7933, *Carrefour/Billa Romania en Billa Invest Construct*, § 17.

iii) Autorité française de la concurrence (Adlc)

57. Volgens de Adlc kan de markt voor de inkoop van producten voor dagelijkse consumptiegoederen worden onderverdeeld volgens de 19 productcategorieën die de Europese Commissie heeft vastgesteld.²⁹ Zij heeft ook het bestaan onderzocht van een eventuele inkoopmarkt van voedingsmiddelen voor het detailhandelskanaal aan supermarkten en levensmiddelen detaillisten (hierna "supermarkten" genoemd), alsmede van een markt voor de levering van voedingsmiddelen voor de consumptie buitenshuis, gericht aan horecaondernemers.³⁰

iv) Nederlandse Mededingingsautoriteit (ACM)

58. De Nederlandse mededingingsautoriteit, (hierna "ACM"), weerhoudt een markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen die mogelijk kan worden onderverdeeld naar productcategorie en distributiekanaal.³¹ In het kader van de analyse van een concentratie op de stroomafwaartse foodservice groothandelsmarkt heeft de ACM geen aparte aandacht aan de inkoopmarkt besteedt, aangezien de positie op de verkoopmarkt bepalend is voor de positie op de inkoopmarkt.³²

VII.2.1.b Standpunt van de Aanmeldende Partij³³

59. De Aanmeldende Partij verwijst naar de beslissingspraktijk van de Europese Commissie en de Belgische Mededingingsautoriteit en is van oordeel dat er geen onderscheid moet worden gemaakt op basis van verschillende distributiekanaalen of productcategorieën.

60. Partijen zijn tenslotte van mening dat de precieze afbakening van de productmarkten in deze zaak in ieder geval kan worden opgelaten omdat een nadere onderverdeling op basis van productcategorieën of distributiekanaalen de materiële beoordeling van de Transactie niet zou beïnvloeden.

²⁹ Zie o.m. Adlc, beslissing van 23 maart 2020 in de zaak 20-DCC-40, *Soresum/E.Leclerc*, §§ 9-10; Adlc, beslissing van 19 april 2019 in de zaak 19-DCC-73, *Lidl/Casino/Leader Price*, §§ 7-8; Adlc, beslissing van 11 januari 2019 in de zaak 19-DCC-06, *Monoprix/Magasins Galeries Lafayette*, §§ 7-8; Adlc, beslissing van 27 april 2018 in de zaak 18-DCC-65, *Carrefour/Zorमत/Les Chênes/Puech Eco*, §§ 10-12 en Adlc, beslissing van 30 januari 2017 in de zaak 17-DCC-11, *Metro AG/Colruyt France SAS*, §§ 8-14.

³⁰ Adlc, beslissing van 30 januari 2017 in de zaak 17-DCC-11, *Metro AG/Colruyt France SAS*, § 12, vrije vertaling: "De mededingingsautoriteit heeft ook het bestaan onderzocht van een markt voor de levering van voedingsproducten bestemd voor het supermarktkanaal en voor winkels met een overwegend food focus (hierna GMS genoemd) alsook een markt voor de levering van voedingsproducten bestemd voor out-of-home catering."

³¹ ACM, beslissing van 21 december 2021 in de zaak ACM/21/053545, *Ondernemerscoöperatie De Sperwer U.A./Coop Nederland U.A.*, § 20; ACM, beslissing van 9 juli 2021 in de zaak ACM/21/050672, *Ahold-Delhaize/Deen Supermarkets*, § 15 en ACM, beslissing van 26 juni 2018 in de zaak ACM/18/032654, *Jumbo Groep Holding/Emté Holding*, § 14.

³² ACM, beslissing van 22 december 2004 in de zaak ACM/4354/16, *Groothandel van der Laan/Groothandel Zuid-Nederland*, § 10, "De groothandel bevindt zich in de bedrijfskolom tussen de productie van goederen en de verkoop van de goederen aan de eindgebruiker. Veelal is de positie op de verkoopmarkt bepalend voor de positie op de inkoopmarkt en is aparte aandacht voor de inkoopmarkt niet noodzakelijk."

³³ Zie Aanmeldingsformulier, p.48, §115.

VII.2.1.c Marktonderzoek

61. Het merendeel van zowel de leveranciers³⁴ als van de concurrenten³⁵ in het marktonderzoek sluit zich aan bij de beslissingspraktijk van de Europese Commissie en de BMA.

62. Daarentegen geven Carrefour³⁶ en Ab Inbev³⁷ aan dat de markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen verder dient worden ingedeeld op basis van distributiekanaal en productcategorie. Danone³⁸ stelt dat de markt kan worden opgedeeld op basis van distributiekanaal, met name kanalen die rechtstreeks aan de eindconsument verkopen (B2C) en kanalen die niet rechtstreeks aan de eindconsument verkopen (B2B).

VII.2.1.d Beoordeling Auditeur en conclusie

63. De Auditeur concludeert dat er een aparte markt bestaat voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen. De Auditeur laat vervolgens de vraag open of de markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen verder dient te worden onderverdeeld volgens distributiekanaal of productcategorieën, aangezien de Transactie geen aanleiding geeft tot ernstige twijfels over de toelaatbaarheid ervan met betrekking tot de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen, ongeacht de mogelijke segmentatie ervan.

VII.2.1.e Beoordeling en conclusie Mededingingscollege

64. Gelet op de hierboven beschreven en geciteerde beslissingspraktijk en de resultaten van het door de Auditeur gevoerde marktonderzoek, deelt het College het oordeel van de Auditeur dat er een aparte markt bestaat voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen.

VII.2.2 Geografische markt

VII.2.2.a Beslissingspraktijk

i) Belgische Mededingingsautoriteit (BMA)

65. In haar beslissingspraktijk heeft de BMA de markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen als nationaal beschouwd.³⁹

³⁴ Zie antwoorden op vraag 1.1a t.e.m. 1.1d in II.A.II.2.2 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Belki ; II.A.III.2.3 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Coca-Cola NVV; II.A.IV.4.2. 2023.12.11 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Conway; II.A.IX.5.3 2024.01.08 Antwoord Verzoek om Inlichtingen NVV La Lorraine; II.A.XII.3.3 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen NVV Mondelez; II.A.XVI.4.3. 2023.12.28 Antwoord Verzoek om Inlichtingen NVV Unilever; II.A.XV. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen 't Munckenei; II.A.XVII.2.2. 2024.01.08 Antwoord Verzoek om Inlichtingen NVV.

³⁵ Zie antwoorden op vraag 1.1a t.e.m. 1.1d in II.B.I. 6.2. 2023.12.28 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Ahold NVV, II.B.V. 3.3. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Intermarché NVV.; II.B.II.4.3. 2023.12.21 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Aldi NVV; II.B.VI.10.3 2024.01.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Jumbo NVV; II.B.VII.8.3. 2024.01.08 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Lidl NVV; II.B.VIII.2.2. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen SPAR-Lambrechts.

³⁶ Zie II.B.III. 5.5. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Carrefour NVV.

³⁷ Zie II.A.1.4.3. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen vragen 3.1-3.6 4.4 AB Inbev NVV.

³⁸ Zie II.A.V.3.3. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Danone NVV.

³⁹ Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*, § 211 en Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/ MESTDAGH*, § 66.

ii) Europese Commissie

66. De Europese Commissie definieert de markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen als nationaal, voornamelijk vanwege de voorkeur van de consument voor nationale producten en het feit dat handelsbesprekingen over het algemeen op nationaal niveau plaatsvinden.⁴⁰ In een recente beslissing heeft ze de vraag of de markt breder dan nationaal zou kunnen zijn, opengelaten.⁴¹

iii) Autorité française de la concurrence (Adlc)

67. Ook de Adlc weerhoudt een nationale markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen. Gezien de voorkeuren, smaken en eetgewoonten van de consumenten, de prijsverschillen, de uiteenlopende marktaandelen van de belangrijkste marktdeelnemers in de verschillende lidstaten en de aanwezigheid van merken van fabrikanten of distributeurs die uitsluitend op nationaal niveau worden verhandeld, is het niet gerechtvaardigd aan te nemen dat de markt een Europese dimensie heeft.⁴²

iv) Nederlandse Mededingingsautoriteit (ACM)

68. Volgens de Nederlandse ACM is de markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen nationaal.⁴³

VII.2.2.b Standpunt van de Aanmeldende Partij⁴⁴

69. De Aanmeldende Partij volgt bovenstaande beslissingspraktijk en meent dat de relevante geografische markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen de Belgische markt is.

⁴⁰ Zie o.m. EC, beslissing van 4 april 2021 in de zaak M.10201, *Ahold Delhaize/ Deen Assets*, § 24; EC, beslissing van 21 september 2020 in de zaak M.9495, *Fortenova Grupa/Poslovni Sistemi Mercator*, § 125; EC, beslissing van 4 juni 2020 in de zaak M.9847, *Aldi/FPLPH Assets*, § 28; EC, beslissing van 12 april 2017 in de zaak M.8374, *Uab Rimi Lietuva/Uab Palink*, § 19; EC, beslissing van 12 februari 2016 in de zaak M.7933, *Carrefour/Billa Romania and Billa Invest Construct*, § 19 en EC, beslissing van 22 januari 2016 in de zaak M.7920, *Netto/J Sainsbury/Dansk Supermarked/New Edlington/Hedon/Roundhay Road*, § 21.

⁴¹ EC, beslissing van 21 september 2020 in de zaak M.9495, *Fortenova Grupa/Poslovni Sistemi Mercator*, §§124-125, vrije vertaling: "(124) De Commissie merkt op dat, ondanks de duidelijke algemene overeenstemming over een nationale reikwijdte van de markten voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen, uit verklaringen van verschillende marktdeelnemers blijkt dat ten minste enkele van de markten steeds ruimer dan nationaal worden. (125) In het licht van het bovenstaande concludeert de Commissie dat zij in het kader van deze beschikking vaststelt dat de markten voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen ten minste een nationale reikwijdte hebben. Een ruimere marktomschrijving kan echter niet volledig worden uitgesloten. De Commissie laat uiteindelijk in het midden of de markt ruimer is dan nationaal, aangezien de voorgenomen transactie geen ernstige twijfels doet rijzen over de verenigbaarheid ervan met de interne markt, ongeacht de marktdefinitie".

⁴² Adcl, beslissing van 30 januari 2017 in de zaak 17-DCC-11, *Metro AG/Colruyt France SAS* §25, vrije vertaling: "Zo heeft zij vastgesteld dat het, gezien de voorkeuren, smaken en eetgewoonten van de consumenten, de prijsverschillen, de verschillen tussen de marktaandelen van de belangrijkste marktdeelnemers in de verschillende lidstaten en de aanwezigheid van merken van fabrikanten of distributeurs die uitsluitend op nationaal niveau op de markt worden gebracht, niet gerechtvaardigd was een markt met een Europese dimensie in stand te houden."

⁴³ Zie o.m. ACM, beslissing van 21 december 2021 in de zaak ACM/21/053545, *Ondernemerscoöperatie De Sperwer U.A./Coop Nederland U.A.*, § 20; ACM, beslissing van 9 juli 2021 in de zaak ACM/21/050672, *Ahold-Delhaize/Deen Supermarkets*, § 15 en ACM, beslissing van 26 juni 2018 in de zaak ACM/18/032654, *Jumbo Groep Holding/Emté Holding*, § 14.

⁴⁴ Zie Aanmeldingsformulier, p.52, §128-129.

VII.2.2.c Marktonderzoek

70. Het merendeel van de leveranciers⁴⁵ sluit zich aan bij de beslissingspraktijk van de Europese Commissie en de BMA en bevestigt de nationale dimensie van de inkoopmarkt. Daarentegen zijn een aantal leveranciers⁴⁶ van oordeel dat er een ruimere geografische dimensie kan worden weerhouden. In dit verband wijzen zij naar de toenemende grensoverschrijdend aankopen van retailers door middel van inkoopallianties die op Europees niveau of op individuele basis worden georganiseerd.

71. Het merendeel van de concurrenten⁴⁷ in het marktonderzoek geeft aan dat de markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen een ruimere geografische dimensie dan nationaal heeft.

VII.2.2.d Beoordeling en conclusie van de Auditeur

72. De Auditeur is van oordeel dat er geen reden is om af te wijken van de bestaande beslissingspraktijk en beschouwt de markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen als nationaal, waarbij de vraag of de markt breder dan nationaal kan zijn, opengelaten wordt.

73. De Auditeur benadrukt dat, ongeacht de exacte segmentatie, de voorgenomen concentratie geen aanleiding geeft tot ernstige twijfels over de toelaatbaarheid ervan met betrekking tot de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen.

VII.2.2.e Beoordeling en conclusie van het Mededingingscollege

74. Gelet op de bovenvermelde en geciteerde beslissingspraktijk en de resultaten van het door de Auditeur gevoerde marktonderzoek, deelt het College het oordeel van de Auditeur dat er een aparte markt bestaat voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen die een nationale reikwijdte heeft, waarbij de vraag of de markt breder dan nationaal kan zijn, opengelaten kan worden gezien dit geen impact heeft op de toelaatbaarheid van de concentratie.⁴⁸

⁴⁵ Zie antwoorden op vraag 1.3 II.A.III.2.3 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Coca-Cola NVV; II.A.IV.4.2. 2023.12.11 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Conway; II.A.V.3.3. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Danone NVV; II.A.XII.3.3 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen NVV Mondelez; II.A.XVI.4.3. 2023.12.28 Antwoord Verzoek om Inlichtingen NVV Unilever; II.A.XV. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen 't Munckenei; II.A.XVII.2.2. 2024.01.08 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Warnez NVV.

⁴⁶ Zie antwoorden op vraag 1.3 in II.A.1.4.3. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen vragen 3.1-3.6 4.4 AB Inbev NVV.

II.A.II.2.2 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Belki; II.A.IX.5.3 2024.01.08 Antwoord Verzoek om Inlichtingen NVV La Lorraine; II.A.XII.3.3 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen NVV Mondelez;

⁴⁷ Zie antwoorden op vraag 1.3 in II.B.V. 3.3. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Intermarché NVV.; II.B.VII.8.3. 2024.01.08 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Lidl NVV; II.B.VIII.2.2. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen SPAR-Lambrechts, II.B.I. 6.2. 2023.12.28 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Ahold NVV.

⁴⁸ Het College noteert dat de Aanmeldende Partij de relevante markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen als Europees omschrijft (het verwijst hiervoor naar §128 van de Aanmelding). Dit heeft volgens de Aanmeldende Partij echter geen invloed op de materiële beoordeling van de concentratie.

VII.3 Verkoop van dagelijkse consumptiegoederen

VII.3.1 Productmarkt

VII.3.1.a Beslissingspraktijk

i) Belgische Mededingingsautoriteit (BMA)

75. In de recente *ITM Mestdag* beslissing sluit de BMA zich aan bij de beslissingspraktijk van de Europese Commissie voor wat betreft de marktdefinitie gebaseerd op moderne distributiekanaal waaronder supermarkten, hypermarkten en *discounters*.⁴⁹

76. De BMA was eveneens van oordeel dat gespecialiseerde winkels, tankstations en kiosken van de productmarkt moesten worden uitgesloten vanwege hun zeer geringe oppervlakte en het feit dat zij qua assortiment en prijs niet vergelijkbaar zijn.⁵⁰

77. Daarnaast heeft de BMA beslist de relevante markt in principe te beperken tot winkels met een oppervlakte van meer dan 400 m², aangezien zij over het algemeen een gelijkaardig assortiment aanbieden en derhalve door de consument voldoende als volwaardige alternatieven worden beschouwd.⁵¹

78. Ten slotte heeft de BMA de vraag of *cash & carry* winkels deel uitmaken van de relevante markt ook steeds opengelaten.⁵²

ii) Europese Commissie

79. In haar beslissingspraktijk heeft de Europese Commissie een afzonderlijk markt gedefinieerd voor de retailverkoop van dagelijkse consumptiegoederen, bestaande uit de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via de moderne distributiekanaal waaronder supermarkten, hypermarkten en *discounters*.⁵³

80. De Commissie sloot gespecialiseerde winkels (slagerijen, bakkerijen, enz.), kiosken, geld- en transportwinkels en tankstations evenwel uit van deze markt, omwille van het beperkter

⁴⁹ Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH*, § 94.; Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*, § 103.

⁵⁰ Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH*, § 69, 94-96.; Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*, § 106.;

⁵¹ Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH*, § 73, 94.; Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*, § 108.;

⁵² Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH*, § 95.; Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*, § 107.

⁵³ EC, beslissing van 15 november 2021 in de zaak M.10459, *CVC/Stock Spirits Group*, § 31; EC, beslissing van 26 april 2021 in de zaak M.10201, *Ahold Delhaize/Deen Assets*, § 15; EC, beslissing van 4 juni 2020 in de zaak M.9847, *Aldi/FPLPH Assets*, § 13; van 12 april 2017 in de zaak M.8374, *Uab Rimi Lietuva/Uab Palink*, § 13; EC, beslissing van 12 februari 2016 in de zaak M.7933, *Carrefour tegen Billa Romania en Billa Invest Construct*, § 14; EC, beslissing van 22 januari 2016 in de zaak M.7920, *Netto/J Sainsbury/Dansk Supermarked/New Edlington/Hedon/Roundhay Road*, § 15; EC, beslissing van 25 januari 2010 in de zaak M.5677, *Schuitema/Super de Boer Assets*, § 17; EC, beslissing van 3 juli 2008 in de zaak M.5112, *Rewe/Plus Discount*, § 15; EC, beslissing van 25 april 2007 in de zaak M.4590, *Rewe tegen Delvita*, § 9.

productassortiment. Bovendien bleken deze winkels veelal louter een specialistische of gemaksfunctie te vervullen.⁵⁴ De Commissie heeft ook overwogen of zelfbedieningsgroothandels deel uitmaken van de markt maar heeft deze vraag uiteindelijk opengelaten.⁵⁵

iii) Autorité française de la concurrence (Adlc)

81. De Adlc onderscheidt zes categorieën van afzetkanalen op basis van onder meer de omvang van de winkels, hun verkooptechnieken, hun toegankelijkheid, de aard van de verleende diensten en de uitgebreidheid van de aangeboden producten.⁵⁶ In de praktijk onderscheidt de Adlc:

- een markt voor hypermarkten;
- een markt voor supermarkten en gelijkaardige vormen van handel (hypermarkten, hard discounters en populaire winkels van meer dan 400 m²).⁵⁷

82. De Adlc voegt daaraan toe dat, hoewel elke categorie van winkel zijn specificiteit behoudt, er sprake is van asymmetrische concurrentie tussen sommige van deze categorieën, voornamelijk tussen kleine detailhandelaars (buiten Parijs) en andere winkels. In bepaalde geografische configuraties kan een hypermarkt, supermarkt of *discounter* van meer dan 400 m² door sommige consumenten worden gebruikt als een lokale winkel, ter vervanging van een supermarkt, terwijl dit niet geldt in de omgekeerde richting. Zo kunnen hypermarkten en supermarkten een sterke concurrentiële druk uitoefenen op de kleine detailhandelaars maar wordt een dergelijke concurrentiële druk in de omgekeerde richting nauwelijks vastgesteld.⁵⁸

83. Daarnaast heeft de Adlc een afzonderlijke markt weerhouden voor bio-winkels omwille van de beperkte substitueerbaarheid tussen biologische en conventionele producten en een aanzienlijk prijsverschil tussen de twee soorten producten, hetgeen ook de inwisselbaarheid van conventionele en biologische producten

⁵⁴ EC, beslissing van 26 april 2021 in de zaak M.10201, *Ahold Delhaize/Deen Assets*, § 13; EC, beslissing van 4 juni 2020 in de zaak M.9847, *Aldi/FPLPH Assets*, § 14; EC, beslissing van 12 april 2017 in de zaak M.8374, *UAB Rimi Lietuva/UAB Palink*, § 14; EC, beslissing van 12 februari 2016 in de zaak M.7933, *Carrefour tegen Billa Romania en Billa Invest Construct*, § 15; EC, beslissing van 22 januari 2016 in de zaak M.7920, *Netto/J Sainsbury/Dansk Supermarked/New Edlington/Hedon/Roundhay Road*, § 16; EC, beslissing van 25 januari 2010 in de zaak M.5677, *Schuitema/Super de Boer Assets*, § 18; EC, beslissing van 15 november 2004 in de zaak M.3464, *Kesko/Ica/JV*, § 12; en EC, beslissing van 3 februari 1999 in de zaak M.1221, *Rewe tegen Meindl*, § 10.

⁵⁵ EC, beslissing van 18 april 2012 in de zaak M.6506 van *Auchan/Magyar Hipermarket Group*, § 12.

⁵⁶ (i) hypermarkten (met een wettelijk verkoopoppervlak van meer dan 2 500 m²), ii) supermarkten (dominante levensmiddelenwinkels met een verkoopoppervlakte van minder dan 2 500 m² en meer dan 400 m²), iii) gespecialiseerde handel, iv) kleine detailhandel (minder dan 400 m²), v) maximale discounters, vi) postorderverkoop. Zie in dit verband de beslissingen van de Adlc van 17 november 2020, 20-DCC-164 *Aldi/Franprix Leader Price*, § 13; van 23 maart 2020, 20-DCC-40 *Soresum/E.Leclerc*, § 14; van 19 april 2019, 19-DCC-73 *Lidl/Casino/Leader Price*, § 9; en van 11 januari 2019, 19-DCC-06 *Monoprix/Magasins Galeries Lafayette*, § 10.

⁵⁷ Adlc, beslissing van 17 november 2020, 20-DCC-164 *Aldi/Franprix Leader Price Holding*, § 17; Adlc, beslissing van van 23 maart 2020, 20-DCC-40 *Soresum/E.Leclerc*, § 15; Adlc, beslissing van 19 april 2019, 19-DCC-73 *Lidl/Casino/Leader Price*, § 10; Adlc, beslissing van 11 januari 2019, 19-DCC-06 *Monoprix/Magasins Galeries Lafayette*, § 13; Adlc, beslissing van 21 november 2014, 14-DCC-173 *Carrefour/Dia*, § 21; Adlc, beslissing van 11 juli 2013, 13-DCC-90 *Casino/Monoprix*, § 23; Adlc, beslissing van 9 mei 2012, 12-DCC-63 *Carrefour/Guyenne en Gascogne*, § 13.

⁵⁸ Adlc, beslissing van 17 november 2020, 20-DCC-164 *Aldi/Franprix Leader Price Holding*, § 19.

zou belemmeren. De markt omvatte louter de grote winkels die gespecialiseerd zijn in biologische producten.⁵⁹

84. In 2022 bevestigde de Adlc zijn positie op de specifieke markt voor de verkoop van biologische producten.⁶⁰

iv) Bundeskartellamt (BkA)

85. Het BkA weerhoudt vijf categorieën winkels op basis van grootte- en assortimentscriteria, met name hypermarkten (meer dan 5 000 m²), grote supermarkten (tussen 2 500 en 4 999 m²), discounters (ongeacht de oppervlakte), supermarkten (tussen 400 en 2 499 m²) en kleine winkels (399 m² of minder).⁶¹

86. Het BkA is echter van oordeel dat deze verschillende categorieën winkels een uniforme detailhandelsmarkt vormen, ongeacht de vastgestelde verschillen in productassortiment, de manier van aanbieden en de winkeloppervlakte. De identificeerbare verschillen tussen de verschillende categorieën, met name op basis van de verscheidenheid in het productassortiment en het prijsniveau, werden echter wel in acht genomen bij de mededingingsanalyse.⁶²

v) Nederlandse Mededingingsautoriteit (ACM)

87. De ACM behoudt een afzonderlijke markt voor de verkoop van alledaagse consumentenproducten via moderne distributiekanaal (supermarkten, hypermarkten en discounters).⁶³ Het sluit echter wel winkels met een verkoopoppervlakte van minder dan 500 m² uit vanwege hun beperkte aanbod en het feit dat consumenten ze niet volledig beschouwen als alternatieven voor grotere supermarkten.⁶⁴

VII.3.1.b Standpunt van de Aanmeldende Partij⁶⁵

88. De Aanmeldende Partij verwijst naar de beslissingspraktijk van de Europese Commissie en de BMA en is van oordeel dat er geen onderscheid moet worden gemaakt op basis van verschillende distributiekanaal of productcategorieën.

89. De Aanmeldende Partij is tenslotte van mening dat de precieze afbakening van de productmarkten in deze zaak in ieder geval kan worden opgelaten omdat de Transactie geen aanleiding zou geven tot mededingingsbezwaren.

⁵⁹ Adlc, beslissing van 10 september 2021, 21-DCC-161 *Carrefour/Bio c' Bon*.

⁶⁰ Adlc, beslissing van 15 februari 2022, 22-DCC-19 *Naturalia/Salej*.

⁶¹ BkA, beslissing van 17 maart 2021, B2- 85/20 *Edeka/SCP*, § 143; BkA, beslissing van 22 december 2020, B2-83/20 *Kaufland/SCP*, § 116.

⁶² BkA, beslissing van 17 maart 2021, B2-85/20 *Edeka/SCP*, § 187; BkA, beslissing van 22 december 2020, B2-83/20 *Kaufland/SCP*, § 160.

⁶³ ACM, beslissing van 21 december 2021, ACM/21/053545 *Ondernemerscoöperatie De Sperwer U.A./Coop Nederland U.A.*, § 24; ACM, beslissing van 9 juli 2021, ACM/21/050672 *Ahold-Delhaize/Deen Supermarkten*, § 13; en ACM, beslissing van 26 juni 2018, ACM/18/032654 *Jumbo Groep Holding/Emté Holding*, § 12.

⁶⁴ ACM, beslissing van 21 december 2021, ACM/21/053545 *Ondernemerscoöperatie De Sperwer U.A./Coop Nederland U.A.*, § 25; ACM, beslissing van 9 juli 2021, ACM/21/050672 *Ahold-Delhaize/Deen Supermarkets*, § 13.

⁶⁵ Zie Aanmeldingsformulier, p.47, §107-108.

VII.3.1.c Marktonderzoek

90. Het merendeel van de concurrenten in het marktonderzoek sluit zich aan bij de beslissingspraktijk van de Europese Commissie en de BMA.⁶⁶

91. Een aantal concurrenten, waaronder Ahold⁶⁷ en Intermarché⁶⁸ geven aan dat de biologische winkels steeds meer concurrentiële druk uitoefenen op klassieker supermarkten gelet op het toenemend belang van de biologische producten in het assortiment van de klassieke supermarkten.

92. Daarentegen stelt Testaankoop dat de concurrentiële druk van bio-winkels op generieke supermarkten beperkt blijft omdat de bio-producten in bio-winkels nog steeds aanzienlijk duurder zijn dan deze in supermarkten. Testaankoop maakte de vergelijking tussen de goedkoopste bio-producten van de bio-supermarkten met de goedkoopste bio-producten van het huismerk van supermarkten en kwam tot de conclusie dat de biologische producten in supermarkten duidelijk veel goedkoper blijven.⁶⁹

93. Tot slot, geeft het merendeel van respondenten aan dat ze concurrentiële druk ervaren van cash-and-carry winkels in zoverre ze zich richten op niet-professionele consumenten.

VII.3.1.d Beoordeling en conclusie van de Auditeur

94. Op basis van het marktonderzoek heeft de Auditeur vastgesteld dat de rechtspraak van Europese Commissie en de BMA nog steeds actueel en pertinent is.

95. De Auditeur weerhoudt een afzonderlijke markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via moderne distributiekanaal in winkels met een oppervlak in principe groter dan 400 m², met uitzondering van bio-winkels en cash-and-carry winkels.

96. De Auditeur sluit niet uit dat de bio-winkels, alsook cash-and-carry winkels, in zoverre ze zich richten op niet-professionele klanten, in bepaalde situaties een concurrentiële druk zouden kunnen uitoefenen. Niettemin stelt de Auditeur vast op basis van het gevoerde onderzoek dat de aanwezigheid van bio-winkels en cash-and-carry winkels geen impact heeft op de beoordeling van de voorliggende geïdentificeerde risicolocaties en de concentratie in het algemeen.

97. Daarnaast werd ook overwogen of en in welke mate de winkels met een oppervlak vanaf 200 m² zouden kunnen opgenomen worden in de concurrentieanalyse van bepaalde situaties. In de huidige zaak achtte de Auditeur een sensitiviteitsanalyse opportuun (*infra* sectie VIII omdat zowel koper als verkoper over een groot aantal winkels beschikken met een oppervlakte van net geen 400m²).

VII.3.1.e Beoordeling en conclusie van het Mededingingscollege

98. Gelet op de bovenvermelde en geciteerde beslissingspraktijk en op de resultaten van het marktonderzoek, deelt het College het oordeel van de Auditeur dat er een afzonderlijke markt bestaat voor

⁶⁶ Zie antwoorden op vraag 2.1 in II.B.V. 3.3. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Intermarché NVV.; Zie II.B.III. 5.5. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Carrefour NVV; II.B.II.4.3. 2023.12.21 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Aldi NVV; II.B.VI.10.3 2024.01.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Jumbo NVV; II.B.VII.8.3. 2024.01.08 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Lidl NVV; II.B.VIII.2.2. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen SPAR-Lambrechts.

⁶⁷ Zie II.B.I. 6.2. 2023.12.28 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Ahold NVV.

⁶⁸ Zie II.B.V. 3.3. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Intermarché NVV.

⁶⁹ Zie II.C.I.4.2. 2023.12.21 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Testaankoop NVV.

de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via moderne distributiekanaal in winkels met een oppervlakte in principe groter dan 400 m², met uitzondering van bio-winkels en cash-and-carry winkels alhoewel die, in bepaalde situaties, een concurrentiële druk zouden kunnen uitoefenen (voor wat betreft cash-and-carry winkels in zoverre ze zich richten op niet-professionele klanten).⁷⁰ Het College oordeelt met de Auditeur dat het opportuun is om in de concurrentiële analyse van bepaalde situaties ook winkels met een kleinere oppervlakte dan 400 m² op te nemen en sluit niet uit dat een ondergrens van 200m² hierbij dienstig kan zijn (zie ook Randnummer 165 van deze Beslissing).

VII.3.1 Geografische markt

VII.3.1.a Beslissingspraktijk

i) Belgische Mededingingsautoriteit (BMA)

99. In haar beslissingspraktijk weerhoudt de BMA lokale markten op basis van verzorgingsgebieden die de werkelijke voetafdruk van elke winkel weergeven.⁷¹ De werkelijke voetafdruk wordt berekend op basis van een percentage van de verkoop die rond de winkel wordt gegenereerd waarbij rekening wordt gehouden met de specifieke omstandigheden van iedere winkel.⁷²

ii) Europese Commissie

100. De Europese Commissie definieert de markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen als lokaal. De Europese Commissie houdt daarbij rekening met gebieden in een straal van 10 tot 30 minuten rijafstand,⁷³ die kunnen variëren op basis van verschillende criteria, zoals de omvang van het verkooppunt, de verscheidenheid van het productenassortiment, de bijbehorende commerciële infrastructuur, de communicatiekanalen en de kwaliteit van hun dienstverlening.⁷⁴

101. In bepaalde omstandigheden was de Commissie van oordeel dat de verkoopmarkten een regionale of nationale dimensie zouden kunnen hebben.⁷⁵ De Commissie heeft de markt aldus gedefinieerd als

⁷⁰ Voor de volledigheid dient opgemerkt dat de Aanmeldende Partij de zienswijze van de Auditeur in deze eveneens deelt (zie § 23 van de Schriftelijke Opmerkingen).

⁷¹ Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH*, § 113; Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*, § 218.

⁷² Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH*, § 110-111.; Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*, § 186.

⁷³ EC, beslissing van 4 juni 2020 in de zaak M.9847, *Aldi/FPLPH Assets*, § 23; EC, beslissing van 12 april 2017 in de zaak M.8374, *UAB Rimi Lietuva/UAB Palink*, § 14; EC, beslissing van 22 januari 2016 in de zaak M.7920, *Netto/J Sainsbury/Dansk Supermarked/New Edlington/Hedon/Roundhay Road*, § 17; EC, beslissing van 7 maart 2013 in de zaak M.6822, *Auchan/Real/Echte Hypermarkt Roemenië*, § 11; EC, beslissing van 18 april 2012 in de zaak M.6506, *Auchan/Magyar Hipermarket Group*, § 13; EC, beslissing van 28 juni 2010 in de zaak M.5790, *Lidl/Plus Romania/Plus Bulgaria*, § 14; EC, beslissing van 3 juli 2008 in de zaak M.5112, *Rewe Plus/Korting*, § 18; EC, beslissing van 26 juni 2008 in de zaak M.5176, *CVC/Schuitema*, § 12.

⁷⁴ EC, beslissing van 25 januari 2000 in de zaak M.1684, *Carrefour/Promodes*, § 24.

⁷⁵ EC, beslissing van 18 april 2012 in de zaak M.6506, *Auchan/Magyar Hipermarket Group*, § 13; EC, beslissing van 26 juni 2008 in de zaak M.5176, *CVC/Schuitema*, § 12; EC, beslissing van 25 april 2007 in de zaak M.4590, *Rewe tegen*

nationaal wanneer zij rekening hield met de parameters van het nationale handelsbeleid van de distributeurs (nationale prijsbepaling, nationale reclamecampagne of nationale productassortimenten).⁷⁶

iii) Autorité française de la concurrence (Adlc)

102. In haar beslissingspraktijk weerhoudt de Adlc een lokale geografische markt, die zij definieert als de markt, “waar de vraag van de consument en het aanbod van supermarkten en gelijkaardige handelsvormen zich op minder dan 15 minuten rijafstand bevinden”.⁷⁷ Deze geografische afbakening houdt rekening met de specifieke kenmerken van het gebied in kwestie, afhankelijk van de bevolkingsdichtheid en de verkeerssituatie (Parijs, kleine ring, grote ring, grote provinciestad of provincie).⁷⁸

iv) Bundeskartellamt (BkA)

103. Het BkA is van oordeel dat de concurrentiële analyse moet worden uitgevoerd op basis van “marktgebieden”, die zijn afgebakend rond de verzorgingsgebieden van de doelondernemingen.⁷⁹

v) Nederlandse Mededingingsautoriteit (ACM)

104. In haar recente beslissingspraktijk overweegt de ACM een lokale of nationale markt, maar laat uiteindelijk de specifieke geografische marktdefinitie open.⁸⁰

VII.3.1.b Standpunt van de Aanmeldende Partij⁸¹

105. De Aanmeldende Partij is van mening dat de markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen een regionale of nationale markt betreft. Volgens de Aanmeldende Partij overlappen de verzorgingsgebieden dusdanig dat zij niet de concurrentiële kenmerken vertonen van een afzonderlijke geografische markt en wordt het prijszettingsbeleid gevoerd op regionaal/nationaal niveau.

VII.3.1.c Marktonderzoek

106. Het merendeel van de concurrenten in het marktonderzoek sluit zich aan bij de beslissingspraktijk en geeft aan dat de geografische markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen lokaal is.⁸²

Delvita, § 18; EC, beslissing van 25 januari 2000 in de zaak M.1684, *Carrefour/Promodes*, § 25; EC, beslissing van 3 februari 1999 in de zaak M.1221, *Rewe tegen Meini*, § 20; EC, beslissing van 19 februari 1997 in de zaak M.784, *Kesko/Tuko*, §§ 21-23.

⁷⁶ EC, beslissing van 29 april 2011 in de zaak M.5047, *Rewe/Adeg*, § 62; EC, beslissing van 3 februari 1999 in de zaak M.1221, *Rewe tegen Meini*, § 20.

⁷⁷ Originele tekst in het Frans: « *Où se rencontrent la demande de consommateurs et l'offre des supermarchés et formes de commerce équivalantes situés à moins de 15 minutes* ». Zie Adlc, beslissing van 17 november 2020, 20-DCC-164 *Aldi/Franprix Leader Price*, § 30.

⁷⁸ Adlc, beslissing van 10 september 2021, 21-DCC-161 *Carrefour/Bio c' Bon*, § 43.

⁷⁹ BkA, beslissing van 17 maart 2021, B2- 85/20 *Edeka/SCP*, § 188; en van 22 december 2020, B2-83/20 *Kaufland/SCP*, § 161.

⁸⁰ ACM, beslissing van 21 december 2021, ACM/21/053545 *Ondernemerscoöperatie De Sperwer U.A./Coop Nederland U.A.*, § 35; ACM, beslissing van 9 juli 2021, ACM/21/050672 *Ahold-Delhaize/Deen Supermarkets*, § 21.

⁸¹ Zie aanmeldingsformulier, p.50, §121-122.

⁸² Zie antwoorden op vraag 2.8 in II.B.I. 6.2. 2023.12.28 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Ahold NVV; II.B.II.4.3. 2023.12.21 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Aldi NVV; II.B.III. 5.5. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Carrefour NVV; II.B.VI.10.3 2024.01.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Jumbo NVV; II.B.VII.8.3. 2024.01.08 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Lidl NVV; II.B.VIII.2.2. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen SPAR-Lambrechts.

VII.3.1.d Beoordeling en conclusie van de Auditeur

107. De Auditeur ziet geen reden om af te wijken van de beslissingspraktijk en weerhoudt lokale markten op basis van verzorgingsgebieden, niettegenstaande dat bepaalde parameters (promotiecampagne, productassortiment, enz.) deel kunnen uitmaken van een nationaal distributiebeleid.⁸³

108. De Auditeur definieert de lokale markten op basis van verzorgingsgebieden rond de betrokken verkooppunten. De Auditeur oordeelt hierbij dat de exacte omvang van deze verzorgingsgebieden afhangt van de specifieke omstandigheden die eigen zijn aan elk verkooppunt, waarbij voor de bepaling van de marktomvang per verkooppunt een analyse wordt uitgevoerd op basis van het werkelijke verzorgingsgebied van de winkel dat wordt in kaart gebracht aan de hand van klantenkaartgegevens, zoals aangeleverd door de Aanmeldende Partij en door de Verkopers. De methodologie voor het afbakenen van de relevante verzorgingsgebieden wordt hieronder in sectie VIII.2.2 in meer detail toegelicht.

VII.3.1.e Beoordeling en conclusie van het Mededingingscollege

109. Anders dan wat Aanmeldende Partij voorhoudt wanneer het stelt dat de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen een regionale of nationale markt betreft door de overlappings tussen de verzorgingsgebieden en het regionale of nationale prijszettingsbeleid van betrokken spelers,⁸⁴ is het College van mening dat de geografische markt bepaald wordt door het verzorgingsgebied rond een welbepaalde winkel die voor een consument gemakkelijk bereikbaar is.⁸⁵

110. Zoals aangegeven in de Mededeling van de Europese Commissie betreffende de afbakening van relevante markten (hierna: "Mededeling Relevante Markten"),⁸⁶ kan op consumentenmarkten de afstand of de duur van het traject voor de afnemer naar de aanbieder hierbij een belangrijke overweging zijn. De Mededeling vermeldt expliciet het voorbeeld van de supermarkten (naast luchthavens en tankstations) en verduidelijkt dat in dergelijke omstandigheden markten geografisch gedifferentieerd zijn naargelang de (rij)afstand tussen aanbieder en afnemer. Hoewel er dus vanuit de aanbodzijde elementen kunnen zijn die wijzen naar een regionale of nationale markt, is er vanuit de vraagzijde een lokale concurrentie wat wijst op een lokale geografische markt.⁸⁷ Het is ook vanuit overwegingen van vraagsubstitutie dat de Mededeling Relevante Markten van de Commissie voor wat betreft detailhandeldistributie van dagelijkse consumptiegoederen naar voorbeelden van lokale geografische markten verwijst, afgebakend door een maximale rijtijd voor afnemers.⁸⁸ Deze lokale geografische markten worden volgens de Mededeling Relevante Markten van de Commissie bepaald door zogenaamde "catchment areas" (verzorgingsgebieden) rond de locaties van de aanbieders. Deze verzorgingsgebieden moeten, volgens de Mededeling,

⁸³ Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH*, § 113.; Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*, § 218.

⁸⁴ Zie aanmeldingsformulier, p.50, §121

⁸⁵ Zie, o.a., EC, Beslissing van 28 juni 2010 in de zaak M.5790, *Lidl/Plus Romania/Plus Bulgaria*, §14.; EC, beslissing van 4 juni 2020 in de zaak M.9847, *Aldi/FPLPH Assets*, §23.;

⁸⁶ Mededeling van de Commissie (C/2024/1645), Bekendmaking van de Commissie betreffende de afbakening van de relevante markt ten behoeve van het mededingingsrecht van de Unie ("Mededeling Relevante Markten"), §72.

⁸⁷ Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH*, §100-102

⁸⁸ Mededeling Relevante Markten, voetnoot 64.

representatief zijn voor het aankooppatroon van de meeste afnemers. Dit wordt bepaald aan de hand van een percentage (meestal 80%) van de verkopen.⁸⁹

111. De Auditeur volgt deze methodologie door te verwijzen naar de verzorgingsgebieden van de betrokken verkooppunten (winkels) op basis van de duurtijd van verplaatsing (isochronen). Deze duurtijden zijn afhankelijk van de specifieke omstandigheden die eigen zijn aan elk verkooppunt, en waarbij voor de bepaling van de marktomvang per verkooppunt een analyse wordt uitgevoerd op basis van het werkelijke verzorgingsgebied van de winkel. Dit werkelijke verzorgingsgebied wordt in kaart gebracht aan de hand van klantenkaartgegevens, zoals aangeleverd door de Aanmeldende Partij en door de Verkopers. De Auditeur volgt eveneens de Mededeling Relevante Markten van de Commissie waar hij een representatief deel van de verkopen (80%) in rekening neemt om het verzorgingsgebied te bepalen (met daarnaast een robuustheidstest die kan leiden tot afwijkende drempels zoals 70% of 90%).⁹⁰

112. Tenslotte steunt de conclusie van de Auditeur inzake lokale markten op basis van verzorgingsgebieden rond de betrokken verkooppunten (winkels) ook terecht op de beslissingspraktijk van de BMA (zoals ook bevestigd door het Marktenhof⁹¹), de Europese Commissie en verschillende nationale mededingingsautoriteiten (Adlc en BkA) welke door de Auditeur vermeld en geciteerd worden, alsook op het marktonderzoek waaruit blijkt dat het merendeel van de concurrenten zich aansluiten bij de beslissingspraktijk van de BMA.

113. Daartegenover voert de Aanmeldende Partij geen bewijsstukken aan om haar stelling te ondersteunen dat er sprake kan zijn van een nationale of regionale markt. Naast de hypothetische formulering ("*De Aanmeldende Partij is van mening dat er sprake kan zijn van een regionale of nationale markt gelet op (...)*" (eigen onderlijning)), heeft zij uitvoerige informatie aangeleverd welke duidt op lokale markten. Zo is er bijvoorbeeld het standpunt van de Aanmeldende Partij over een verbeterde concurrentiële situatie in de verzorgingsgebieden voor Smatch Gavere, Munkzwalm en Galmaarden⁹² wegens een performanter beleid (ruimer assortiment en lagere prijzen) van een toekomstige Spar (voor Gavere) en een toekomstige Okay (voor Munkzwalm en Galmaarden). De Aanmeldende Partij geeft zelf aan dat er wel degelijk sprake is van lokale verzorgingsgebieden in lijn met de beslissingspraktijk van de BMA en de analyse van de Auditeur.

114. Het College sluit zich dan ook aan bij de conclusie van de Auditeur dat de bestaande beslissingspraktijk van de BMA ook hier van toepassing is en dat de relevante geografische markten de lokale markten zijn die verder afgebakend worden op basis van verzorgingsgebieden rond de betrokken verkooppunten.

⁸⁹ Mededeling Relevante Markten, §74.

⁹⁰ Zie randnummer 145.

⁹¹ Brussel (Marktenhof), 14 juni 2023, p. 44 en volgende, [20230614_2022AR1617_Carrefour Belgium SA_A.pdf \(bma-abc.be\)](#).

⁹² Zie randnummers 172, 179 en 190 van het Aanmeldingsformulier.

VII.4 Conclusie van het College aangaande marktafbakening

115. Rekening houdend met het bovenstaande, identificeert het College, in navolging van de Auditeur, de volgende markten als relevante markten waarop de impact van de Transactie zal worden geanalyseerd: (i) de Belgische markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen; en (ii) de lokale markten voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen.

VIII. Marktaandelen en betrokken markten

116. Horizontaal relevante markten worden als betrokken markten gekwalificeerd, waarop twee of meer van de partijen bij de concentratie op dezelfde productmarkt bedrijfsactiviteiten verrichten en de concentratie zou resulteren in een gezamenlijk marktaandeel van 25 % of meer⁹³.

VIII.1 Marktaandelen op de Belgische markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen

VIII.1.1 Standpunt van de Aanmeldende Partij

117. Partijen geven aan dat voornamelijk bij verscheidene leveranciers producten worden ingekocht om vervolgens aan eindconsumenten te verkopen. De groep van kopers is echter ook actief op bepaalde productmarkten als producent, het gaat daarbij om vlees-, bakkerij-, koffie-, kaas- en wijnproducten.⁹⁴

118. Partijen hebben een methodologie gevolgd voor de berekening van hun aandelen op de nationale inkoopmarkt die is gebaseerd op de beslissingen van de BMA in Ahold Delhaize⁹⁵ en Intermarché.⁹⁶

119. Partijen geven allereerst aan in 2022 de volgende hoeveelheden te hebben aangekocht:

- a. Kopers: **[Vertrouwelijk]** EUR. Dit bedrag is inclusief:
 - i. Colruyt Laagste Prijzen, supermarkt-enseigne;
 - ii. OKay, supermarkt-enseigne;
 - iii. Retail Partners Colruyt Group (RPCG), de groep die levert aan SPAR, ALVO en vrije klanten;
 - iv. Colruyt Group Fine Food, de groep die de productiefaciliteiten vermeld in randnummers 45-46 omvat.

Dit bedrag is echter exclusief de aankopen door Bio-Planet (**[Vertrouwelijk]** EUR), omdat deze volgens eerdere uitspraken van de BMA niet tot de productmarkt behoort.

⁹³ KB 30 augustus 2013 betreffende het aanmelden van concentraties, BS 9 september 2013, 63298, bijlage formulier C/C.

⁹⁴ Tenzij anders gespecificeerd is deze paragraaf gebaseerd op het aanmeldingsformulier van partijen.

⁹⁵ Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, Ahold/Delhaize.

⁹⁶ Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH.

- b. De doelonderneming : [Vertrouwelijk] EUR. Dit cijfer is het inkoopcijfer van alle winkels van Louis Delhaize die binnen de lijst van geplande over te nemen winkels vallen, op Mechelen Keerdok en Match Moeskroen na. Dit cijfer is dus exclusief alle andere Louis Delhaize, Match en Smatch winkels van Louis Delhaize of de andere enseignes van Louis Delhaize.⁹⁷

120. Partijen maken vervolgens op basis van een vergelijking tussen data van Nielsen en hun eigen verkoopcijfers een inschatting van hun eigen marktaandeel op de verkoopmarkt. Zij geven aan dat de Nielsen data niet volledig zijn, omdat onder andere verse producten zoals groente, fruit, vlees, vis, bakkerijproducten en kant-en-klaar-maaltijden, evenals rookwaren en parafarma niet worden meegenomen. Nielsen rapporteert een cijfer van [Vertrouwelijk] EUR voor de Colruyt Group, terwijl de Colruyt Group intern een verkoopcijfer van [Vertrouwelijk] EUR bezit, een verschil van 27,43%. De kopers nemen aan dat hetzelfde percentage kan worden gebruikt om Nielsens inschatting van de nationale markt (20.030.416.044 EUR) te verhogen tot 25.517.798.047 EUR. Hieruit komen zij tot een marktaandeel van Colruyt van [30-40%] op de verkoopmarkt ([Vertrouwelijk] EUR / 25.517.798.047 EUR).

121. Partijen maken daarna de aanname dat de Colruyt Group maximaal eenzelfde marktaandeel zal hebben op de inkoopmarkt als op de verkoopmarkt (o.b.v. Nielsen gegevens), dus dat hun aandeel op de inkoopmarkt [30-40%] zal bedragen. Zij gebruiken dit marktaandeel samen met hun eigen inkoopcijfers vermeld in randnummer 119 om de totale Belgische inkoopmarkt in 2022 te berekenen, namelijk 19.517.399.353 EUR ([Vertrouwelijk] / [30-40] * 100).

122. Op basis hiervan berekenen de Partijen het marktaandeel van de Doelonderneming op [0-10%], namelijk [Vertrouwelijk] EUR/19.517.399.353 EUR.

123. Het gezamenlijk marktaandeel na verkoop zal volgens de berekeningen van de Partijen dus [30-40%] bedragen, welke een toename betekent van [0-10%], welke zij 'insignificant' noemen. Zij berekenen dit als een verschil in de HHI van [0-100].

124. Partijen doen een derde aanname door te stellen dat de algemene berekende positie op de inkoopmarkt niet zal verschillen voor de inkoopmarkt van de afzonderlijke productcategorieën, zoals bijvoorbeeld de 19 productgroepen zoals gedefinieerd door de BMA of vorige beslissingen van de Europese Commissie, omdat geen van de Partijen een bijzondere positie op een van de productgroepen zou hebben.

125. Partijen beargumenteren dat de overname geen (significant) negatieve invloed kan hebben op de mededinging om vier redenen:

1. Het marktaandeel na de concentratie blijft onder de 40%, namelijk [30-40%];
2. Er is een klein increment van [0-10%];
3. Er blijven aan de vraagzijde voldoende sterke concurrenten over zoals Carrefour, Ahold-Delhaize, Aldi, Jumbo en Lidl en in nabije markten zoals groothandelaars, tankstations en 'near food' spelers zoals Kruidvat, Action en Hema;

⁹⁷ I.18.1 2024.02.27 Antwoord op bijkomende vragen BMA 23.02.2024 m.b.t. aangeleverde gegevens Louis Delhaize.

4. Er zijn aan de aanbodzijde zeer grote multinationale spelers zoals Procter & Gamble, Unilever, Coca-Cola, PepsiCo, en AB Inbev, die niet afhankelijk zijn van de Belgische markt.

VIII.1.2 Marktonderzoek en analyse van de Auditeur

126. Het is gebruikelijk om de marktaandelen op de nationale verkoopmarkt te gebruiken als indicatie voor de marktaandelen op de inkoopmarkt.⁹⁸

127. Ter verificatie van de aangeleverde cijfers van Partijen heeft het onderzoeksteam de aangeleverde cijfers vergeleken met cijfers die het ontvangen heeft tijdens het marktonderzoek. Tijdens de marktbevraging naar leveranciers hebben Mondelez Belgium en Coca-Cola op basis van de Gondola Retail Scan de grootte van de Belgische inkoopmarkt in 2023 geschat op € 30.718.434.194.⁹⁹ AB InBev maakte een best mogelijke schatting op basis van de Nielsen verkoopdata en de eigen verkoopgegevens van 35,6 miljard euro voor de periode juni 2022-juni 2023.¹⁰⁰ Uitgaande van een vergelijkbaar inkoopcijfer van Colruyt, zou dit een lager marktaandeel op de inkoopmarkt betekenen.

128. Daarnaast heeft het onderzoeksteam cijfers verkregen op basis van GFK, Nielsen, en Gondola. Alleen de cijfers van Gondola bleken voldoende compleet te zijn om een goed beeld te kunnen verschaffen van de markt. Deze worden gerapporteerd in de tabel bij randnummer 186, waar zij meer uitvoerig worden besproken. Uit deze tabel blijkt dat Colruyt een dominante positie heeft op de verkoopmarkt, maar deze als kleiner wordt ingeschat dan uit de aangeleverde gegevens van Nielsen van de partijen blijkt.¹⁰¹ Louis Delhaize wordt hier met [0-10%] groter aangegeven dan uit de gegevens aangeleverd van Partijen. Dit kan verklaard worden doordat dit cijfer de vele andere winkelconcepten (Cora, Louis Delhaize...) bevat die zij bezit en die niet het voorwerp uitmaken van deze Transactie. Ook de Smatch en Match winkels die eveneens niet het voorwerp uitmaken van de Transactie, zitten in dit cijfer vervat.

129. Om toch tot een inschatting te komen van het aandeel van Smatch en Match binnen het marktaandeel zoals opgegeven door Gondola, heeft het onderzoeksteam een schattende herberekening van het Gondolacijfer gemaakt in randnummer 187. Hierin is het uitgegaan van het uitsluiten van de 'near food', waardoor het uitkwam op een marktaandeel voor Louis Delhaize van [0-10%]. Vervolgens heeft het op basis van de aangeleverde omzetcijfers van Louis Delhaize een herberekening gemaakt. Hieruit blijkt een nationaal verkoopcijfer voor Smatch en Match van [0-10%] als voor CORA non-food wordt meegenomen, en [0-10%] als voor de CORA alleen voedingsverkoop wordt meegenomen. Zelfs in de meest conservatieve

⁹⁸ Beslissing BMA-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in zaak MEDE-C/C-22/0031 *ITM Alimentaire Belgium / Mestdagh*, §§117-118, pg. 19; BMA-2021-I/O-06 van 28 april 2021 in zaak MEDE-I/O-19/0013 *Carrefour/Provera*, §§75, pg 11. Ook in Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in zaak MEDE-C/C-16/0002 *Ahold/Delhaize*, §§234 pg. 45, is gebruik gemaakt van een schatting op basis van cijfers van Nielsen verkoopdata en interne data van Partijen, hoewel ook daar nationaal verkoopvloeroppervlakte is gebruikt om marktaandelen op de inkoopmarkt te berekenen (§§232 pg. 44).

⁹⁹ II.A.XII.3.3. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Mondelez NVV

¹⁰⁰ II.A.I. 2023.12.27 Antwoord Verzoek om Inlichtingen AB Inbev NVV

¹⁰¹ Het College noteert dat Aanmeldende Partij in haar Schriftelijke Opmerkingen (§24) betwist dat deze marktcijfers (tabel in randnummer 186 met marktaandelen van [20-30%] en [20-30%] voor de Colruyt groep) tot een kwalificatie van dominantie leiden. De Aanmeldende Partij verwijst hiervoor naar de Richtsnoeren van de Europese Commissie voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, §17.

schatting zouden Match en Smatch samen dus een relatief gering marktcijfer hebben, en dit is zelfs inclusief de winkels die niet behoren tot de over te nemen winkels. Ook hieruit blijkt dat de berekening van het nationale marktaandeel van Colruyt eerder een overschatting is, en dat het nationale marktaandeel van Louis Delhaize voor de over te nemen winkels zeer waarschijnlijk inderdaad in de buurt zal liggen van het geschatte percentage door Partijen.

130. Uit alle cijfers blijkt dat het marktaandeel van Partijen samen boven de 25% liggen, maar dat het increment onder de 2% en onder een 150 delta van de Herfindahl-Hirschmann Index ligt.

VIII.1.3 Beoordeling door het Mededingingscollege

131. Het College deelt het oordeel van de Auditeur (zie VIII.1.2) dat de Belgische markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen een betrokken markt is. Het steunt hiervoor op de cijfers aangeleverd door de Aanmeldende Partij en de analyse van de Auditeur die deze cijfers heeft vergeleken met de tijdens het marktonderzoek van leveranciers ontvangen cijfers en voor de bepaling van het marktaandeel van de Doelondernemingen de cijfers van Gondola heeft herberekend.

132. Zoals de Auditeur aangeeft, blijkt uit de cijfers dat het gezamenlijke marktaandeel van de Partijen op deze markt boven de 25% ligt, maar dat het increment onder de 2% ligt.

VIII.2 Marktaandelen op de lokale markten voor de verkoop van consumptiegoederen

VIII.2.1 Standpunt van de Aanmeldende Partij

133. Voor de berekening van lokale markten voor de verkoop van consumptiegoederen hebben Partijen de methodologie afgestemd op die van de BMA in Ahold/Delhaize (2016)¹⁰² en ITM/Mestdagh (2022)¹⁰³. Zij definiëren de productmarkt als hypermarkten, supermarkten en discounters, inclusief online verkoop, met een verkoopvloeroppervlakte van meer dan 400 m², exclusief speciaalzaken, kiosken, cash&carry, tankstations en bio-winkels.¹⁰⁴

134. De afbakening van relevante lokale markten is gebaseerd op de geregistreerde adressen van de klanten van Partijen met een klantenkaart. Elke lokale markt komt overeen met het gebied (het verzorgingsgebied) waaruit een aanzienlijk deel van de klanten afkomstig is en waar de concurrentievoorwaarden voldoende homogeen zijn. De bepaling van het verzorgingsgebied is gebaseerd op de berekening van de reistijd per auto tussen het geregistreerde thuisadres van de klant en de winkels van Partijen, gewogen naar de waarde van de omzet gelieerd aan het adres. Als al deze omzetten per huisadres bij elkaar worden opgeteld in de volgorde van een zo min mogelijke reisafstand tot de hoogste reisafstand, maakt het dit mogelijk om een grens te definiëren in reisafstand voor bepaalde percentages van de omzet. Dus bijvoorbeeld binnen welke reisafstand 50% van de op basis van een klantenkaart geregistreerde omzet van de vestiging wordt behaald, en binnen welke reisafstand 80% van de omzet.

¹⁰² Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*.

¹⁰³ Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH*.

¹⁰⁴ Aangezien Bio-Planet ook deel uitmaakt van de Colruytgroep werden lokale marktaandelen ook berekend inclusief deze bio-winkels.

135. Partijen volgen de 80% isochroon die mededingingsautoriteiten, waaronder de BMA, gebruikelijk hanteren voor het bepalen van de relevante geografische markt, welke een gebied van 80 % van de verkopen beslaat. Dit percentage wordt gerechtvaardigd door het feit dat in de meeste gevallen de in de nabijheid van een onderneming gegenereerde verkoop hoog is en geleidelijk afneemt wanneer men daarvan afstapt, en dat de 20 % van de verkopen die niet door het verzorgingsgebied van een onderneming worden bestreken, zich bevinden in een veel groter gebied, waar de betrokken onderneming slechts een geringe concurrentiedruk uitoefent. Dit is de reden waarom het percentage van 80 % over het algemeen als uitgangspunt wordt genomen in de lokale analyse.

136. Partijen hebben tijdens de bovenstaande berekeningen enkele correcties doorgevoerd in de data. Allereerst zijn enkele onbruikbare klantenkaartgegevens vanwege een ontbrekend adres verwijderd uit de analyse. Daarnaast hebben de Partijen ervoor gekozen om klanten die meer dan €50.000 gekocht hebben in een jaar te laten vallen, omdat het zeer waarschijnlijk eerder om professionele inkoop gaat van mensen die een Colruyt gebruiken als groothandel, en deze mensen de berekeningen van een verzorgingsgebied teveel beïnvloeden. Bovendien hebben Partijen die klanten van de Colruyt Group laten vallen die minder dan 25% van hun totale aankopen geregistreerd op hun klantenkaart doen bij een specifieke winkel, als zij in hun hoofdwinkel meer dan 50% van de inkopen doen, en klanten die minder dan 5% van hun totale aankopen bij een bepaalde winkel doen, omdat het zeer waarschijnlijk om occasionele aankopen gaat buiten hun normale woongebied, en zij daarmee het verzorgingsgebied onnodig oprekken.¹⁰⁵

137. Partijen benadrukken in hun methodologie dat de verzorgingsgebieden van supermarkten in toeristische gebieden soms heel erg grote verzorgingsgebieden hebben omdat zij klanten aantrekken van een veel groter geografisch gebied dan gebruikelijk. Bij die gevallen hebben Partijen een alternatief verzorgingsgebied gedefinieerd, waarbij ze gebruik maken van een econometrisch model dat op basis van de verzorgingsgebieden van andere winkels, de bevolkingsdichtheid rond de winkels en het concept van de winkel een voorspelling doet van de verwachte reistijd van het verzorgingsgebied. De bepaling welke gebieden tot de toeristische gebieden behoren, werden door de Partijen mathematisch gedaan op basis van de berekening van zogeheten uitschieters ("*outliers*"), observaties die heel ver van het gemiddelde af liggen.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Het laten vallen van de klanten die minder dan 25% bij een winkel aankopen en meer dan 50% bij een andere winkel aankopen, en de klanten die minder dan 5% bij een winkel aankopen en minder dan 50% bij een andere winkel, is niet in lijn met de gebruikelijke methodologie van de BMA. De aanname laat 42,91% van de observaties vallen. Het is in de praktijk een conservatieve aanpak om de verzorgingsgebieden af te bakenen, omdat deze handeling de omzetgebieden verkleint. Het onderzoeksteam heeft geverifieerd wat het effect is van deze methode en concludeert dat er geen invloed op de beoordeling van de voorliggende transactie.

¹⁰⁶ De berekening gaat als volgt: het maakt een rangschikking van alle observaties van de grootte van verzorgingsgebieden in rijafstand van klein naar groot. Vervolgens gebruikt het die rangschikking om de positie te bepalen van bepaalde observaties. Het neemt de rijafstand van de observatie die ligt op de grens van 75% van alle observaties van klein naar groot en de rijafstand van de observatie op de grens van 25% van alle observaties, en berekent het verschil daartussen. Als er een grote concentratie van vergelijkbare observaties rond het midden ligt, dan zal dat verschil in de regel kleiner zijn dan als alle observaties van rijafstanden sterk verspreid zijn. Alle observaties van rijafstand die vervolgens drie keer meer dan dat berekende verschil afliggen van de 75% observatie, zijn gekenmerkt als een uitschieter. Stel dat de rijafstand van de 75% observatie 10 minuten is, en die van de 25% 5 minuten, dan is het verschil 5 minuten (10-5). Alle observaties van 25 minuten of meer (10+(3*5)=25) worden in dat voorbeeld als uitschieters gekenmerkt. Zie script 07 Correction of the outlier local markets.do in de RFI bestanden.

138. De betrouwbaarheid van deze 80% van de verkooplimes wordt in het algemeen door de BMA onderworpen aan een controle, zowel op basis van kwalitatieve als kwantitatieve onderzoeksgegevens. Deze zogenaamde robuustheidscontroles kunnen de 80 %-grens op de verkoop bevestigen, dan wel leiden tot de vaststelling dat een ander dekkingspercentage geschikter is. De BMA heeft daarom op 18 oktober 2023 aan Partijen gevraagd om 85% en 90% procent verzorgingsgebied berekeningen en grafische weergaven van de cumulatieve distributiefuncties te leveren, waar Partijen aan hebben voldaan op 3 november 2023. Grafische weergaven van de cumulatieve distributiefuncties plaatsen op de x-as de reistijd en op de y-as de cumulatieve omzet. Deze functies laten toe het kantelpunt te zien wanneer de reistijd sneller toeneemt dan de omzet. Dit kan per winkel verschillen, afhankelijk van de lokale omstandigheden zoals bijvoorbeeld de hoeveelheid van concurrentie en andere winkels van Partijen en de grootte van de winkel.

139. Partijen volgen het gebruik van de BMA van Ahold/Delhaize¹⁰⁷ en ITM/Mestdagh¹⁰⁸ om de marktaandelen te berekenen op basis van de verkoopvloeroppervlakten van de winkels van Partijen en concurrenten boven de 400 m² binnen de afgebakende verzorgingsgebieden. Hiernaast hebben Partijen een correctie uitgevoerd voor de hypermarkten, welke zijn gedefinieerd als groter dan 2500m², door hun oppervlakte door twee te delen vanwege het feit dat een groot gedeelte van hun vloeroppervlakte niet uit voedselverkoop bestaat.¹⁰⁹ Winkelvloeroppervlaktes worden gebruikt om twee redenen. Allereerst omdat winkelvloeroppervlaktes een redelijke benadering geven van de omzet die gemaakt wordt in een winkel.¹¹⁰ Ten tweede zijn winkelvloeroppervlaktes algemeen beschikbaar, in tegenstelling tot de winkelomzetgegevens van concurrenten.¹¹¹

140. Voor het berekenen wordt de standaard “in-uitmethode” gebruikt (zie hieronder voor verdere toelichting), waarbij alleen de verkoopvloeroppervlakten van winkels worden meegenomen die liggen binnen het verzorgingsgebied van de winkel.

141. Partijen bezitten alleen vloeroppervlaktedata van winkels in België en Luxemburg, dus kunnen de winkels over de grens in Nederland, Frankrijk en Duitsland niet worden meegenomen in de analyse. Desondanks benadrukken Partijen dat Belgen regelmatig over de grens gaan om hun boodschappen te doen, zoals ook uit verscheidene persberichten blijkt.¹¹² Partijen hebben daarom aangegeven het recht te behouden om het buitenland mee te nemen, mocht dat relevant blijken voor de analyse.

142. Ondanks dat zij de gebruikelijke methode gevolgd hebben, geven Partijen enkele elementen aan die volgens hen mogelijk meegenomen dienen te worden in de concurrentiële analyse ter verrijking van de bovenstaande methode. Ze noemen bijvoorbeeld de ligging, de aanwezigheid van discounters of hypermarkten, en de aanwezigheid van concurrenten net buiten de getrokken grens.

¹⁰⁷ Beslissing BMA-2016-C/C-10 van 15 maart 2016 in de zaak MEDE-C/C-16/0002, *Ahold/Delhaize*.

¹⁰⁸ Beslissing ABC-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in de zaak CONC-C/C-22/0031, *ITM ALIMENTAIRE BELGIUM/MESTDAGH*.

¹⁰⁹ 08 Prepare dataset for market share calculation in de RFI datapakket.

¹¹⁰ Zie eventueel ook de discussie in sectie IX.2.1.b waar dit verband meer in detail wordt besproken.

¹¹¹ Het bedrijf Locatus verkoopt datasets met alle winkelvloeroppervlaktes van winkels in België en Luxemburg.

¹¹² I.B.1.118. 2024.02.02 Bijlage 7.3.1.b - Brussels Time, Three in ten Belgians cross the border to shop, 26.03.2023; I.B.1.119 2024.02.02 Bijlage 7.3.1.c - Artikel VRT nieuws 1.07.2023 m.b.t. winkelen in buurlanden.

143. Daarnaast brengen ze enkele nieuwe elementen in. Zij geven aan dat in sommige gevallen aan de grens van 400m² getwijfeld kan worden wanneer er kleinere winkels niet worden meegenomen die ‘gezien hun aard of ligging met het oog op een correcte beoordeling niet geheel veronachtzaamd mogen worden’.¹¹³ Hier is echter geen rekening mee gehouden bij de berekeningen. Daarnaast beargumenteren zij dat er soms supermarkten zijn buiten een verzorgingsgebied van een onderzochte winkel met een groot eigen verzorgingsgebied dat voor een groot deel kan overlappen met het verzorgingsgebied van de onderzochte winkel, ondanks het feit dat de winkel niet in het verzorgingsgebied van die (vaak kleinere) winkel gevestigd is. Zij worden hierdoor volgens Partijen onterecht niet meegenomen in de analyse. Zij tonen hun argument met een grafische weergave aan de hand van ‘happenkaarten’ die zijn berekend aan de hand van schattingen van het verzorgingsgebied van winkels van concurrenten waarbij voor winkels boven de 1000 m² een gemiddeld verzorgingsgebied van de Partijen van winkels boven de 1000 m² is berekend, welke uitkomt op 12 minuten, en voor hypermarkten uit is gegaan van een verzorgingsgebied van 15 minuten.

144. Tijdens het onderzoek in de prenotificatiefase heeft het onderzoeksteam verzocht om enkele vestigingen verder toe te lichten die niet tot de productmarkt leken te horen.¹¹⁴ Partijen hebben de berekeningen opnieuw uitgevoerd zonder deze locaties, maar benadrukken dat deze praktisch geen verschil maken in de uiteindelijke uitkomsten. Daarentegen betogen zij wel dat de Sunparks shop in Nieuwpoort meegenomen zou moeten worden in de analyse, omdat hier volgens het fotomateriaal geleverd in bijlage 7.3.1.i dagelijkse consumptiegoederen verkocht worden.

VIII.2.2 Marktonderzoek en analyse van de Auditeur

145. Over het algemeen komt de methodologie gevolgd door Partijen overeen met de in-uit methodologie die de BMA standaard toepast in de context van supermarktconcentraties,¹¹⁵ dat wil zeggen:

- i) het vaststellen van lokale verzorgingsgebieden op basis van klantenkaartengegevens;
- ii) de grootte van deze verzorgingsgebieden vaststellen op basis van de verhouding omzet tegenover reistijd, door het kantelpunt te bepalen waarop de rijafstand sneller toeneemt dan de omzet. Als vertrekpunt wordt hierbij meestal de 80%-omzeldrempel gehanteerd, die vervolgens onderworpen wordt aan een robuustheidstest die kan leiden tot afwijkende drempels zoals bijvoorbeeld een 70% of 90% omzeldrempel – zie hieronder voor toelichting van deze robuustheidstest in toepassing op de voorliggende zaak;
- iii) de winkels van Partijen en concurrenten die binnen dat gebied liggen vast te stellen;
- iv) de winkelvloeroppervlakten van Partijen en concurrenten te gebruiken als een maatstaf om het marktaandeel te berekenen, waarbij winkels die zich binnen dit gebied bevinden

¹¹³ Zie Aanmeldingsformulier, p. 61.

¹¹⁴ Het gaat dan om de volgende locaties: Le petit Rungis te Huy (arabische viswinkel); Sevimler Décor (geen supermarkt), HAN supermarkt (failliet in april 2022), GREAT mediterranean food market (eerder een food court dan een supermarkt), Sunparks shop (vakantieparkwinkel).

¹¹⁵ De meeste recente: Beslissing BMA-2022-C/C-35 van 9 november 2022 in zaak MEDE-C/C-22/0031, *ITM Alimentaire Belgium / Mestdagh*, , § 126-133.

voor 100% worden toegekend aan dit verzorgingsgebied (“in”) en winkels die zich buiten dit gebied bevinden voor 0% worden toegekend aan dit verzorgingsgebied (“uit”).

146. Het onderzoeksteam accepteert dat Partijen alle winkels onder de 400m² uitsluiten van de berekening, en dat de Partijen de vierkante meters winkelvloeroppervlakte van hypermarkten boven de 2500 m² halveren, zoals aangegeven in randnummer 139 hierboven. Daarnaast accepteert het onderzoeksteam het verwijderen van klanten waarvan geen adres beschikbaar was, en die klanten die voor meer dan €50.000 in een jaar hebben aangekocht, zoals aangegeven in randnummer 136. Daarentegen stelt het onderzoeksteam vast dat de handeling van Partijen om bepaalde observaties van klanten te verwijderen als zij minder dan 25% dan wel 5% aankopen in een bepaalde winkel niet in lijn is met de eigen methodologie, maar deze handeling in deze zaak niet contesteert omdat het in de praktijk een conservatieve benadering is.

147. In afwijking van de methode van Partijen heeft het onderzoeksteam ervoor gekozen niet de data van Luxemburg mee te nemen in de eigen analyses, om consistent te zijn met het ontbreken van de andere buitenlandse winkels. Dit geeft echter geen grote verschillen. Er liggen slechts weinig van de over te nemen winkels aan de Luxemburgse grens, en geen van de risicolocaties.

148. Verder heeft onderzoeksteam de berekening van Partijen gecorrigeerd omdat Partijen SPAR winkels die onder SPAR Lambrechts vallen, verkeerdelijk hadden toegewezen aan Colruyt¹¹⁶. Deze zijn in de berekeningen van het onderzoeksteam dus geherdefinieerd als SPAR Lambrechts winkels.

149. Het onderzoeksteam heeft voor de eigen berekeningen de laatste berekeningen van Partijen gebruikt¹¹⁷ zoals aangegeven in randnummer 144. In deze berekeningen zijn de winkels weggefallen waar het auditoraat twijfels bij heeft geuit.¹¹⁸ In deze context heeft het onderzoeksteam de foto's van Partijen bestudeerd van de Sunparks winkel Koksijde (Oostduinkerke) bij Nieuwpoort. Het ziet op basis hiervan geen reden om van zijn conclusie af te wijken dat het gaat om een winkel die alleen vakantiegangers aantrekt, en om deze reden niet volwaardig concurreert met de meer gebruikelijke supermarkten.¹¹⁹

150. Het onderzoeksteam accepteert de argumentatielijn van Partijen met betrekking tot de toeristische gebieden en heeft de rekenmethode overgenomen voor haar eigen berekeningen. Het heeft echter wel een correctie toegepast om redenen van consistentie. De bepaling welke gebieden tot de toeristische gebieden behoorden, werden door Partijen namelijk voor elk omzetpercentage (80%, 85%, 90%) afzonderlijk berekend op basis van een mathematische methode.¹²⁰ Het onderzoeksteam heeft gezien dat door deze methode apart toe te passen voor elke grootte van het verzorgingsgebied (80%, 85%, 90%) bepaalde vestigingen in deze analyses niet altijd voor elk omzetpercentage als uitschieter werden gekenmerkt. Daardoor kon het zo zijn dat een locatie zoals Colruyt Middelkerke een gecorrigeerde reistijd van 17,7 minuten kreeg voor het 90%-verzorgingsgebied, maar wel 19,8 minuten behield als reistijd voor de 80% omzetafbakening. Normaliter zou een 80% verzorgingsgebied altijd kleiner moeten zijn dan een 90% verzorgingsgebied. Het onderzoeksteam heeft er daarom voor gekozen om de berekende afstanden

¹¹⁶ Zie voetnoot 15 voor het onderscheid tussen beide.

¹¹⁷ Deze zijn te vinden onder E.CA Economics – MS – RFI2.

¹¹⁸ Zie voetnoot114.

¹¹⁹ I.B.1.125 2024.02.02 Bijlage 7.3.1.i - Beeldmateriaal Sunparks Shop Koksijde.

¹²⁰ Zie voor uitleg van die methode randnummer 137 en voetnoot111.

door het model te gebruiken voor alle drie de verzorgingsgebieden (80%, 85% en 90%) zodra de locatie voor één van de drie verzorgingsgebieden als 'uitschieter' werd geïdentificeerd. In de berekeningen van het onderzoeksteam wordt het 80% verzorgingsgebied van Colruyt Middelkerke dan 13,8 minuten in plaats van 19,8. Dit staat niet alleen toe om vergelijkingen te maken tussen de drie afstanden, maar is ook logischer. Een vestiging is immers een toeristische locatie of het is het niet, die conclusie kan niet wijzigen als de grootte van het verzorgingsgebied op basis van een ander omzetpercentage wordt gedefinieerd.

151. Het onderzoeksteam is verder van oordeel dat het praktische voordeel van de in-uitmethode is dat de werkelijke activiteit van de verschillende marktspelers in dit gebied niet gekend hoeft te zijn (i.e. waar de verschillende marktspelers hun omzet precies genereren), maar erkend ook dat een nadeel is dat het marktaandeel van de spelers binnen het gebied mogelijks wordt overschat en het marktaandeel van de spelers buiten het gebied mogelijks wordt onderschat. Dit laatste punt is gerelateerd aan het argument van partijen dat de concurrentiedruk van marktspelers buiten de afgebakende verzorgingsgebieden in rekening dient worden genomen in de beoordeling. Om hieraan tegenmoet te komen werd er door het onderzoeksteam een sensitiviteitsanalyse uitgevoerd, waarnaar zal worden gerefereerd als de "cirkelmethode".¹²¹ Een gedetailleerde omschrijving van deze methode is te vinden in Bijlage A. Er wordt volgens deze alternatieve methode voor het berekenen van marktaandelen aan de winkel vloeroppervlakte van winkels, die zowel binnen als buiten een bepaald verzorgingsgebied liggen, op basis van de ingeschatte overlap met het verzorgingsgebied in kwestie, een gewicht gegeven. Hoe verder weg een winkel gelegen is van de centrumlocatie van het verzorgingsgebied, hoe kleiner het gewicht dat deze winkel krijgt in de marktaandeelberekening.

152. Het onderzoeksteam heeft verder de argumenten van Partijen over de grens van de 400m² en de overlappende gebieden in rekening genomen door middel van een bijkomende sensitiviteitsanalyse.¹²² Hierbij worden winkels met een vloeroppervlakte vanaf 200m² in de plaats van vanaf 400m² meegenomen in de marktaandeelberekening.

153. De standaard in-uit methode op basis van alle supermarkten boven de 400m² is in regel het meest conservatief en deze methode wordt daarom hieronder gebruikt voor de bepaling van de betrokken lokale markten. Het onderzoeksteam gebruikt waar relevant wel de sensitiviteitsanalyses in de concurrentiële analyse voor de beoordeling van specifieke locaties.

VIII.2.2.a Verzorgingsgebieden van winkels van de Aanmeldende Partij

154. Het onderzoeksteam heeft ervoor gekozen de marktaandelen, berekend volgens de standaard in-uitmethode, voor zowel de 80% als de 90% verzorgingsgebieden, in rekening te nemen voor de bepaling welke verzorgingsgebieden lokale betrokken markten zijn. Uit een visuele inspectie van de cumulatieve distributiefuncties (cf. *supra*) blijkt dat voor het overgrote deel van de relevante locaties het 80% gebied een realistische ondergrens en het 90% gebied een realistische bovengrens is om het reële klantenwervingsgebied van de betreffende winkels in kaart te brengen.

¹²¹ De bespreking van de methodologie en de rapportage van de berekende uitkomsten van de methode zijn te vinden in bijlage A.

¹²² De bespreking van de methodologie en de rapportage van de berekende uitkomsten van de methode zijn te vinden in bijlage A.

155. Een verzorgingsgebied wordt als een betrokken lokale markt beschouwd wanneer het gezamenlijke marktaandeel van Partijen de 25% grens overschrijdt in het 80% gebied of in het 90% gebied. Dit is een conservatieve benadering omdat de in-uitmethode gevoelig kan zijn welke winkels net wel en net niet worden meegenomen als de verzorgingsgebieden groter of kleiner worden gedefinieerd. Marktaandelen van Partijen kunnen in theorie hierdoor namelijk ook hoger zijn in het 90% gebied dan in het 80% gebied (als er vb. een Colruyt enseigne net buiten het 80%, maar binnen het 90% gebied ligt).

156. De door het onderzoeksteam uitgevoerde analyse op basis van bovenstaande aannames heeft de volgende resultaten voor de verzorgingsgebieden rond de winkels van de Aanmeldende Partij: in 87 verzorgingsgebieden hebben de partijen samen marktaandelen hoger dan 25% en is er een increment van meer dan 2% als gevolg van de concentratie. Als een 90%-verzorgingsgebied wordt genomen, voldoen 64 verzorgingsgebieden aan deze criteria. In totaal voldoen 105 verzorgingsgebieden van een Colruyt winkel aan de criteria van marktaandeel en increment binnen een of beide van de berekende 80%- en 90%-verzorgingsgebieden.

157. De volgende tabellen tonen de marktaandelen voor deze winkels, waarbij deze van hoog naar laag zijn gerangschikt op basis van het gezamenlijk marktaandeel van Partijen voor het 80%-verzorgingsgebied.

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
SPAR Wevelgem	5	[90-100]%	[0-10]%	[90-100]%	8	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
SPAR Wasseiges	7	[90-100]%	[0-10]%	[90-100]%	13	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Houffalize	10	[90-100]%	[0-10]%	[90-100]%	17	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Léglise	10	[90-100]%	[0-10]%	[90-100]%	14	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
OKay Galmaarden	10	[30-40]%	[20-30]%	[60-70]%	13	[30-40]%	[0-10]%	[40-50]%
Colruyt Nieuwpoort	11	[30-40]%	[10-20]%	[50-60]%	18	[30-40]%	[0-10]%	[40-50]%
SPAR Yvoir	12	[50-60]%	[0-10]%	[40-50]%	17	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Wanze	8	[20-30]%	[20-30]%	[40-50]%	12	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%
OKay Middelkerke	9	[30-40]%	[10-20]%	[40-50]%	15	[40-50]%	[0-10]%	[40-50]%
SPAR Lendelede	4	[10-20]%	[20-30]%	[40-50]%	7	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%
OKay Profondeville	10	[30-40]%	[0-10]%	[40-50]%	14	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Nazareth	8	[30-40]%	[10-20]%	[40-50]%	9	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
OKay Nazareth	9	[30-40]%	[10-20]%	[40-50]%	12	[40-50]%	[0-10]%	[40-50]%
OKay Compact Gent, Sint-Niklaasstraat	9	[20-30]%	[10-20]%	[40-50]%	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Gent	10	[30-40]%	[0-10]%	[40-50]%	16	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Bio-Planet Huy	18	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	25	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Bredene	11	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	23	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Waremmes	13	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%	16	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
SPAR Bredene	10	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%	16	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Huy	14	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%	19	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%
OKay Sint-Lievens-Houtem	8	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%	10	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Colruyt Bornem	12	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Andenne	13	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%	17	[20-30]%	[20-30]%	[40-50]%
OKay Lievegem, Bredestraat Kouter	10	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%	15	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Compact Geraardsbergen	7	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%	9	[0-10]%	[10-20]%	[10-20]%
OKay Gavere	9	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%	13	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%
Colruyt Binche, Route de Charleroi	12	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%	15	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Couvin	18	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%	27	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
Colruyt Beersel	11	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%	14	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Colruyt Torhout	13	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%	17	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Wetteren	12	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	15	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
OKay Evergem, Kwadeweg	8	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%	11	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Colruyt Wavre	13	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	18	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Lede	11	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	14	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Izegem	11	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%	12	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
OKay Gent, Mariakerksesteenweg	9	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	13	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Leuven, Tiensestraat	10	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	16	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
SPAR Wetteren	9	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	13	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Mons, Chaussée de Binche	14	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	19	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Leuven, Tiensesteenweg	15	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	18	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
OKay Brugellette	11	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%	15	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%

Winkels	80%-verzorgingsgebieden			90%-verzorgingsgebieden				
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
SPAR Gembloux	9	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	13	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
OKay Sombrefe	9	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%	12	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Mons	11	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	12	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Bio-Planet Halle	20	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%	27	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Mont-Saint-Guibert	11	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	15	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
OKay Viroinval	15	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	27	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
Colruyt Braine-l'Alleud	10	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	13	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Leuven, Lombaardenstraat	16	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	30	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Bastogne	19	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	26	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Oudenaarde	15	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	18	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Evere, Haachtsesteenweg	9	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	13	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
Colruyt Gent, Botestraat	11	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	15	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
Colruyt Deinze	12	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	16	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Middelkerke	11	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	17	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
OKay Evergem, Elslo	8	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	11	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
OKay Assenede	9	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	12	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Colruyt Veurne	17	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	21	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
OKay Waasmunster	9	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	12	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
Bio-Planet Mont-Saint-Guibert	17	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	22	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
Bio-Planet Gent, Kortrijksesteenweg	18	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	23	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Zelzate	11	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	15	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Colruyt Enghien	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	17	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%
Colruyt Koksijde	11	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	18	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Colruyt Namur, Chaussée de Dinant	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	19	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
Colruyt Zottegem	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	16	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Leuven, Groenveldstraat	18	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	22	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Gent, Dendermondsesteenweg	10	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	13	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
OKay Kruisem	9	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	14	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Colruyt Amay	13	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	17	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Halle	17	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%	25	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Anderlecht, Maurice Herbettelaan	9	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	13	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
SPAR Zottegem	8	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	10	[20-30]%	[10-20]%	[40-50]%
Colruyt Villers-la-Ville	12	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	15	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Compact Ottignies-Louvain-la-Neuve	10	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	16	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
OKay Ohey	10	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	14	[20-30]%	[10-20]%	[40-50]%
Colruyt Grez-Doiceau	15	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	18	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Bio-Planet Braine-l'Alleud	15	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	20	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Mons, Rue des Viaducs	13	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	16	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
Colruyt Overijse	13	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	17	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Bio-Planet Gent, Drongensesteenweg	21	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	28	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Hannut	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	17	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Bio-Planet Leuven	24	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	30	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Brugge, Gistelse Steenweg	11	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	16	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
SPAR De Haan	10	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	17	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Gembloux	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	18	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Bio-Planet Aalst	19	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	25	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Bio-Planet Nivelles	19	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%	25	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Nivelles	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	21	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Bio-Planet Destelbergen	18	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	24	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Mons, Place de Cuesmes	10	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	13	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
OKay Compact Sint-Jans-Molenbeek	6	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%	15	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Gent, Kortrijksesteenweg	15	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	19	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Gent, Drongensesteenweg	13	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	19	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Gent, Edmond Van Hoorebekestraat	11	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	15	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Neufchâteau	13	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	26	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
OKay Compact Gent, Sint-Pietersnieuwstraat	10	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Waterloo	12	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%	17	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Kuurne	10	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%	13	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
SPAR Lichtervelde	10	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%	13	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%
SPAR Oudenaarde	7	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%	9	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Colruyt Lokeren	12	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%	16	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
OKay Courcelles	6	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%	9	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
OKay Gent, Voskenslaan	9	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%	14	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
OKay Puurs-Sint-Amands	9	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%	10	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%

158. In 96 andere gebieden met een overlap tussen de activiteiten van Partijen, hebben Partijen een gezamenlijk marktaandeel van minder dan 25%.

159. Ten slotte zijn er 376 verzorgingsgebieden rond Colruyt winkels waar er geen overlap is tussen de activiteiten van Partijen. In 233 van deze verzorgingsgebieden heeft de Colruyt Group een marktaandeel van 25% of meer.

VIII.2.2.b Verzorgingsgebieden van winkels van de Doelondernemingen

160. De analyse van het onderzoeksteam toont aan dat in 34 van de 80%-verzorgingsgebieden van de winkels van de Doelonderneming het gezamenlijke marktaandeel hoger is dan 25% met een increment van meer dan 2%. Hetzelfde geldt voor 29 van de 90%-verzorgingsgebieden. In totaal voldoen 40 verzorgingsgebieden van de over te nemen Smatch, Match of Louis Delhaize winkels aan de criteria van marktaandeel en increment binnen een of beide van de berekende 80%- of 90%-verzorgingsgebieden.

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Smatch Lede	6	[0-10]%	[90-100]%	[90-100]%	8	[30-40]%	[20-30]%	[50-60]%
Smatch Sint-Gillis-Waas	7	[0-10]%	[90-100]%	[90-100]%	13	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Louis Delhaize Chaudfontaine	4	[0-10]%	[90-100]%	[90-100]%	8	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
Smatch Nieuwpoort	7	[40-50]%	[10-20]%	[50-60]%	10	[30-40]%	[10-20]%	[40-50]%
Smatch Bertogne	13	[40-50]%	[0-10]%	[50-60]%	22	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Smatch Galmaarden	8	[20-30]%	[20-30]%	[50-60]%	11	[30-40]%	[20-30]%	[60-70]%
Match Waremmes, Place de Gérardmer	6	[10-20]%	[30-40]%	[40-50]%	9	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%
Smatch Gavere	9	[30-40]%	[0-10]%	[40-50]%	16	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Smatch Zwalm	9	[20-30]%	[20-30]%	[40-50]%	13	[20-30]%	[10-20]%	[40-50]%
Louis Delhaize Lendeledede	5	[10-20]%	[20-30]%	[40-50]%	9	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%
Smatch Wevelgem	5	[20-30]%	[10-20]%	[40-50]%	7	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Smatch Brugge	5	[0-10]%	[40-50]%	[40-50]%	11	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Match Anderlecht	4	[20-30]%	[10-20]%	[40-50]%	7	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Louis Delhaize Zottegem	10	[30-40]%	[0-10]%	[40-50]%	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Match Andenne	12	[10-20]%	[20-30]%	[40-50]%	15	[20-30]%	[10-20]%	[40-50]%
Smatch Evergem	8	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%	12	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Match Burdinne	11	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%	14	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%
Match Waremmes, Rue de Huy	10	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%	13	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%
Smatch Puurs-Sint-Amands	12	[30-40]%	[0-10]%	[30-40]%	16	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Match Braine-l'Alleud	8	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%	11	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Match Huy	12	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%	16	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%
Louis Delhaize Open Market Gembloux	10	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	14	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Match Leuven	16	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	25	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Match Mons	10	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	16	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Smatch Gent	7	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	10	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Smatch Zulte	8	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	10	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Smatch De Haan	11	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	66	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Match Ath	13	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	18	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Smatch Oudenaarde	9	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Smatch Vaux-sur-Sûre	8	[0-10]%	[20-30]%	[20-30]%	16	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Match Sint-Gillis	4	[0-10]%	[10-20]%	[20-30]%	4	[0-10]%	[20-30]%	[30-40]%
Match Namur, Chaussée de Dinant	9	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%	15	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Match Gent	14	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	18	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Smatch Schaarbeek	4	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%	5	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%
Match Grez-Doiceau	11	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%	15	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Louis Delhaize Open Market Braine-le-Comte	8	[0-10]%	[20-30]%	[20-30]%	12	[10-20]%	[0-10]%	[20-30]%
Match Couvin	13	[0-10]%	[10-20]%	[20-30]%	19	[0-10]%	[10-20]%	[20-30]%
Match Florennes	13	[0-10]%	[10-20]%	[10-20]%	18	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Smatch Wachtebeke	8	[0-10]%	[10-20]%	[10-20]%	10	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%
Match Fleurus	6	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	9	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%

161. In 15 andere verzorgingsgebieden waar er een overlap is, is het gezamenlijk marktaandeel van partijen minder dan 25%.¹²³

162. Ten slotte zijn er drie verzorgingsgebieden rond een Match en Smatch winkel waar er geen overlap is tussen de activiteiten van Partijen. Het marktaandeel van de Match en Smatch winkels is 25% of meer in elk van deze drie gebieden (namelijk Match Momignies, Smatch Oostkamp en Match Chimay, waar Louis

¹²³ Match Sint-Pieters-Woluwe ([20-30]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [10-20]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Match Vorst ([20-30]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [10-20]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Louis Delhaize Open Market Braine-le-Comte ([20-30]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [20-30]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Match Sambreville ([20-30]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [20-30]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Louis Delhaize Mechelen ([20-30]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [10-20]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Match Namur, Rue des Echasseurs ([20-30]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [20-30]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Smatch Dilbeek ([10-20]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [10-20]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Match Fontaine-l'Évêque ([10-20]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [10-20]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Match Charleroi, Rue Hubert Bastin ([10-20]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [10-20]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Smatch Oostende, Gelijkheidstraat ([10-20]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [10-20]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Match Charleroi, Avenue Eugène Mascaux ([10-20]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [10-20]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Smatch Châtelet ([10-20]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [0-10]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Smatch Sint-Lambrechts-Woluwe ([10-20]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [20-30]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Smatch Waasmunster ([10-20]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [20-30]% voor het 90%-verzorgingsgebied); Smatch Oostende, Frère-Orbanstraat ([0-10]% voor het 80%-verzorgingsgebied, [10-20]% voor het 90%-verzorgingsgebied).

Delhaize en marktaandeel heeft van respectievelijk [90-100%], [40-50%] en [30-40%] in het 80%-verzorgingsgebied van deze drie winkels).

VIII.2.3 Beoordeling door het Mededingingscollege

163. Het College onderschrijft de analyse van de Auditeur op basis van het uitgevoerde marktonderzoek (zie sectie VIII.2.2). Het College stelt met name vast dat bij de bepaling van de lokale markten voor de verkoop van consumptiegoederen, in afwezigheid van werkelijke omzetcijfers van alle concurrenten voor alle winkels,¹²⁴ de Auditeur zich baseert op de in-uit methodologie die de BMA standaard toepast voor de beoordeling van supermarktconcentraties. Deze methodologie wordt uiteengezet door de Auditeur in sectie VIII.2.2 hierboven.

164. Het College stelt vast dat deze in-uit methode, waarbij lokale verzorgingsgebieden worden vastgesteld op basis van de omzet van winkels binnen een welbepaalde isochroon (of zone die binnen een beperkte tijdspanne gemakkelijk bereikbaar is),¹²⁵ eveneens door andere mededingingsautoriteiten gebruikt wordt als vertrekpunt voor de bepaling van marktaandelen in deze markt welke dan op hun beurt het uitgangspunt zijn voor de verdere concurrentiële analyse.¹²⁶

165. Voor het bepalen van de omzet wordt gebruik gemaakt van de verkoopoppervlakten van de winkels van de partijen en concurrenten boven de 400 m² binnen het afgebakende gebied. Dit is conform de beslissingspraktijk van de BMA (zie boven randnummer 139) en wordt ook niet betwist door de Aanmeldende Partij, hoewel deze aangeeft dat ook kleinere winkels gezien hun aard of ligging ook in rekening moeten worden genomen bij de concurrentiële analyse.¹²⁷ De Auditeur heeft dit in aanmerking genomen door een bijkomende sensitiviteitsanalyse uit te voeren betreffende winkels met een oppervlakte vanaf 200 m². Het College is van mening dat de Auditeur terecht een bijkomende analyse betreffende kleinere winkels heeft gevoerd en sluit niet uit dat een ondergrens van 200m² hierbij dienstig kan zijn.¹²⁸ In het licht van de wijziging van de transactie hoeft het College zich echter over de toepassing van deze ondergrens in de onderhavige zaak niet uit te spreken.

¹²⁴ Deze kunnen in een eerste fase van een aanmelding redelijkerwijs niet opgevraagd worden gezien de disproportionele aard van de bevraging zowel voor marktspelers als de BMA.

¹²⁵ Zie randnummer 145, punt iv.

¹²⁶ Zie o.a., Autorité de la concurrence Française, Décision n° 24-DCC-02 du 11 janvier 2024 relative à la prise de contrôle exclusif de 61 magasins anciennement sous enseigne Casino par la société ITM Entreprises, §71 (« (...) compte tenu du fait que les seuils appréciés par l’Autorité le sont sur la base de parts de marché déterminées à partir de la surface totale des magasins présents dans la zone (...) » ; ACM, zaak ACM/18/032654, Jumbo - Emté, punten 24 – 30.

¹²⁷ Zie §146, 3^e streepje, p. 61 Aanmeldingsformulier.

¹²⁸ In haar Schriftelijke Opmerkingen stelt de Aanmeldende Partij dat er sprake is van een “verlaging van de ondergrens” naar een vloeroppervlakte van 200m² (i.p.v. 400m²) in de kwantitatieve analyse voor de berekening van de marktaandelen, waar de Aanmeldende Partij het oneens mee is gezien dit niet aansluit bij de beslissingspraktijk van de BMA (zie §24 van de Schriftelijke Opmerkingen). Zoals de Aanmeldende Partij het echter zelf erkent gebeurt dit enkel in het kader van de sensitiviteitsanalyse en niet als uitgangspunt voor de berekening van de marktaandelen (en de betrokken markten) zoals weergegeven in de tabellen van randnummer 157 e.v. Het College stelt dan ook vast dat er geen sprake is van een verlaging van de vloeroppervlakte voor de berekening van marktaandelen en bepaling van de betrokken markten.

166. In de analyse van de Auditeur (en dit is ook in het uitgangspunt van de Aanmeldende Partij¹²⁹) wordt uitgegaan van een verzorgingsgebied waarin een winkel 80% van zijn omzet haalt.¹³⁰ De bepaling van dit verzorgingsgebied waarin 80% van de verkopen plaatsvinden, wordt voor deze sector aan de hand van klantenkaarten vastgesteld, in afwezigheid van andere meer volledige of accurate data. Hierbij stelt het College vast dat het gebruik van klantenkaartgegevens voor de bepaling van lokale verzorgingsgebieden door het Marktenhof gevalideerd werd als benadering (“*approximations*”) voor de bepaling van lokale geografische markten en dat die gegevens vervolgens moeten worden aangevuld met een dynamische concurrentiële analyse van de mededinging binnen deze lokale markten.¹³¹
167. Het College stelt vast dat de drempel van 80% door het onderzoeksteam ook werd onderworpen aan een robuustheidstest om na te gaan of een andere drempel geschikter zou zijn in het licht van een eventueel kantelpunt waar een verdere delta in afstand voor een wijziging zorgt in de omzet (reistijd neemt sneller toe dan de omzet). Zo gebruikt de Auditeur niet alleen 80% maar ook 85% en 90% als controle voor de bepaling van het verzorgingsgebied o.b.v. een 80% verkoopgrens. Deze robuustheidstest laat in principe toe om de grenzen van het verzorgingsgebied te verbreden en is dus eveneens relevant voor het bepalen van de marktaandelen.
168. Het College deelt het uitgangspunt van de Auditeur wat de initiële bepaling van het verzorgingsgebied betreft op basis van de door hem toegepaste in-uit methode (dus met de 80% begrenzing en toepassing van de robuustheidstest). Het College noteert dat de Aanmeldende Partij in het algemeen de in-uit methodologie van de Auditeur voor de bepaling van de lokale markten volgt in haar Aanmelding.
169. Het College deelt de mening van de Auditeur dat de in-out methode dient aangevuld te worden met een sensitiviteitsanalyse om de concurrentiële druk van concurrenten buiten het verzorgingsgebied mee te kunnen nemen in de concurrentiële analyse. De cirkelmethode kan daar bij helpen.
170. Het College neemt er akte van dat de Aanmeldende Partij de zienswijze van de Auditeur inzake het principe van een aanvullende analyse, naast een loutere kwantitatieve analyse, deelt (zie § 23 van de Schriftelijke Opmerkingen). De Aanmeldende Partij verwijst echter naar haar eigen methode om dit aan te vullen via de zogenaamde “happenkaarten”¹³² die zouden aantonen hoe het verzorgingsgebied van een concurrent buiten dit gebied “een hap neemt” uit het desbetreffende verzorgingsgebied. Daarenboven heeft Aanmeldende Partij ter zitting aangegeven dat voor bepaalde risico-zones (meer bepaald Galmaarden en Munkzwalm) de significante verschillen in marktaandelen, wanneer deze berekend worden volgens de in/out-methode enerzijds of de cirkelmethode anderzijds, wat haar betreft aantonen dat deze methodes niet robuust zijn en ongeschikt om concurrentiële druk buiten de zone te analyseren.
171. Het antwoord op de vraag welke methode de meest geschikte en correcte methode is in het onderhavige geval kan echter in het midden blijven omdat de materiële beoordeling van de voorliggende transactie (na de wijziging van de transactie op 26 maart¹³³) hierdoor niet wordt beïnvloed.

¹²⁹ Aanmeldingsformulier, § 122.

¹³⁰ De auditeur gebruikt 80% als ondergrens 90% als bovengrens om het reële klantenwervingsgebied in kaart te brengen (zie randnummer 154).

¹³¹ Arrest van het Marktenhof van 14 juni 2023, Carrefour Belgium / ABC, 2022/AR/1617, § 45 en 46.

¹³² Zie randnummer 143.

¹³³ Zie randnummer 19.

172. Voor de volledigheid bevestigt het College het standpunt van de Auditeur wat betreft de Sunparks winkel van Koksijde (Oostduinkerke). Deze winkel is inderdaad niet vergelijkbaar met de winkels die wel in de relevante productmarkt vallen.¹³⁴ Meer algemeen volgt het College ook de benadering van de Auditeur voor wat de winkels in toeristische gebieden betreft.¹³⁵

173. In het licht van het voorgaande is het College van oordeel dat de door de Auditeur toegepaste methodologie voor de bepaling en de contextualisering van de marktaandelen in de lokale verzorgingsgebieden gepast en correct is in een zaak als deze die betrekking heeft op de kleinhandelsverkoop van consumptiegoederen. Wat specifiek de toepassing van de cirkelmethode betreft als sensitiviteitsanalyse om de concurrentiële druk van concurrenten buiten het verzorgingsgebied te bepalen, spreekt het College zich op dit punt niet uit, aangezien de materiële beoordeling van de transactie hier niet meer door wordt beïnvloed na de wijziging van de transactie.

VIII.3 Betrokken markten op basis van het onderzoek

174. Volgens de Auditeur is de nationale markt voor de inkoop van consumptiegoederen een horizontaal betrokken markt, maar de Auditeur oordeelt dat de transactie niet tot mededingingsbeperkende effecten zal leiden omwille van het lage ingeschatte marktaandeel van de Doelondernemingen van **[0-10%]**, dat slechts een zeer beperkt increment (<2%) genereert. Om deze redenen wordt de inkoopmarkt niet verder onderzocht.

175. Het College deelt het standpunt van de Auditeur dat de transactie niet tot mededingingsbeperkende effecten op deze markt zal leiden omwille van het lage ingeschatte marktaandeel van de Doelondernemingen van **[0-10%]**, en het zeer beperkte increment (<2%) dat de transactie genereert.

176. Om deze redenen is het College van oordeel dat zich geen significante belemmering van de mededinging zal voordoen als gevolg van de concentratie op de inkoopmarkt van dagelijkse consumptiegoederen. Bijgevolg dient de impact van de aangemelde concentratie op de inkoopmarkt niet verder te worden onderzocht.

177. Wat de lokale markten betreft voor de verkoop van consumptiegoederen, concludeert de Auditeur uit de analyse van de lokale markten op basis van de in-uitmethodologie dat alle winkels die in de tabellen van VIII.2.2 zijn opgelijst, betrokken zijn volgens één of beide van de 80%- of 90%-verzorgingsgebieden doordat ze een marktaandeel van meer dan 25% laten zien en een increment van meer dan 2%.

178. Om de redenen aangegeven door de Auditeur in zijn analyse deelt het College het oordeel van de Auditeur dat de verzorgingsgebieden van de in de tabellen van VIII.2.2 opgelijste winkels betrokken markten zijn.

179. Het College stelt niettemin vast dat de verzorgingsgebieden van de winkels Colruyt Gent, SPAR Neufchâteau en Okay Gent ten onrechte in de tabel in sectie VIII.2.2.a werden opgenomen aangezien zowel voor de 80%- als de 90%-verzorgingsgebieden het gezamenlijke marktaandeel beneden de 25% ligt. Hetzelfde geldt voor de tabel in sectie VIII.2.2.b voor het verzorgingsgebied van de winkel Louis Delhaize

¹³⁴ Zie randnummer 149.

¹³⁵ Zie randnummer 150.

Open Market Braine-Le-Comte. Het College weerhoudt deze vier verzorgingsgebieden bijgevolg niet als betrokken markten.

IX. Concurrentiële analyse

IX.1 Inleiding

180. Het is van essentieel belang dat er effectieve concurrentie speelt in alle schakels van de toeleveringsketen van dagelijkse consumptiegoederen, inclusief op detailhandelsniveau, waarop voorliggende concentratie zich voornamelijk afspeelt. Dagelijkse consumptiegoederen zijn immers een belangrijke uitgavepost voor Belgische huishoudens en ze maakten 15,8% uit van de totale budgetuitgaven volgens het huishoudbudgetonderzoek van Statbel in 2022.¹³⁶ Mogelijke mededingingsbeperkende gevolgen van concentraties in deze sector, die op structurele wijze een wijziging van de lokale concurrentiedynamiek teweeg brengen, kunnen immers belangrijke welvaartsverliezen teweegbrengen bij de consumenten die hierdoor geaffecteerd worden.

181. Volgens de richtsnoeren van de Europese Commissie zijn er twee belangrijke manieren waarop horizontale concentraties de daadwerkelijke mededinging op significante wijze kunnen belemmeren, met name door het in het leven roepen of versterken van een machtspositie:¹³⁷

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

182. In het algemeen kunnen niet-gecoördineerde horizontale effecten ontstaan wanneer, als gevolg van de transactie en een daaruit volgende verminderde concurrentiedruk, de partijen na de concentratie een drijfveer en het vermogen hebben om de prijzen te verhogen en/of kwaliteit¹³⁸ te verminderen zonder dat

¹³⁶ Zie <https://statbel.fgov.be/nl/themas/huishoudens/huishoudbudget>, de 15,8% omvat voeding, alcoholvrije en alcoholhoudende dranken en tabak. Dit is slechts een ondergrens aangezien onderhoudsproducten en persoonlijke zorgproducten, die ook te koop zijn in supermarkten, hier niet in omvat zitten.

¹³⁷ Richtsnoeren van de Europese Commissie voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, P.E.U., 31 maart 2004, § 22.

¹³⁸ Kwaliteit kan in de context van retail breed geïnterpreteerd worden als kwaliteit van de producten, maar ook productgamma en dienstverlening (vb. klantvriendelijkheid). Zie ook de "[Retail Mergers Commentary](#)" van de CMA uit 2017, waarin in sectie 1 (p.5) wordt toegelicht dat niet alleen prijs, maar ook andere elementen ("PQRS" oftewel "Price, Quality, Range and Service") een belangrijke rol kunnen spelen in de concurrentiedynamiek tussen retailers op lokaal niveau.

er daarvoor een coördinatie met andere concurrenten nodig zou zijn. Bovendien kunnen, als gevolg van de verminderde concurrentiedruk, andere marktspelers, die niet betrokken zijn bij de transactie, op hun beurt het voordelig vinden om hun prijzen te verhogen en/of kwaliteit te verminderen, met als gevolg dat er zich aanzienlijke prijsverhogingen en/of kwaliteitsverminderingen over de gehele markt kunnen voordoen.¹³⁹ Hieronder wordt onderzocht of dergelijke niet-gecoördineerde horizontale gevolgen zich ten gevolge van de concentratie op lokaal niveau mogelijks bewerkstelligen.

183. Volgens de Auditeur brengt de voorgenomen concentratie weinig risico van gecoördineerde effecten met zich mee, zelfs op lokaal niveau, zodat de concurrentiële analyse alleen betrekking zal hebben op de niet-gecoördineerde effecten. In het bijzonder meent de Auditeur in zijn voorstel van beslissing dat de concurrentiedynamiek in de retail distributie van dagelijkse consumptiegoederen complex is en heterogeen, waardoor er een beperkte transparantie is in de voorwaarden waaronder deze diensten worden geleverd. Deze complexiteit wordt, aldus de Auditeur, nog versterkt door het feit dat warenhuizen niet alleen concurreren op prijs, maar ook op kwaliteit, productassortiment en dienstverlening. Naar mening van de Auditeur maken deze verschillende factoren, in combinatie met de gedifferentieerde impact van de voorgenomen concentratie op de aanbodstructuur in de relevante verzorgingsgebieden, het onwaarschijnlijk dat er een wederzijds verstandhouding over de coördinatievoorwaarden op de relevante lokale markten kan worden bereikt en uitgeoefend op een duurzame manier.¹⁴⁰

184. De concurrentiële analyse wordt als volgt opgebouwd. In een eerste onderdeel wordt de positionering van de verschillende marktspelers die in België actief zijn in de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen in kaart gebracht. Vervolgens wordt de mogelijke impact van de concentratie (schadetheorie) uiteengezet en worden de mogelijke niet-gecoördineerde horizontale effecten geanalyseerd op lokaal niveau. Ten slotte wordt er nagegaan of markttoetreding, compenserende afnemersmacht of aangetoonde efficiëntiewinsten het risico op negatieve unilaterale effecten teniet kunnen doen.

IX.2 Positionering van de verschillende marktspelers die in België actief zijn in de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen

IX.2.1 Analyse van de Auditeur

185. In de volgende secties worden de marktaandeelen op nationaal en gewestelijk niveau gepresenteerd ter informatie en om de context van de concurrentiële analyse te schetsen. Deze tonen een sterke concentratie van een beperkt aantal grote spelers, waaronder Colruyt Group, in de Belgische markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen. Een verdere verfijning op gewestelijke niveau is een zinvolle aanvullende analyse naar aanleiding van de nieuwe toetredingen van grote buitenlandse ketens die zich bij deze toetreding in eerste instantie gericht hebben op één van beide landsdelen. Het gaat dan met name om Albert Heijn en Jumbo in het Vlaams Gewest, en Intermarché in Brussel en het Waals gewest.

¹³⁹ Zie de Richtsnoeren van de Europese Commissie van 5 februari 2004 voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, 2004/C 31/03, § 24.

¹⁴⁰ Voor de volledigheid dient opgemerkt dat de Aanmeldende Partij de zienswijze van de Auditeur in deze eveneens deelt (zie § 23 van de Schriftelijke Opmerkingen).

IX.2.1.a Nationale marktaandeelen op basis van omzet

186. Onderstaande tabel toont de marktaandeelen op basis van omzet zoals gerapporteerd in de Gondola retail scan 2023, met aan de linkerkant de cijfers zoals daar gerapporteerd, en aan de rechterkant de door het onderzoeksteam herrekenende cijfers na weglating van de 'near food' spelers Action, Kruidvat, Trafic en HEMA die niet tot de productmarkt behoren. Deze cijfers laten zien dat de Colruyt Group de marktleider is in België, met Delhaize als tweede; Carrefour, Aldi en Lidl de middenmotors zijn; en Intermarché, Louis Delhaize, ALVO, SPAR Lambrechts, en nieuwkomer Jumbo eerder tot de kleinere spelers kunnen worden gerekend.

Marktaandeelen 2023 Gondola¹⁴¹

Marktaandeel 2023	Inclusief 'near food'	Exclusief 'near food' ¹⁴²
Colruyt Group	[20-30]%	[20-30]%
Ahold Delhaize	[20-30]%	[20-30]%
Carrefour	[10-20]%	[10-20]%
Aldi	[10-20]%	[10-20]%
Lidl	[0-10]%	[0-10]%
Intermarché	[0-10]%	[0-10]%
Mestdagh	[0-10]%	[0-10]%
Louis Delhaize	[0-10]%	[0-10]%
ALVO	[0-10]%	[0-10]%
Lambrechts	[0-10]%	[0-10]%
Jumbo	[0-10]%	[0-10]%
Action	[0-10]%	
Kruidvat	[0-10]%	
Trafic	[0-10]%	
HEMA	[0-10]%	
Totaal	100,0%	100,0%

Bron: Gondola Retail Scan 2023¹⁴³

187. De tabel van Gondola presenteert voor Louis Delhaize echter zowel de enseignes die doelondernemingen zijn van de huidige overname door de Colruyt Group, en enseignes die onderdeel zullen blijven van Louis Delhaize. Om meer inzicht te kunnen bieden in bovenstaande cijfers, heeft het onderzoeksteam een schatting gemaakt van de mogelijke verdeling in bovenstaande cijfers, door aangeleverde omzetcijfers van Louis Delhaize voor het jaar 2022 te gebruiken om een splitsing te maken in

¹⁴¹ De Gondola cijfers, zoals aangeleverd door Coca-Cola in de marktbevraging, worden gebruikt als bron aangezien ze ook een inschatting van de positie van kleinere spelers, waaronder Louis Delhaize, wat voor andere bronnen, zoals NielsenIQ, niet het geval is. Mestdagh is in het overzicht van Gondola overigens nog geplaatst bij Carrefour, maar is door het onderzoeksteam bij Intermarché opgeteld, vanwege de recente overname.

¹⁴² Exclusief near food omvat een herberekening door het onderzoeksteam door de cijfers van de Action, Kruidvat, Trafic en HEMA weg te laten.

¹⁴³ II.A.III.2.3. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Coca-Cola NVV, p.25.

het cijfer van Gondola. Hieruit blijkt dat Match en Smatch samen een marktpercentage hebben van ongeveer [0-10]%. Dit cijfer is voor 80 Match en Smatch winkels, en dus voor een grotere selectie dan de Smatch en Match winkels die doelondernemingen zijn van de overname, en exclusief de vier Louis Delhaize winkels die wel worden overgenomen. Dit percentage van [0-10]% is daarmee een overschatting van de werkelijke waarde van de Match en Smatch winkels op nationaal niveau.

Opsplitsing aandeel Louis Delhaize Gondola

Winkel	CORA ¹⁴⁴ (incl. non-food)		CORA (alleen voeding)	
	Omzet 2022	Gondola 2023	Omzet 2022	Gondola 2023
CORA	[40-50]%	[0-10]%	[30-40]%	[0-10]%
Match + Smatch	[20-30]%	[0-10]%	[30-40]%	[0-10]%
Match	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	[0-10]%
Smatch	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Delfood	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%	[0-10]%
Delitraitteur	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%	[0-10]%
TOTAAL	100%	[0-10]%	100%	[0-10]%

Bron: berekeningen op basis van aangeleverde omzetgegevens Louis Delhaize¹⁴⁵

188. Uit bovenstaande tabel blijkt dat de Colruyt Group, minstens op basis van de Gondola cijfers, de grootste marktspeeler is op nationaal niveau, en – hoewel slechts in beperkte mate – haar marktpositie als leider verder versterkt. Deze versterkte marktpositie op nationaal niveau moet in rekening worden genomen bij het beoordelen van de impact van onderliggende concentratie op lokaal niveau.

IX.2.1.b Nationale marktaandelen op basis van winkelvloeroppervlakte en vergelijking met marktaandelen op basis van omzet

i) Nationale marktaandelen op basis van winkelvloeroppervlakte

189. Onderstaande tabel geeft nationale marktaandelen weer op basis van winkelvloeroppervlakte. Deze marktaandelen zijn berekend op basis van de Locatus-dataset, zoals aangeleverd door de Aanmeldende Partij, en dewelke ook de basis vormt voor de berekeningen van de lokale marktaandelen. De tabel beschouwt enkel winkels met een verkoopoppervlakte van 400m² of meer.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Voor de berekeningen van CORA is de benzineverkoop uitgesloten.

¹⁴⁵ I.B.18.2. 2024.02.27 Bijlage 1 - Omzetgegevens; I.B.1.147 2024.02.02 Bijlage 8.5.11 - VOI Colruyt (S)Match - omzet per winkelconcept A-merk en huismerk - online en fysiek.

¹⁴⁶ Alle winkelvloeroppervlakten in deze en de volgende secties zijn berekend op basis van de Locatus-dataset zoals aangeleverd door de Aanmeldende Partij en dewelke ook de basis vormt voor de berekeningen van de lokale marktaandelen. Deze dataset rapporteert de winkelvloeroppervlaktes van november 2022, en houdt dus geen rekening met de veranderingen nadien, met uitzondering van de Mestdagh-winkels die bij Intermarké zijn geplaatst. Louis Delhaize's oppervlakteaandeel omvat dus alle Match en Smatch winkels, ook de winkels die inmiddels al zijn gesloten. Het construeren van de dataset voor deze analyse is gebaseerd op de initiële opschoning van de data door ECA, aangepast om nationale en regionale marktaandelen te berekenen. De nationale marktaandelen worden berekend door de verkoopoppervlakte van elke speler (met een verkoopoppervlakte van 400m² of meer) op nationaal niveau te delen door de verkoopoppervlakte van alle Belgische spelers geaggregeerd op nationaal niveau. Regionale marktaandelen worden berekend door de verkoopoppervlakte van elke speler in elke regio te delen door de totale geaggregeerde verkoopoppervlakte in die regio. Voor verdere details, zie III. Diverse (Data pakket).

Winkels	WVO	Marktaandeel
Colruyt	[600.000-700.000]	[10-20]%
(S)match - Targets	[50.000-60.000]	[0-10]%
Louis Delhaize - Targets	[5.000-5.500]	[0-10]%
Partijen	[700.000-800.000]	[20-30]%
Ahold Delhaize	[800.000-900.000]	[20-30]%
Carrefour	[500.000-600.000]	[10-20]%
ALDI	[400.000-500.000]	[10-20]%
Lidl	[300.000-400.000]	[0-10]%
Intermarché	[200.000-300.000]	[0-10]%
Louis Delhaize	[70.000-80.000]	[0-10]%
Jumbo	[30.000-40.000]	[0-10]%
Alvo	[30.000-40.000]	[0-10]%
Lambrechts	[10.000-20.000]	[0-10]%
Andere	[200.000-300.000]	[0-10]%

ii) Vergelijking met omzetmarktaandelen

190. Onderstaande tabel maakt een vergelijking tussen de winkelvloeroppervlakte van 2022 en het marktaandeel zoals gerapporteerd door Gondola voor 2023.¹⁴⁷ Hieruit blijkt dat het verband sterk is voor de meeste winkels, doch dat met name de Colruyt Group en in mindere mate Ahold Delhaize relatief gezien een hoger geschat marktaandeel hebben in omzet in vergelijking met winkelvloeroppervlakte. Met name voor Carrefour, Intermarché, Louis Delhaize en SPAR Lambrechts geldt het omgekeerde.

Winkels	WVO	Marktaandeel WVO	Marktaandeel Gondola
Ahold Delhaize	[800.000-900.000]	[20-30]%	[20-30]%
Colruyt	[600.000-700.000]	[20-30]%	[20-30]%
Carrefour	[600.000-700.000]	[10-20]%	[10-20]%
ALDI	[400.000-500.000]	[10-20]%	[10-20]%
Lidl	[300.000-400.000]	[0-10]%	[0-10]%
Intermarché	[200.000-300.000]	[0-10]%	[0-10]%
Louis Delhaize	[100.000-200.000]	[0-10]%	[0-10]%
Lambrechts	[40.000-50.000]	[0-10]%	[0-10]%
Jumbo	[30.000-40.000]	[0-10]%	[0-10]%

¹⁴⁷ Om deze vergelijking mogelijk te maken zijn ook winkels onder de 400 m² meegenomen, omdat deze wel meetellen bij Gondola. Ook is hier de ALVO opgenomen die in de andere tabellen onder overige staat vermeld, omdat die bij Gondola als aparte speler vermeld stond. De overige andere onafhankelijke spelers zijn verwijderd, en de marktaandelen werden herberekend op die basis. Voor Gondola presenteren we de herberekende cijfers zoals vermeld hierboven door de 'near food' weg te laten.

Winkels	WVO	Marktaandeel WVO	Marktaandeel Gondola
ALVO	[30.000-40.000]	[0-10]%	[0-10]%

191. Hieruit blijkt dat winkelvloeroppervlakte eerder resulteert in een relatief sterke onderschatting van de werkelijke marktpositie van Colruyt Group, en eerder een overschatting van de Doelondernemingen, waar rekening mee kan worden gehouden bij de beoordeling van de gevolgen van de transactie op lokaal niveau verderop.

192. Verder moet rekening gehouden worden met een zekere variatie tussen de winkelconcepten en binnen de winkelconcepten. De Aanmeldende Partij heeft een eigen analyse aangeleverd waarin de omzet per vierkante meter wordt gepresenteerd voor alle Colruytwinkels die het hele jaar geopend waren.¹⁴⁸ Op basis van deze analyse wordt duidelijk dat de verschillende winkelconcepten van de Colruyt Group onderling een verschillende spreiding van omzet per vierkante meter vertonen. Met name de Colruyt winkels binnen de Colruyt Group zijn erg efficiënt. Anderzijds is er ook binnen elk concept een vrij ruime spreiding, geconcentreerd rond een bepaalde gemiddelde efficiëntie. Dit kan deels te maken hebben met de online verkoopactiviteiten die voornamelijk via de Colruyt-enseignes aangeboden, in tegenstelling tot de verkooppunten van de andere Colruyt winkelconcepten geen, of in beperktere mate, online verkoop plaatsvindt.

193. Op basis van bovenstaande analyse concludeert de Auditeur dat het lokale marktaandeel uitgedrukt in vloeroppervlakte van de enseignes van de Colruyt Group, en met name deze van de Colruyt-enseignes, het werkelijke marktaandeel in omzet mogelijk onderschat. Het omgekeerde kan worden geconcludeerd, echter in mindere mate, voor de winkels van de Doelondernemingen. Deze vaststelling dient worden meegenomen in de beoordeling van de unilaterale gevolgen van de transactie op lokaal niveau die verderop worden besproken.

IX.2.1.c Marktaandelen op gewestniveau

194. In deze sectie worden de vloeroppervlakte marktaandelen beschreven op gewestniveau, waarbij opnieuw enkel winkels in aanmerking worden genomen met een verkoopoppervlakte van 400m² of meer.

i) Vlaams gewest

195. Volgende tabel toont de marktpositionering voor de spelers die actief zijn in het Vlaamse Gewest.

Winkels	WVO	Marktaandeel
Colruyt	[300.000-400.000]	[20-30]%
(S)match - Targets	[10.000-20.000]	[0-10]%
Louis Delhaize - Targets	[0-10.000]	[0-10]%
Partijen	[300.000-400.000]	[20-30]%
Ahold Delhaize	[400.000-500.000]	[20-30]%
Carrefour	[300.000-400.000]	[10-20]%
ALDI	[200.000-300.000]	[10-20]%
Lidl	[100.000-200.000]	[0-10]%
Jumbo	[20.000-30.000]	[0-10]%
Alvo	[20.000-30.000]	[0-10]%

¹⁴⁸ I.B.1.145. 2024.02.02 Bijlage 8.5.9 - Omzet per vierkante meter Colruyt Group.

Louis Delhaize	[10.000-20.000]	[0-10]%
Lambrechts	[0-10.000]	[0-10]%
Andere	[100.000-200.000]	[0-10]%

ii) Brussels Hoofdstedelijk gewest

196. Volgende tabel toont de marktpositionering van de marktspelers die actief zijn in het Brussels Hoofdstedelijk gewest.

Winkels	WVO	Marktaandeel
Colruyt	[30.000-40.000]	[10-20]%
(S)match - Targets	[0-10.000]	[0-10]%
Partijen	[40.000-50.000]	[10-20]%
Ahold Delhaize	[50.000-60.000]	[20-30]%
Carrefour	[40.000-50.000]	[10-20]%
ALDI	[10.000-20.000]	[0-10]%
Louis Delhaize	[10.000-20.000]	[0-10]%
Lidl	[10.000-20.000]	[0-10]%
Intermarché	[10.000-20.000]	[0-10]%
Alvo	[0-10.000]	[0-10]%
Andere	[20.000-30.000]	[10-20]%

iii) Waals gewest

197. Volgende tabel toont de marktaandelen van de marktspelers in het Waals gewest.

Winkels	WVO	Marktaandeel
Colruyt	[200.000-300.000]	[10-20]%
(S)match - Targets	[30.000-40.000]	[0-10]%
Louis Delhaize - Targets	[0-10.000]	[0-10]%
Partijen	[300.000-400.000]	[10-20]%
Ahold Delhaize	[300.000-400.000]	[10-20]%
Carrefour	[200.000-300.000]	[10-20]%
Intermarché	[200.000-300.000]	[10-20]%
ALDI	[100.000-200.000]	[10-20]%
Lidl	[100.000-200.000]	[10-20]%
Louis Delhaize	[40.000-50.000]	[0-10]%
Alvo	[0-10.000]	[0-10]%
Jumbo	[0-10.000]	[0-10]%
Lambrechts	[0-10.000]	[0-10]%
Andere	[80.000-90.000]	[0-10]%

IX.2.1.d Conclusie van de Auditeur

198. De Auditeur concludeert dat de detailverkoop van dagelijkse consumptiegoederen op nationaal niveau oligopolistisch van aard is, waarbij er drie “traditionele” nationale spelers zijn, met name Colruyt Group, Ahold Delhaize en Carrefour, die gezamenlijk instaan voor 70% van de gegenereerde omzet. Colruyt Group heeft hierbij het grootste aandeel ([20-30%]), gevolgd door Ahold Delhaize ([20-30%]). Carrefour, de derde traditionele supermarktketen, heeft een beduidend lager marktaandeel ([10-20%]), eerder vergelijkbaar met de positie van de twee hard discounters, Aldi ([10-20%]) en Lidl ([0-10%]). De overige ketens hebben op nationaal niveau een eerder beperkte aanwezigheid (<5%).
199. Op gewestelijk niveau verschilt de situatie enigszins. De Colruyt Group is beduidend minder sterk vertegenwoordigd in het Brussels Hoofdstedelijk gewest, alsook iets minder in Wallonië, in vergelijking met Vlaanderen. De concentratie heeft overigens tot gevolg dat de positie in Brussel en Wallonië meer wordt versterkt dan in Vlaanderen.
200. Verder valt het op dat Intermarché een veel belangrijker rol speelt in Wallonië dan in Brussel en zeker Vlaanderen, waar deze keten amper actief is. Het omgekeerde geldt voor Albert Hein (deel van Ahold Delhaize) en Jumbo, die niet aanwezig zijn in Wallonië. Het is van belang deze algemene verschillen in concurrentiedynamiek tussen de verschillende gewesten in rekening te nemen bij de beoordeling van de impact van de concentratie op lokaal niveau.
201. Tenslotte heeft bovenstaande analyse aangetoond dat indien de marktposities worden ingeschat op basis vloeroppervlakte in plaats van omzet, het aandeel van de Colruyt Group concepten (alsook voor Ahold Delhaize concepten) mogelijks wordt onderschat, terwijl het omgekeerde kan worden geconcludeerd voor de kleinere winkelketens, waaronder deze van de Doelondernemingen. Deze vaststelling wordt ook meegenomen in de beoordeling hieronder van de unilaterale gevolgen van de transactie op lokaal niveau.

IX.2.2 Beoordeling door het Mededingingscollege

202. Het College onderschrijft de conclusie van de Auditeur dat het ontstaan van een grotere marktmacht tot niet-gecoördineerde unilaterale effecten kan leiden op de lokale markten voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen.¹⁴⁹
203. Alvorens in te gaan op de impact van de concentratie op de concurrentiedynamiek (schadetheorie) maakt de Auditeur zoals weergegeven in sectie IX.2.1 een aantal opmerkingen over de positionering van de verschillende marktspelers in België op de relevante productmarkt. Hierbij analyseert hij de marktaandelen op nationaal en gewestelijk niveau op basis van omzet en winkeloppervlakte. De Auditeur maakt ook, zoals weergegeven in sectie IX.3, een analyse van de nabijheid van concurrentie tussen de partijen en haar concurrenten.
204. Wat de marktaandelen betreft, gaat het College akkoord met de vaststelling van de Auditeur dat er rekening moet worden gehouden met de verschillen in concurrentiedynamiek tussen de verschillende gewesten bij de beoordeling van de impact van de concentratie op lokaal niveau. Hierbij valt op dat de Colruyt groep sterker vertegenwoordigd is in Vlaanderen dan in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en Wallonië. Anderzijds is de aanwezigheid van sommige spelers in de respectievelijke gewesten (Jumbo

¹⁴⁹ Zie sectie IX.1.

Albert Heijn in Vlaanderen, Intermarché in Wallonië) eveneens van belang voor deze analyse. Het College deelt eveneens de analyse van de Auditeur dat er opmerkelijke verschillen zijn in marktaandelen naargelang men rekent op basis van omzet (zoals gerapporteerd door Gondola) of op basis van winkelvloeroppervlakte.¹⁵⁰ Volgens de Auditeur blijkt uit die vergelijking dat de winkelvloeroppervlakte het marktaandeel van Colruyt eerder onderschat terwijl het marktaandeel van de verkoper eerder wordt overschat. Het College deelt ook deze conclusie en acht deze ook pertinent voor de verdere analyse.

205. Het College noteert verder dat de Auditeur van oordeel is dat er sprake is van een oligopolistische markt op nationaal niveau waarbij drie zogenaamde “traditionele” groepen (Colruyt, Delhaize en Carrefour) een gezamenlijk marktaandeel van 70% van de totale omzet vertegenwoordigen. Gezien de verdere analyse van de aangemelde transactie voornamelijk betrekking heeft op lokale verzorgingsgebieden die de relevante markten uitmaken, hoeft op deze vraag niet te worden ingegaan.

IX.3 Naastheid van concurrentie tussen partijen en t.a.v. concurrenten

IX.3.1 Standpunt van de Aanmeldende Partij

206. Aan de Aanmeldende Partij werd gevraagd om voor elk van de verschillende winkelconcepten van Colruyt en Louis Delhaize aan te geven welke winkelconcepten diens belangrijkste concurrenten vormen.

207. Onderstaande tabel geeft de resultaten van deze vraag weer waarbij voor elk van de winkelconcepten de meest nabije concurrenten worden weergegeven in volgorde van belangrijk naar minder belangrijk, zoals beoordeeld door de Aanmeldende Partij:

[Vertrouwelijk]

208. De Aanmeldende Partij stipt als naaste concurrenten van de Colruyt Laagste Prijzen, OKay en SPAR enseignes, **[Vertrouwelijk]**. Voor SPAR baseert de Aanmeldende Partij zich veeleer op **[Vertrouwelijk]**.

209. Verder geeft de Aanmeldende Partij aan dat voor Colruyt en OKay een **[Vertrouwelijk]**. Het verzorgingsgebied van OKay winkels is veelal kleiner dan deze van Colruyt Laagste Prijzen winkels. Voor de SPAR filialen wordt **[Vertrouwelijk]**.¹⁵¹

210. Het Match-enseigne, dat traditioneel voornamelijk aanwezig is in Wallonië, ervaart volgens de Aanmeldende Partij hoofdzakelijk concurrentiële druk van **[Vertrouwelijk]**. De Aanmeldende Partij geeft daarbij aan dat **[Vertrouwelijk]**.

211. De Smatch winkels, traditioneel voornamelijk gevestigd in Vlaanderen, **[Vertrouwelijk]**. **[Vertrouwelijk]**. De Aanmeldende Partij benadrukt dat de concurrentiële verhoudingen in ruime mate zullen afhangen van de aanwezigheid van concurrerende retailers in het verzorgingsgebied.

¹⁵⁰ Dit kan met name liggen aan het verschil in winkelconcepten, de gemiddelde efficiëntie van de winkel en/of de online activiteit van de winkel.

¹⁵¹ Zie Aanmeldingsformulier, p. 90.

IX.3.2 Analyse van de Auditeur

IX.3.2.a Marktonderzoek

i) Positionering van de verschillende marktspelers in termen van prijszetting

212. In het antwoord van Testaankoop op het verzoek om inlichtingen van 11 december 2023 wordt betreffende prijszetting van de verschillende marktspelers in België verwezen naar een studie die ze in november 2023 publiceerden.¹⁵²

213. De volgende tabel uit de studie geeft een overzicht van de relatieve prijszetting van enkele van de winkelconcepten van de “traditionele” marktspelers voor een “gemengd winkelmandje” (met witte producten, huismerken, (inter)nationale merken en verse producten):

	Index
 Veel goedkoper	
 Goedkoper	
 Gemiddeld	
 Duurder	
 Veel duurder	
COLRUYT (nabij een Albert Heijn)	100
COLLECT & GO (nabij een Albert Heijn)	101
OKAY (nabij een Albert Heijn)	102
COLRUYT	102
COLLECT & GO	103
COLRUYT (niet nabij een Albert Heijn)	105
COLLECT & GO (niet nabij een Albert Heijn)	105
OKAY	109
OKAY (niet nabij een Albert Heijn)	110
DELHAIZE	110
HYPERMARKT CARREFOUR	111
CARREFOUR MARKET	115
SPAR COLRUYT GROUP	115
CORA	115

214. De resultaten van het Testaankoop-onderzoek suggereren dat de gemiddelde prijs van CORA winkels van de Louis Delhaize groep in België hoger is dan deze van Colruyt en OKay winkels. De gemiddelde prijs in SPAR winkels is vergelijkbaar met deze van CORA winkels.

215. Testaankoop verwacht dat het prijsniveau van Match en Smatch winkels nog iets hoger is dan deze van de CORA hypermarkten, gegeven hun kleinere omvang.

¹⁵² II.C.4.3. 2023.12.21 Bijlage 1 - AA_690_010013.

216. De volgende tabel geeft voor verschillende productgroepen de “geschatte maandelijkse uitgaven per persoon” weer:

Geschatte maandelijkse uitgaven per persoon

	Aantal winkels***	Ligging	PRIJS VOOR EEN WINKELMANDJE MET ...			
			... witte producten en verse producten	... de goedkoopste huismerken en verse producten	... (inter)nationale merkproducten en verse producten	... gemengd winkelmandje met verse producten
COLRUYT	248	heel België	€117	€160	€282	€183
COLRUYT (nabij een Albert Heijn)	142	Vlaanderen	€116	€161	€273	€180
COLRUYT (niet nabij een Albert Heijn)	106	Wallonië + Brussel	€118	€160	€294	€188
COLLECT & GO	235	heel België	€119	€162	€283	€185
COLLECT & GO (nabij een Albert Heijn)	135	Kontich + Wilrijk	€117	€161	€275	€181
COLLECT & GO (niet nabij Albert Heijn)	100	heel België	€120	€163	€294	€190
LIDL	310	heel België	**	€124	*	*
ALDI	442	heel België	**	€125	*	*
ALBERT HEIJN	74	Vlaanderen	*	€142	€281	*
OKAY	144	heel België	€134	€177	€294	€196
OKAY (nabij een Albert Heijn)	12	Vlaanderen	€130	€174	€266	€183
OKAY (niet nabij een Albert Heijn)	132	heel België	€134	€177	€297	€197
(AD) DELHAIZE	351	heel België	€141	€179	€294	€198
CARREFOUR HYPER	40	heel België	€139	€171	€307	€200
CARREFOUR MARKET	440	heel België	€142	€176	€319	€206
SPAR COLRUYT GROUP	116	heel België	€137	€180	€317	€207
CORA	7	Wallonië + Brussel	€160	€178	€314	€207

* Onvoldoende producten beschikbaar om de berekening te maken ** Lidl en Aldi hebben hun eigen merken, die eerder overeenkomen met huismerken dan met witte producten *** Bron: Gondola Academy (Retailscan 2023) en de supermarktketens zelf

217. Bovenstaande tabellen tonen aan dat (AD)Delhaize en Carrefour zich op nationaal niveau qua gemiddelde prijszetting positioneren tussen enerzijds Colruyt en Okay en anderzijds SPAR en CORA.

218. Albert Heijn heeft voor merkproducten doorgaans een lager prijsniveau dan de andere gewone supermarkten, maar de studie toont ook aan dat wanneer er een Albert Heijn in de buurt is, het gemiddelde prijsniveau van Colruyt en Okay substantieel lager ligt dan wanneer dit niet het geval is. Voor huismerken is Albert Heijn substantieel goedkoper dan de gewone supermarkten.

219. Discounters Aldi en Lidl hebben overduidelijk het laagste prijsniveau voor huismerken (geen gegevens beschikbaar voor merken, maar hun aanbod hiervan is beperkt – zie hieronder) ten aanzien van alle gewone supermarkten, incl. Albert Heijn.

220. Voor Jumbo en Intermarché zijn er geen gedetailleerde gegevens beschikbaar. Testaankoop vermoedt dat Jumbo een gelijkaardige prijsdruk zet als Albert Heijn: *“De prijzen in Colruyt- en OKay-winkels zijn duidelijk lager als er een Albert Heijnwinkel in de buurt is dan waar dat niet het geval is. Alle Colruytwinkels in Vlaanderen passen hun prijzen aan aan de prijzen van Albert Heijn. Een OKaywinkel doet dit enkel als de winkel zich in de directe buurt (<5km?) van een Albert Heijn bevindt. We vermoeden dat ook in de buurt van Jumbo er een neerwaartse druk op de prijzen is (we beschikken niet over prijzen voor Jumbo dus kunnen dit niet zwart op wit vaststellen).”*

221. Onder meer door de afwezigheid van Albert Heijn en Jumbo in Franstalig België, liggen de prijzen van Colruyt er hoger dan in Vlaanderen. In het Franstalig landsgedeelte, met zijn gemiddeld wat hogere prijzen,¹⁵³ heeft de komst van Intermarché mogelijks wel een impact op de prijszetting. Intermarché speelt er de rol van prijsuitdager via creatieve, agressieve promotieacties. Zo is er de verdubbeling van de promoties op donderdag.¹⁵⁴

ii) Positionering van de verschillende marktspelers in termen van aanbod: (Inter)nationale merken versus huismerken

222. (Inter)nationale merken en huismerken spelen een verschillende rol in de concurrentie tussen distributeurs, hoewel ze deel uitmaken van dezelfde productmarkt (zie hierboven). Huismerken worden door distributeurs doorgaans aangeboden om een goedkoper alternatief te bieden voor producten van (inter)nationale merken. In theorie zijn (inter)nationale merken meer vergelijkbaar, ongeacht de detailhandelaar. In de praktijk heeft elke winkel wel zijn eigen selectie van (inter)nationale merken, die niet in elke winkel, enseigne of winkelgroep verkrijgbaar zijn, en soms ook niet in dezelfde verpakkingsgrootte. Elke detailhandelaar heeft daarentegen zijn eigen specifieke huismerken met een eigen inhoud, benaming, verpakking, etc., waarbinnen ook een grote variëteit aan kwaliteit en positionering in de markt bestaat.

223. Het onderzoeksteam heeft intern een rangschikking gemaakt op basis van het aandeel van huismerken in de totale omzet van de verschillende enseignes in het Belgische supermarktlandschap.¹⁵⁵ Hieruit blijken een aantal duidelijke patronen. Allereerst blijkt een relatieve stabiliteit van de onderlinge verhoudingen tussen enseignes, en over de jaren heen, met een enkele uitzondering daargelaten.

224. Daarnaast blijkt er een duidelijke onderscheid te bestaan tussen verschillende types supermarkten. De discounters staan duidelijk op enige afstand van de overige supermarkten, met Aldi en Lidl aan de top met een overgroot gedeelte (meer dan 80%) van hun omzet uit huismerken. Daarna komen de nieuwe toetreders Albert Heijn en Jumbo en de Delhaize met de Super concepten, met minstens de helft van de omzet gegenereerd via huismerken. Daarna volgen de andere Delhaize concepten, Carrefour concepten, de Mestdagh winkels en de Colruyt concepten Colruyt en OKay met een huismerkaandeel van ongeveer een derde van de totale omzet. Het SPAR concept zit samen met de Intermarché winkels, en de concepten van Louis Delhaize eerder aan de andere kant van het spectrum met huismerkaandeel van een kwart of

¹⁵³ Zie <https://www.gondola.be/nl/news/colruyt-stuk-goedkoper-vlaanderen> ;

<https://www.retaildetail.be/nl/news/food/colruyt-et-albert-heijn-limitent-les-augmentations-de-prix/>

¹⁵⁴ Zie <https://www.rtbef.be/article/intermarche-est-il-devenu-le-champion-des-prix-les-plus-bas-chez-nous-11189044> .

¹⁵⁵ Deze rangschikking heeft het onderzoeksteam gemaakt op basis van antwoorden op de marktbevraging naar partijen en concurrenten over de jaren 2019-2022.

minder. Tot slot zijn er nog de relatief kleine spelers zoals SPAR Lambrechts en CORA. Lambrechts heeft tijdens het marktonderzoek aangegeven dat voor huismerken de volume van verkoop erg belangrijk is om deze te kunnen ontwikkelen. Voor kleine spelers zoals Lambrechts is het daarom moeilijk om eigen huismerken te ontwikkelen bij het ontbreken van schaalgrootte, op de meest basale producten na.¹⁵⁶

225. De Auditeur concludeert uit deze analyse dat in termen van het aandeel van (inter)nationale versus huismerken in de totale omzet alle winkelconcepten van Partijen gelijkaardig gepositioneerd zijn, met een relatief hoog aandeel in (inter)nationale merken, en dat ze zich op dit vlak in positionering met name duidelijk onderscheiden van de discounters Aldi en Lidl.

iii) Positionering van de verschillende markspelers in termen van online verkoop

226. De online verkoop in de voedselsector blijft nog steeds eerder beperkt vergeleken met de fysieke verkoop, zeker vergeleken met de verkoop van andere producten.¹⁵⁷ Wel blijkt uit het marktonderzoek dat de ontwikkeling van de online verkoop in sommige concepten sterker ontwikkeld dan in andere.¹⁵⁸

227. Colruyt heeft wat betreft online verkoop relatief gezien de sterkste marktpositie. Wel biedt Colruyt zijn online afhaal en bezorgingspunten nog steeds voornamelijk aan in een vorm die gelieerd is aan bestaande fysieke Colruyt verkooppunten, waardoor de online verkoop voorlopig nog meer een toegevoegd element blijft van het bestaande fysieke netwerk van winkels.¹⁵⁹ De Ahold-Delhaize groep lijkt vooral met Albert Heijn een sterke vooruitgang te hebben geboekt. Bij alle andere winkels, onder meer ook de Doelonderneming, is het aandeel online verkoop in ontwikkeling, eerder beperkt of niet-bestaand.

228. Op basis hiervan kan worden geconcludeerd dat partijen in termen van online aanbod geen gelijkaardige positionering hebben, gegeven de zeer beperkte activiteit op dit vlak van de Louis Delhaize groep in België.

iv) Resultaten marktbevraging betreffende naastheid van concurrentie - Testaankoop

229. Testaankoop benadrukt vooreerst dat alle supermarktketens concurrentiële druk op elkaar uitoefenen. De naaste concurrentie van de verschillende winkelconcepten zou volgens Testaankoop per winkel moeten worden bepaald aan de hand van de prijs, ligging van de winkel, winkelformules die in de buurt liggen (prijsniveau, winkelgrootte, gelijkaardig assortiment).

230. Onderstaande tabel geeft op algemene wijze de meest nabije concurrenten van de verschillende winkelconcepten van Partijen weer, in volgorde van belangrijk naar minder belangrijk zoals aangegeven door Testaankoop:

¹⁵⁶ II.B.VIII. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen.

¹⁵⁷ Joost Pijker, 'De webwinkels hebben het zwaar nu ook zij zich naar de regels van het kapitalisme moeten voegen', NRC, 1 maart 2024, <https://www.nrc.nl/nieuws/2024/03/01/de-webwinkels-hebben-het-zwaar-nu-ook-zij-zich-naar-de-regels-van-het-kapitalisme-moeten-voegen-a4191790>.

¹⁵⁸ Deze rangschikking heeft het onderzoeksteam gemaakt op basis van antwoorden op de marktbevraging naar partijen en concurrenten. Om redenen van vertrouwelijkheid kunnen de specifieke gegevens niet worden gedeeld.

¹⁵⁹ Zie I.B.1.64. 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.32 - OKay_Munkzwalm Smatch Presentatie coördinatievergadering GATE 0 + 1 24082023.

Winkelconcept	1 ^e concurrent	2 ^e concurrent	3 ^e concurrent	4 ^e concurrent	5 ^e concurrent
Colruyt	Albert Heijn	Jumbo	Aldi / Lidl		Delhaize
Okay	Albert Heijn	Jumbo	Aldi / Lidl		Delhaize
SPAR	Delhaize	Okay	Carrefour (Market)		Aldi / Lidl
Match	Intermarché	Carrefour(Market)	Delhaize		
Smatch	Carrefour (Market)	Delhaize	SPAR		

231. Voor Colruyt Laagste prijzen en Okay stipt Testaankoop vooreerst Albert Heijn en Jumbo aan als naaste concurrenten omwille van de prijsdruk die zij uitoefenen. Daaropvolgend beschouwen ze Aldi en Lidl als nauwe concurrenten mede gelet op het feit dat Colruyt en Okay zijn huismerken (Everyday en Boni) afstelt op basis van de producten van Aldi en Lidl. In mindere mate zou dit ook het geval zijn voor de huismerken van Delhaize, met name de “kleine leeuwjes”.

232. Voor de SPAR- winkels baseert Testaankoop zich voor het bepalen van de naaste concurrentie veeleer op het aangeboden productenassortiment.

v) Resultaten marktbevraging betreffende naastheid van concurrentie – Concurrenten en leveranciers

233. Concurrenten en leveranciers werden ook gevraagd om voor de verschillende winkelconcepten van Partijen aan te geven welk winkelconcept diens belangrijkste concurrenten zijn. Voor de analyse werd gefocust op de aangegeven drie meest naaste concurrenten. In onderstaande tabellen worden de winkelconcepten weergegeven die het meest door de leveranciers en concurrenten als naaste concurrent (top 3) werden genoemd.

A. Colruyt

234. Onderstaande tabel geeft het aandeel van respondenten weer dat respectievelijk Albert Heijn, Aldi, Carrefour, Delhaize, Intermarché, Jumbo, Lidl heeft genoemd in de top 3 van meest naaste concurrenten van Colruyt ten opzichte van het totaal aantal respondenten:

	Albert Heijn	Aldi	Delhaize ¹⁶⁰	Carrefour ¹⁶¹	Lidl	Inter-marché	Jumbo
Colruyt	54%	54%	54%	46%	46%	15%	8%

¹⁶⁰ Delhaize omvat Delhaize Supermarket, Delhaize AD, Delhaize Proxy, Delhaize Shop &Go.

¹⁶¹ Carefour omvat Carrefour Hypermarket, Carrefour Supermarket en Carrefour Express.

235. Voor Colruyt stippen de leveranciers en concurrenten veelal Albert Heijn, Aldi en Lidl aan als naaste concurrenten omwille van de sterke prijsconcurrentie en de gelijkaardige huismerken. Verder kwamen ook Delhaize en Carrefour vaak terug in de top drie waarbij voornamelijk het gelijkaardige productassortiment en het type winkel aanbod komen als reden. Intermarché, die voornamelijk in Wallonië actief is, zou tevens een nauwe concurrent zijn omwille van het gelijkaardige assortiment en de sterke prijsconcurrentie.

B. OKay

236. Onderstaande tabel geeft het aandeel van respondenten weer dat respectievelijk Albert Heijn, Aldi, Carrefour, Colruyt, Delhaize en Lidl heeft genoemd in de top 3 van meest naaste concurrenten van OKay ten opzichte van het totaal aantal respondenten:

	Carrefour¹⁶²	Delhaize ¹⁶³	Aldi	Lidl	Albert Heijn	Colruyt
OKay	67%	67%	58%	50%	33%	8%

237. Voor OKay worden Carrefour en Delhaize het meest genoemd als naaste concurrent, gevolgd door Aldi, Lidl en Albert Heijn. De antwoorden werden veelal gebaseerd op prijs, het type winkel en de nabijheid van de klant.

C. SPAR

238. Onderstaande tabel geeft het aandeel van respondenten weer dat respectievelijk Albert Heijn, Aldi, Carrefour, Delhaize, Intermarché, Lidl, Louis Delhaize en OKay heeft genoemd in de top 3 van meest naaste concurrenten van SPAR ten opzichte van het totaal aantal respondenten:

	Carrefour¹⁶⁴	Delhaize¹⁶⁵	Albert Heijn	OKay	Aldi	Inter-marché	Lidl	Louis Delhaize
SPAR	92%	83%	33%	20%	17%	17%	8%	8%

239. Uit de antwoorden van de leveranciers en concurrenten blijkt dat SPAR, als duurdere buurwinkel naaste concurrentie ondervindt van gelijkaardige winkelconcepten van Carrefour en Delhaize. Daarnaast worden ook de Albert Heijn, OKay en Aldi als naaste concurrenten beschouwd.

D. Match

240. Onderstaande tabel geeft het aandeel van respondenten weer dat respectievelijk Aldi, Carrefour, Colruyt, Delhaize, Intermarché en OKay heeft genoemd in de top 3 van meest naaste concurrenten van Match ten opzichte van het totaal aantal respondenten:

	Carrefour¹⁶⁶	Delhaize¹⁶⁷	Inter-marché	Colruyt	OKay	Aldi
Match	90%	90%	60%	30%	20%	10%

241. Als naaste concurrenten van Match worden door concurrenten en leveranciers in eerste instantie Carrefour, Delhaize en Intermarché aangestipt waarbij het type winkel, productassortiment en de prijs de voornaamste redenen blijken.

¹⁶² Carefour omvat Carrefour Hypermarket, Carrefour Supermarket en Carrefour Express.

¹⁶³ Delhaize omvat Delhaize Supermarket, Delhaize AD, Delhaize Proxy, Delhaize Shop &Go.

¹⁶⁴ Carefour omvat Carrefour Hypermarket, Carrefour Supermarket en Carrefour Express.

¹⁶⁵ Delhaize omvat Delhaize Supermarket, Delhaize AD, Delhaize Proxy, Delhaize Shop &Go.

¹⁶⁶ Carrefour omvat Carrefour Hypermarket, Carrefour Supermarket en Carrefour Express.

¹⁶⁷ Delhaize omvat Delhaize Supermarket, Delhaize AD, Delhaize Proxy, Delhaize Shop &Go.

Smatch

242. Onderstaande tabel geeft het aandeel van respondenten weer dat respectievelijk Aldi, Carrefour, Colruyt, Delhaize, Louis Delhaize, OKay en SPAR heeft genoemd in de top 3 van nauwste concurrenten van Smatch ten opzichte van het totaal aantal respondenten:

	Delhaize¹⁶⁸	Carrefour¹⁶⁹	SPAR	Louis Delhaize	OKay	Aldi	Inter-marché	Colruyt
Smatch	100%	90%	50%	20%	10%	10%	10%	10%

243. Uit de antwoorden van de leveranciers en concurrenten blijkt dat Smatch, als dure buurwinkel gelijkaardige winkelconcepten van Carrefour en Delhaize als naaste concurrenten kan rekenen. Daarnaast worden ook SPAR en Intermarché als naaste concurrenten aangestipt.

E. Overzicht

244. Onderstaande tabel biedt een overzicht van de vijf winkelconcepten die het meest werden genoemd in de top 3 van naaste concurrenten door leveranciers en concurrenten:

Winkelconcept	1st concurrent	2^{de} concurrent	3^{de} concurrent	4^{de} concurrent	5^{de} concurrent
Colruyt	AH/Aldi/Delhaize ¹⁷⁰			Carrefour ¹⁷¹ /Lidl	
OKay	Carrefour/ Delhaize		Aldi	Lidl	Albert Heijn
SPAR	Carrefour	Delhaize	Albert Heijn	OKay	Aldi
Match	Carrefour / Delhaize		Intermarché	Colruyt	OKay
Smatch	Delhaize	Carrefour	SPAR	Louis Delhaize	Aldi

245. Op basis van bovenstaande overzichtstabel kan worden vastgesteld dat de naaste concurrentie van de verschillende winkelconcepten zoals weergegeven door Testaankoop in grote mate wordt bevestigd door de antwoorden van de leveranciers en concurrenten.

¹⁶⁸ Delhaize omvat Delhaize Supermarket, Delhaize AD, Delhaize Proxy, Delhaize Shop &Go.

¹⁶⁹ Carrefour omvat Carrefour Hypermarket, Carrefour Supermarket en Carrefour Express.

¹⁷⁰ Delhaize omvat Delhaize Supermarket, Delhaize AD, Delhaize Proxy, Delhaize Shop &Go.

¹⁷¹ Carrefour omvat Hypemarket, Supermarket en Carrefour Express.

IX.3.2.b Conclusie van de Auditeur aangaande naastheid van concurrentie

246. In het algemeen bevestigt het marktonderzoek de stelling van Testaankoop dat alle supermarktketens concurrentiële druk op elkaar uitoefenen. Dit is naar oordeel van de Auditeur aannemelijk aangezien eenzelfde consument op verschillende aankoopmomenten naar verschillende winkelconcepten kan gaan. Zo blijkt dat Belgen (in vergelijking met Fransen en Nederlanders) vaker winkelen in verschillende supermarkten.¹⁷² Het betreft bijvoorbeeld consumenten die voor de dagelijkse kleine boodschappen naar de vlakbij gelegen doch iets duurdere Smatch gaan, terwijl zij naar de iets verder gelegen maar goedkopere grote Colruyt rijden voor de grote wekelijkse inkopen. Indien de kleinere Smatch in voornoemd voorbeeld de prijzen significant verhoogt, kunnen de consumenten het aandeel van hun totale aankopen in de kleine Smatch terugschroeven ten voordele van verhoogde inkopen tijdens hun wekelijks bezoek in de grotere Colruyt. Dergelijke concurrentiedruk tussen verschillend gepositioneerde winkelconcepten zal des te meer spelen indien er op lokaal niveau slechts een beperkt aantal winkelconcepten van de verschillende marktspelers vertegenwoordigd zijn.

247. Desalniettemin zijn er ook duidelijke verschillen in de positionering van de verschillende marktspelers met hun verschillende winkelconcepten. Testaankoop merkt hierbij op dat de naastheid van concurrentie van de verschillende winkelconcepten per winkel zou moeten worden bepaald aan de hand van de prijs, ligging van de winkel en winkelformules die in de buurt liggen (prijsniveau, winkelgrootte, gelijkaardig assortiment). De Auditeur sluit zich opnieuw aan bij deze stelling en is van oordeel dat concurrentiedynamiek telkens moet afgetoetst worden aan de lokale situatie. Hierbij dient men minstens rekening te houden met belangrijke verschillen in concurrentiedynamiek tussen de gewesten, zoals in de voorgaande sectie werd in kaart gebracht. Zo zijn bijvoorbeeld Smatch, Albert Hein en Jumbo bijna uitsluitend actief in Vlaanderen, terwijl Match en Intermarché voornamelijk actief zijn in Wallonië.

248. Er zijn echter ook een aantal verschillen in de positionering van de verschillende winkelconcepten die in het algemeen gelden. Betreffende de naastheid van concurrentie tussen de winkelconcepten van partijen onderling wijst het marktonderzoek vrij eenduidig uit dat SPAR in termen van prijszetting en aangeboden productgamma het dichtst gepositioneerd is bij de winkelconcepten van Smatch/Match/Louis Delhaize, gevolgd door OKay en daarna Colruyt.

249. Betreffende de naastheid van concurrentie tussen de winkelconcepten van Partijen ten aanzien van concurrenten wijst het marktonderzoek erop dat er een segment bestaat van relatief kleine en/of relatief dure winkelconcepten, waar bijvoorbeeld Smatch, Match, Louis Delhaize, SPAR, OKay, Proxy Delhaize, AD Delhaize, Carrefour Market en Carrefour Express aan toebehoren. Daarnaast zijn er de relatief middelgrote tot grote en/of gemiddeld tot lager geprijsde winkels zoals Colruyt, Delhaize Supermarket, Carrefour Hypermarkt, Aldi, Lidl, Intermarché (voornamelijk in Wallonië) en meer recent Albert Hein en Jumbo (beide in Vlaanderen).

IX.3.3 Beoordeling door het Mededingingscollege aangaande naastheid van concurrentie

250. Het College onderschrijft de analyse en de conclusie van de Auditeur zowel aangaande de naastheid van concurrentie tussen Partijen onderling als wat betreft de naastheid van concurrentie tussen partijen

¹⁷² Zie bv. : <https://retailsonar.com/nl/blog/post/supermarkten-belgie>

en concurrenten. Meer bepaald gaat het College akkoord met de algemene vaststelling dat alle supermarktketens concurrentiële druk op elkaar uitoefenen door de verschillende aankoopmomenten van de consument, gaande van kleine (duurdere) dagelijkse aankopen tot de grotere (goedkopere) wekelijkse aankopen. Het College stelt eveneens vast dat er niettemin positioneringsverschillen bestaan al naargelang prijs, ligging, winkelgrootte en assortiment waardoor de lokale concurrentiële situatie kan verschillen. Tenslotte, gaat het College akkoord met de analyse van de naastheid van de concurrentie tussen enerzijds kleinere/duurdere winkelconcepten onderling (Smatch, Match, Louis Delhaize, SPAR, Okay, Proxy Delhaize, AD Delhaize, Carrefour Market, Carrefour Express) en anderzijds tussen de middelgrote tot grote en gemiddeld tot laaggeprijsde winkels (Colruyt, Delhaize Supermarket, Carrefour Hypermarket, Aldi, Lidl, Intermarché, Albert Heijn en Jumbo). Het College stelt hierbij vast dat de resultaten van de marktbevraging grotendeels in lijn zijn met de studie van Test Aankoop hieromtrent.

IX.4 Niet-gecoördineerde effecten op de lokale markten voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen

IX.4.1 Impact van de concentratie op de lokale concurrentiedynamiek (schadetheorie)

IX.4.1.a Analyse van de Auditeur

i) Risico op negatieve unilaterale effecten

251. Allereerst wijst het marktonderzoek uit dat tot op heden de Colruyt Group op nationaal niveau de marktleider is in België in termen van omzet. De groep heeft voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen drie winkelconcepten die relevant zijn voor de beoordeling van de concentratie: Colruyt, OKay en SPAR. Met deze drie concepten bedient de groep een brede waaier aan consumentenvoorkeuren. In het algemeen, en met name in Vlaanderen, wijst het marktonderzoek uit dat SPAR in termen van prijszetting en aangeboden productgamma het dichtst gepositioneerd is bij de winkelconcepten van de verkoper, gevolgd door OKay en daarna Colruyt.

252. De Auditeur beschouwt het op zich niet als problematisch dat de Colruyt Group zich in de breedte versterkt op lokaal niveau met de uitbreiding van het aantal winkels in hun bestaande portfolio indien er na de concentratie nog voldoende concurrentie overblijft met een voldoende breed aanbod om lokale consumentenvoorkeuren te bedienen, wat ook gereflecteerd wordt in het beperkt aantal weerhouden risicolocaties¹⁷³. Echter, indien er geen voldoende concurrentie overblijft, bestaat er een ernstig risico dat de concentratie in de toekomst negatieve unilaterale effecten tot gevolg zal hebben, in de vorm van verhoogde prijszetting (of bijvoorbeeld minder inzetten op het volgen van promotieacties), verminderde kwaliteit, productaanbod en/of dienstverlening. Voor de drie geïdentificeerde risicolocaties (Galmaarden,

¹⁷³ Voor de volledigheid dient opgemerkt dat de Aanmeldende Partij de zienswijze in deze eveneens deelt (zie §23 van de Schriftelijke Opmerkingen).

Nieuwpoort en Zwalm¹⁷⁴ – zie hieronder) is dit het geval en de volgende elementen worden bij deze beoordeling op lokaal niveau in rekening genomen.

253. Ten eerste gaat het onderzoeksteam ervanuit dat alle verschillende winkelconcepten die binnen de gedefinieerde productmarkten actief zijn op lokaal niveau met elkaar concurreren, hoewel de kracht van deze concurrentie afhankelijk is van hun positionering in de markt. Dit is hierboven toegelicht. Om deze reden worden lokale marktaandelen binnen de gedefinieerde lokale verzorgingsgebieden als uitgangspunt genomen om in te schatten in welke mate er enerzijds concurrentiedruk wegvalt tussen Partijen ten gevolge van de concentratie en anderzijds welke uitwijkmogelijkheden consumenten hebben op lokaal niveau. Hierbij heeft het onderzoeksteam ook de sensitiviteitsanalyses in rekening genomen waarbij i) ook winkels met een winkel vloeroppervlakte vanaf 200m² (i.p.v. 400m²) in de berekening worden opgenomen en ii) ook winkels die zich in de nabije omgeving buiten de gedefinieerde verzorgingsgebieden bevinden een bepaald gewicht worden toegekend op basis van de geschatte overlap van hun verzorgingsgebied met dat van de onderzochte locatie (cirkelmethode).

254. Het onderzoeksteam benadrukt dat er een reëel risico bestaat op negatieve unilaterale effecten ten gevolge van de concentratie door het wegvallen van de concurrentiedruk tussen beide partijen, indien de lokale marktpositie van lokale concurrenten beperkt is, en die van beide Partijen groot (ingeschat door de winkel vloeroppervlakte, wat in het geval van Colruyt winkels mogelijks nog een onderschatting is zoals hierboven werd toegelicht). Vanwege de positionering acht het onderzoeksteam dit risico hoger indien het verzorgingsgebied van de Smatch/Match/Louis Delhaize winkel van verkoper voornamelijk overlapt met het verzorgingsgebied van een SPAR en/of OKay winkelconcept van de Colruyt Group.

255. Het onderzoeksteam houdt ook rekening met welk type van winkelconcepten van concurrenten er aanwezig is in het verzorgingsgebied. Indien er met name een prijsuitdager (voornamelijk de soft discounters die een sterk vergelijkbaar productaanbod hebben, zoals Albert Heijn en Jumbo in Vlaanderen en Intermarché in Wallonië) aanwezig is in het verzorgingsgebied, die druk zet op Colruyt (en OKay [**Vertrouwelijk**]¹⁷⁵) via zijn laagste prijsgarantie,¹⁷⁶ dan schat het onderzoeksteam het risico op unilaterale effecten bijvoorbeeld lager in. Belangrijk betreffende de hard discounters in onderhavig dossier is te benadrukken dat de concurrentiële druk die deze winkelconcepten uitoefenen op de kleinere winkelconcepten van Partijen, met name SPAR, OKay (afhankelijk van de lokale situatie), Smatch en Louis Delhaize, mogelijks beduidend lager is dan die van de traditionele supermarkten en soft discounters omwille van de merkbare verschillen in positionering wat betreft het productaanbod.

256. Het is ook niet omdat de winkelconcepten van de Colruyt Group (incl. SPAR en Okay) vandaag misschien een ander of zelfs gunstiger prijs- of assortimentsbeleid voor de consument bieden dan dat van de Doelondernemingen, dat de voorgenomen concentratie de mededinging niet kan beperken en unilaterale

¹⁷⁴ Voor de volledigheid dient opgemerkt te worden dat de Aanmeldende Partij de zienswijze van het Auditoraat niet kan bijtreden voor wat betreft de negatieve unilaterale effecten van de concentratie voor de weerhouden locaties, in het bijzonder Galmaarden en Munkzwalm (zie §23 van de Schriftelijke Opmerkingen).

¹⁷⁵ Het College noteert dat de Aanmeldende Partij aanstipt dat de prijszetting van OKay [**Vertrouwelijk**]. Dit heeft volgens Aanmeldende Partij echter geen invloed op de materiële beoordeling van de concentratie.

¹⁷⁶ Zie randnummer 220-221..

effecten veroorzaken¹⁷⁷. De voorgenomen concentratie zal een structureel effect hebben op het lokale aanbod van retail distributie in dagelijkse consumptiegoederen in de verschillende betrokken verzorgingsgebieden en zal de toekomstige mogelijkheden en prikkels van Colruyt wijzigen, ongeacht de huidige algemene prijspositionering en marketingstrategie van haar specifieke winkelconcepten. De bewering dat een Match of Smatch winkel vandaag geen concurrentiedruk oefent op Colruyt winkels is niet correct. Meer nog, het is onjuist te veronderstellen dat de overname van Match en Smatch winkels door Colruyt geen invloed kan hebben op de lokale concurrentie en op de commerciële opties en prikkels van de Colruyt Group op lokaal niveau, terwijl het duidelijk is dat lokale omstandigheden de prijs en andere voorwaarden die aan de consument worden aangeboden beïnvloeden. Precies om deze mogelijke substantiële wijziging in de mogelijkheid en prikkel vast te stellen, wordt hieronder voor elk individueel verzorgingsgebied een uitgebreide analyse uitgevoerd, waarbij deze analyse voor drie gebieden (Galmaarden, Nieuwpoort en Zwalm) ernstige twijfels betreffende de toelaatbaarheid van de Transactie worden vastgesteld.

257. Ten tweede houdt het onderzoeksteam er rekening mee dat het risico op lokale unilaterale effecten groter is indien de lokale marges van onderzochte winkels hoger zijn. Als een indicatie hiervoor wordt er voor de risicolocaties steeds nagegaan in welke mate de nabijgelegen winkels van de Colruyt Group recent boven- of ondergemiddeld presteerden in termen van jaarlijkse omzet per m² in vergelijking met de andere winkels van het betreffende winkelconcept in het gewest.

258. Een bovengemiddelde omzet per m² kan namelijk impliceren dat het marktaandeel in vloeroppervlakte het werkelijke marktaandeel van deze verkooppunten onderschat, dan wel dat het een erg winstgevende regio betreft waar hogere marges worden behaald door verschillende verkooppunten, of een combinatie van beide. Ongeacht de exacte verklaring van deze bovengemiddelde omzet, verhoogt het de risico's dat de transactie unilaterale effecten teweeg zal brengen.

259. De Auditeur merkt op dat het in kaart brengen van de lokale concurrentiedynamiek via definiëring van een verzorgingsgebied gebaseerd op omzetgegevens van klantenkaarten en het gebruiken van informatie uit het recente verleden van bestaande gelijkaardige winkelconcepten binnen de Colruyt Group (bijvoorbeeld jaarlijkse omzet), zoals hieronder voor de risicolocaties in detail wordt toegelicht, consistent is met de aanpak van een interne analyse die de Colruyt Group zelf uitvoerde voor de meeste doellocaties. om een inschatting te maken van de te behalen omzet en winst van de geplande nieuwe winkelconcepten.¹⁷⁸ Zo schat de Colruyt Group steeds in wat de jaarlijkse omzet van het nieuwe winkelconcept zal zijn en ook in welke mate de overname van deze winkel bestaande omzet van bestaande omliggende Colruyt Group winkels zal "verschuiven" naar de nieuwe winkel. Waar relevant verwijst het onderzoeksteam voor de risicolocaties hieronder naar deze analyses om een inschatting te maken van de mogelijke gevolgen van de concentratie in de toekomst.

¹⁷⁷ I.B.26.1. 024.03.07 Antwoord Louis Delhaize op Verzoek om Inlichtingen 06.03.2024; I.B.26.2 2024.03.07 APA Smatch-Match en Delhaize; I.B.26.3. 2024.03.07 [Vertrouwelijk]; I.B.26.4. 2024.03.07 [Vertrouwelijk].

¹⁷⁸ Zie I.B.1.33 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.1 - CLP_Couvin Match Presentatie coördinatievergadering GATE 0 + 1 24082023 t.e.m. I.B.1.88 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.56 - JIMS_Mechelen Keerdok Presentatie coördinatievergadering; I.B.19.1 2024.02.29 Mail met PV's vergadering 15.02.2024 en toelichting begrippen totale en schadelijke verschuiving; I.B.19.3 2024.02.29 PV vergadering BMA-Colruyt 15.02.2024 - niet-vertrouwelijk.

ii) Discussie betreffende de “counterfactual”

260. Partijen stellen dat de counterfactual voor de overname door de Colruyt Group de sluiting van de winkels is. Het is inderdaad zo dat partijen reeds heel wat winkels – buiten deze deal – gesloten hebben. Dit betekent echter niet dat voor bepaalde winkels wel degelijk interesse bestaat of nog kan bestaan vanuit de markt en dat een andere speler dan de Colruyt Group interesse heeft of kan hebben voor sommige locaties. Zo bleek uit het marktonderzoek dat voor bijvoorbeeld de winkel in Nieuwpoort er wel degelijk een recent bod werd gedaan door, en overeenkomst gesloten met, [Vertrouwelijk].¹⁷⁹ Verkopers hebben overigens deze interesse van [Vertrouwelijk] bevestigd in hun antwoord van 7 maart 2024.¹⁸⁰ Met andere woorden, de door Partijen voorgestelde counterfactual, het is deze overname door de Colruyt Group of het verdwijnen van de winkel, klopt niet. Bovendien is er ook geen reden om aan te nemen dat er in de toekomst geen koper voor de risicolocaties kan worden gevonden, zeker omdat uit het marktonderzoek ook bleek dat warenhuisketens actief op zoek zijn naar nieuwe locaties om uit te breiden¹⁸¹.

261. Meer fundamenteel is er geen reden om de analyse van de voorgenomen concentratie te baseren op de veronderstelling dat de Doelondernemingen of sommige locaties noodzakelijkerwijs zouden ophouden te bestaan. De Aanmeldende Partij heeft geen beroep gedaan op de “failing firm defence” met betrekking tot de Transactie in het algemeen of specifieke locaties, hoogstwaarschijnlijk omdat niet was voldaan aan de voorwaarden, met name met betrekking tot de onvermijdelijkheid dat de activa van de onderneming in moeilijkheden van de markt zouden verdwijnen¹⁸². En de bewijslast ligt bij de Aanmeldende Partij om aan te tonen dat aan de voorwaarden voor een “failing firm defence” is voldaan, al naargelang het geval. Het is dan ook volledig in overeenstemming met de standaardbeoordeling van concentratiecontrole om, overeenkomstig het algemene beginsel van de richtsnoeren horizontale fusies, ervan uit te gaan dat *“in de meeste gevallen is de bestaande mededingingssituatie het meest relevante vergelijkingspunt om de effecten van een fusie te beoordelen”*¹⁸³.

262. [Vertrouwelijk]¹⁸⁴ [Vertrouwelijk].¹⁸⁵ [Vertrouwelijk].

263. De Auditeur gaat er overigens vanuit dat deze mededingingsoefening ook gemaakt is voor een aantal winkels die niet in voorliggende Colruyt-deal zitten. Zo waren er nog 27 supermarkten, die niet in deze Transactie zaten. Er mag van worden uitgegaan dat Colruyt een inschatting zal hebben gemaakt welke winkels potentieel het meest winstgevend zouden zijn, zoals ook blijkt uit de interne documentatie van bijlagen 5.6A1-61, en mogelijks had willen betrekken in de overname, maar wat niet gebeurde omwille van het risico om geen toelating te krijgen hiervoor bij de BMA.¹⁸⁶

¹⁷⁹ II.B.IV.33.2. 2024.03.07 Antwoord op bijkomende vragen BMA m.b.t. regio Nieuwpoort en Oordegem NVV.

¹⁸⁰ I.B.26.1. 024.03.07 Antwoord Louis Delhaize op Verzoek om Inlichtingen 06.03.2024.

¹⁸¹ Antwoorden concurrenten (reeks II.B) op vraag 3.5 m.b.t. hun geplande winkelopeningen.

¹⁸² Richtsnoeren voor de beoordeling van horizontale fusies, punt 90.

¹⁸³ Richtsnoeren voor de beoordeling van horizontale fusies, punt 9.

¹⁸⁴ I.B.1.91. 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.59 - Presentatie Raad van Bestuur Colruyt Group - 5.09.2023.

¹⁸⁵ Het College noteert dat de Aanmeldende Partij vreest dat de Ontwerpbeslissing onterecht garen poogt te spinnen uit deze vermeldingen in de interne presentatie voor de Raad van Bestuur en neemt akte van de toelichtingen bij deze vermeldingen door de Aanmeldende Partij in §25 van haar Schriftelijke Opmerkingen.

¹⁸⁶ De Aanmeldende Partij betwist dat het mogelijk risico om geen toelating te krijgen van de BMA hier enige rol heeft gespeeld (zie §26 van de Schriftelijk Opmerkingen).

264. Voor 7 winkels van deze winkels heeft er uiteindelijk een verkoop plaatsgevonden aan supermarktketens buiten de Colruyt Group, wat aantoonde dat er nog andere voedingsretailers interesse hebben. Voor 20 andere winkels is echter geen oplossing gevonden.¹⁸⁷

265. [Vertrouwelijk]¹⁸⁸. [Vertrouwelijk].¹⁸⁹ [Vertrouwelijk].

IX.4.1.b Beoordeling door het Mededingingscollege

266. Zoals eerder aangegeven, gaat het College akkoord met het uitgangspunt van de Auditeur dat de mogelijke mededingingsbeperkende gevolgen van de concentratie voornamelijk bestaan uit niet-gecoördineerde of unilaterale effecten, namelijk een grotere marktmacht van Partijen in welbepaalde verzorgingsgebieden.¹⁹⁰ Deze grotere marktmacht met lokaal zeer hoge marktaandelen en/of een verhoogde marktconcentratie kan leiden tot verhoogde prijszetting, verminderde kwaliteit, productaanbod en/of dienstverlening, zoals aangehaald door de Auditeur.

267. Het College deelt de mening van de Auditeur dat de concurrentiële dynamiek binnen verzorgingsgebieden erg kan verschillen omdat die dynamiek sterk afhankelijk is van de al dan niet aanwezige winkelconcepten (bv. binnenlandse traditionele ketens, hard discounters met veel huismerken, buitenlandse traditionele ketens die vergelijkbaar zijn met de binnenlandse ketens qua aanbod van producten maar ook nog eens prijsdruk zetten (zogenaamde soft discounters), etc.).

268. Nog belangrijker is de vaststelling van de Auditeur inzake het structureel effect van de concentratie op de markt. In antwoord op het argument van Aanmeldende Partij dat de Colruyt winkels een aantrekkelijker aanbod zullen hebben dan de huidige Louis Delhaize winkels (incl. Smatch en Match) geeft de Auditeur terecht aan dat de huidige prijspositionering van Louis Delhaize in deze niet doorslaggevend is. [Vertrouwelijk].¹⁹¹ Het College verwijst, bij wijze van illustratie, naar de informatie van de Aanmeldende partij waaruit blijkt dat het prijsbeleid van de Louis Delhaize winkels [Vertrouwelijk].¹⁹² Het is pas door de [Vertrouwelijk].¹⁹³ Het prijsbeleid dat Smatch en Match vandaag voeren (situatie “as is” zoals vergeleken met de situatie “post-transactie” door de Aanmeldende Partij in haar Schriftelijke Opmerkingen §§31-46 en ook ter zitting uiteengezet) is voor het College dus niet doorslaggevend om de bezorgdheden van de Auditeur terzijde te schuiven.

269. Daarenboven riskeert de significante verhoging van het marktaandeel van de Colruyt groep en de daaraan verbonden verhoogde marktmacht in sommige verzorgingsgebieden de concurrentiedruk significant te doen afnemen in die lokale markten en het College volgt dan ook de redenering van de

¹⁸⁷ Zie: <https://www.gondola.be/nl/news/19-winkels-van-match-en-smatch-gaan-dicht> ;
<https://www.retaildetail.nl/news/food/acht-van-de-27-match-en-smatch-winkels-vinden-nog-overnemer/> ;
<https://www.sudinfo.be/id783100/article/2024-01-27/le-sort-est-scelle-pour-le-magasin-match-de-beaumont-la-fermeture-est-imminente>

¹⁸⁸ I.B.1.19, 2024.02.02 Bijlage 5.1 - Asset Purchase Agreement - 21.09.2023, clause 10.2 en 10.3.

¹⁸⁹ I.B.1.19, 2024.02.02 Bijlage 5.1 - Asset Purchase Agreement - 21.09.2023, Clause 10.3.

¹⁹⁰ Zie Richtsnoeren van de Europese Commissie van 5 februari 2004 voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, 2004/C 31/03, § 24 e.v..

¹⁹¹ Aanmeldingsformulier §§216-220.

¹⁹² Aanmeldingsformulier, §216.

¹⁹³ *Id.*

Auditeur dat een uitgebreide analyse van individuele verzorgingsgebieden noodzakelijk is om het risico op negatieve unilaterale effecten ten gevolge van de concentratie te kunnen bepalen. Hierbij is het standpunt van de Aanmeldende Partij over de meer concurrentiële positie van de Colruyt winkels (qua prijzen en assortiment) t.o.v. de huidige Louis Delhaize winkels¹⁹⁴ op zich niet doorslaggevend om de bezorgdheden rond deze gewijzigde marktstructuur teniet te doen.

270. In dit kader vond ook de discussie omtrent de counterfactual plaats. Volgens de Aanmeldende Partij zouden de Louis Delhaize winkels hun activiteiten gewoon stopzetten (en zouden de winkels dus verdwijnen), indien de transactie niet zou doorgaan¹⁹⁵. De Auditeur ging daarentegen uit van een scenario waarbij concurrenten van Colruyt de winkels in kwestie zouden opkopen en op die manier de competitieve prikkel van Colruyt in het desbetreffende verzorgingsgebied zouden blijven aanwakkeren. De Auditeur verwijst in dit verband o.a. naar de door [Vertrouwelijk] betoonde interesse (met aankoop-bod) in de Louis Delhaize winkel te Nieuwpoort,¹⁹⁶ naar het feit dat [Vertrouwelijk]¹⁹⁷, naar de reacties van concurrenten van Colruyt uit het marktonderzoek en, meer algemeen, naar de markttoegangsbarrières die de overname van bestaande winkels aantrekkelijk maken (hetgeen door de Aanmeldende Partij wordt erkend).¹⁹⁸

271. Terwijl de Aanmeldende Partij in haar Schriftelijke Opmerkingen van 22 maart 2024 beaamt dat er voor de huidige Louis Delhaize locatie te Nieuwpoort wel degelijk interesse bestond vanwege een andere supermarktketen (meer bepaald [Vertrouwelijk])¹⁹⁹, betwist de Aanmeldende Partij (hierbij ondersteund door de verklaring van de verkoper Louis Delhaize ter zitting) de counterfactual van de Auditeur voor wat betreft de Louis Delhaize locaties te Galmaarden en Munkzwalm. De Aanmeldende Partij stelt dat er “*geen sprake is*” van een hypothese waarbij deze winkels (te Galmaarden en Munkzwalm) zouden worden overgenomen door een effectieve concurrent van Partijen.²⁰⁰

272. Nadat de vraag gesteld werd om dit te onderzoeken²⁰¹ heeft de Aanmeldende Partij op 26 maart 2024 het College echter verzocht om akte te nemen van de wijziging van de concentratie (bij toepassing van Art. IV.65 § 6 WER) waarbij de Louis Delhaize winkels in Nieuwpoort, Galmaarden en Munkzwalm - de drie locaties waartegen de Auditeur bezwaar had aangetekend – uit de concentratie worden gelicht. In het licht van deze wijziging dient het College geen uitspraak te doen over de vraag welk counterfactual-scenario zich zou ontfouwen hebben indien de concentratie, zoals aangemeld, niet was doorgedaan.

¹⁹⁴ Schriftelijke Opmerkingen, §§28-46.

¹⁹⁵ Aanmeldingsformulier, § 296 alsook sectie 4.3 (§47-56) van de Schriftelijke Opmerkingen.

¹⁹⁶ Zie randnummer 260.

¹⁹⁷ Zie randnummer 265.

¹⁹⁸ Zie randnummer 260.

¹⁹⁹ Schriftelijke Opmerkingen, §4. Als gevolg van haar recente kennisname van feiten met betrekking tot de huidige Louis Delhaize locatie te Nieuwpoort heeft de Aanmeldende Partij in haar Schriftelijke Opmerkingen van 22 maart 2024 aangeboden om Nieuwpoort uit de perimeter van de transactie te lichten. De Aanmeldende Partij verzocht hierbij het College om deze “*verbintenis*” te aanvaarden. Gezien de gewijzigde perimeter van de transactie (zie randnummer 19) hoeft het College zich hier echter niet meer over uit te spreken.

²⁰⁰ Schriftelijke Opmerkingen, §48.

²⁰¹ Zie randnummer 19.

IX.4.2 Elementen die in rekening werden genomen voor het bepalen van de risicolocaties²⁰²

IX.4.2.a Analyse van de Auditeur

273. Voor de betrokken lokale markten, zoals hierboven opgelijst in sectie VIII, werd er systematisch nagegaan of er mogelijks een risico bestaat op negatieve unilaterale effecten ten gevolge van de concentratie. Alle details betreffende de berekeningen en resultaten van de marktaandelen volgens de verschillende methodes kunnen worden teruggevonden in Annex A.
274. Voor de betrokken lokale markten waarvoor er volgens de traditionele in-uit methode een gezamenlijk marktaandeel werd geschat van minder dan 40%, zowel voor het 80% als het 90% verzorgingsgebied, werd er nagegaan of er een voldoende brede waaier van concurrenten aanwezig is om na de concentratie voldoende concurrentiedruk te garanderen in, en in de nabije omgeving van, het betreffende verzorgingsgebied. Dit bleek voor deze locaties steeds het geval.
275. Voor de betrokken lokale markten waarvoor er volgens de traditionele in-uit methode een gezamenlijk marktaandeel werd geschat van meer dan 40% voor het 80% verzorgingsgebied en een marktaandeel van minder dan 40% voor het 90% verzorgingsgebied werd dezelfde oefening gedaan. Er werd daarbij via de sensitiviteitstest van de cumulatieve distributiefunctie van gerapporteerde omzet op de klantenkaarten naar reistijd nagegaan of het 80% verzorgingsgebied geen onrealistisch kleine inschatting maakt van het reële klantenwervingsgebied van de winkel in kwestie. Daarenboven werd er nagegaan of er ook kleinere winkels van partijen (en concurrenten) vanaf 200m² in plaats van 400m² zich in het verzorgingsgebied bevinden en wat het effect is op de berekende marktaandelen.
276. Op basis van deze oefeningen werden geen risicolocaties geïdentificeerd voor dit type van locaties, maar als gevolg van de oefening rondom de verschuiving van de 400m² grens noopt de situatie in en rond Gavere tot bijkomende analyse. In en rond Gavere zijn namelijk twee kleinere SPAR winkels (van rond de [0-500]m²), naast de Smatch (die de Colruyt Group wenst om te vormen naar opnieuw een SPAR na de overname) en twee OKay winkels (Gavere en Kruisem/Zingem), waardoor er een hoge concentratie is van (relatief kleine) winkelconcepten van de Colruyt Group in dit gebied. De situatie werd verder onderzocht waaruit blijkt dat er in de beperkt ruimere omgeving voldoende concurrentiedruk overblijft die het risico op unilaterale effecten voldoende inperken, met name richting Oudenaarde (zuidelijk), Deinze (westelijk) en Gent (noordelijk). Het is echter belangrijk te benadrukken dat richting Zwalm (oostelijk en een van de risicolocaties) relatief weinig concurrentiedruk wordt vastgesteld.
277. Ten slotte werd vastgesteld dat een aantal lokale markten zeer geconcentreerd zijn na de concentratie, waarin Partijen gezamenlijk een zeer hoog marktaandeel hebben.

²⁰² Voor wat het onderscheid betreft tussen de niet-problematische sites en de sites die verder onderzoek behoeften, is op 23 januari 2024 een eerste mededeling gedaan naar Partijen toe, zodat zij de locaties die verder onderzoek behoeften, verder konden uitwerken. Het betrof de sites van verkoper in Galmaarden, Nieuwpoort, Zwalm, Lede en Gavere. Het onderscheid tussen beide groepen sites, vormde tevens de basis van het gedeeltelijke opheffingsverzoek van Aanmeldende Partij van 23 februari 2024 dat heeft geresulteerd in een gedeeltelijke opheffingsbeslissing van de Voorzitter op 29 februari 2024.

278. Het marktonderzoek wijst uit dat er aan de zijde van de verkoper vijf verzorgingsgebieden zijn waarvoor het gezamenlijk vloeroppervlaktemarktaandeel van Partijen volgens de traditionele in-uit methode, zowel voor respectievelijk het 80% als het 90% verzorgingsgebied, meer dan 40% bedraagt: Smatch Galmaarden [50-60]% en [60-70]%, Smatch Lede [90-100]% en [50-60]%, Louis Delhaize Nieuwpoort [50-60]% en [40-50]%, Smatch Zwalm [40-50]% en [40-50]% en Match Andenne [40-50]% en [40-50]%

279. Er werd voor deze locaties een bijkomende analyse uitgevoerd waarbij i) in de marktaandeelberekening ook een gewicht werd gegeven aan de vloeroppervlakte van nabije winkels buiten het afgebakende verzorgingsgebied (a.d.h.v. de cirkelmethode beschreven in bijlage A), ii) werd geanalyseerd hoeveel en welk type van concurrenten er in de buurt liggen, en iii) de hoogte van het gezamenlijk marktaandeel van Partijen in de omliggende verzorgingsgebieden van Colruyt Group enseignes in rekening werd genomen. Op basis van deze bijkomende analyse, concludeert de Auditeur dat, ondanks de hoge gezamenlijke marktaandelen op basis van de in-uit methode, het risico op mededingingsbeperkende gevolgen voor Lede en Andenne beperkt is. Voor Galmaarden, Nieuwpoort en Zwalm nemen ook deze bijkomende analyses de vrees voor mededingingsbeperkende gevolgen van de transactie niet weg, en oordeelt de Auditeur dat de schadetheorie die hierboven werd toegelicht, van toepassing is op elk van deze gebieden, omwille van de redenen die hieronder meer in detail worden toegelicht.

280. Aan de zijde van de Aanmeldende Partij beschouwt het onderzoeksteam de hoge marktaandelen voor de vestigingen die dichtbij de geïdentificeerde probleemlocaties van de Verkopers liggen ook als problematisch. Voor respectievelijk het 80% en het 90% verzorgingsgebied zijn volgens de traditionele in-uit methode de gezamenlijke marktaandelen voor deze locaties de volgende: OKay Vollezele (Galmaarden) [60-70]% en [40-50]%, Colruyt Nieuwpoort (Nieuwpoort) [50-60]% en [40-50]%, OKay Middelkerke (Nieuwpoort) [40-50]% en [40-50]%, SPAR Zottegem (Zwalm) [20-30]% en [40-50]% en OKay Gavere (Zwalm) [30-40]% en [30-40]%

281. Voor de opgelijste risicolocaties die hieronder verder worden geanalyseerd heeft het onderzoeksteam geanalyseerd aan de hand van de voornoemde cumulatieve distributiefuncties van gerapporteerde omzet op de klantenkaarten naar reistijd welke grootte van de verzorgingsgebieden een realistisch beeld geeft van het reële klantenwervingsgebied van de winkel in kwestie – zie Annex B voor de rapportering van deze functies. Voor het overgrote deel van deze winkels lijkt het 85% verzorgingsgebied het meest realistisch. Hieronder worden daarom de gedetailleerde marktaandeeltabellen steeds gerapporteerd voor het 85% verzorgingsgebied van de betreffende winkels. De beoordeling en conclusies blijven echter ongewijzigd indien er alternatief wordt uitgegaan van 80% of 90% verzorgingsgebieden.

IX.4.2.b Beoordeling door het Mededingingscollege

282. Het College aanvaardt de aanpak van de Auditeur waarbij (i) lokale markten waar (volgens de in-uit methode) het gezamenlijk marktaandeel minder dan 40% uitmaakt en (ii) lokale markten waar het gezamenlijk marktaandeel meer dan 40% voor het 80% verzorgingsgebied maar minder dan 40% voor het 90% verzorgingsgebied uitmaakt (mits bijkomende analyses bv. rekening houdend met de aanwezigheid van kleinere winkels), niet als risicozone worden aangemerkt.

283. Wat de verzorgingsgebieden betreft waar, volgens de in-uit methode, een gezamenlijk marktaandeel van meer dan 40% bestaat zowel voor wat betreft de 80% als de 90% verzorgingsgebieden, gaat het College

met de analyse van de Auditeur akkoord, te weten dat voor deze locaties een bijkomende analyse gevoerd wordt op basis van drie elementen: (i) de herberekening van het marktaandeel, al dan niet volgens de cirkelmethode waarover eerder sprake was²⁰³ (ii) een analyse van de concurrenten die in de buurt zitten (in een overlappend of aangrenzend verzorgingsgebied) en (iii) de hoogte van het gezamenlijk marktaandeel van de Partijen en de winkels van de Colruyt Groep in de omliggende verzorgingsgebieden.

284. In het licht van deze analyse volgt het College de Auditeur in zijn conclusie dat de transactie geen risico op een beperking van de mededinging inhoudt in 51 van de 57 locaties (cf. randnummers 274 en 275). Rekening houdend met het bijkomend onderzoek van de Auditeur, deelt het College ook zijn mening dat dit risico evenmin bestaat voor de locatie Gavere (cf. randnummers 276) en de locaties Andenne en Lede (cf. randnummers 278 en 279).

285. Volgens de Auditeur bestaat de vrees voor een beperking van de mededinging wel voor de drie resterende verzorgingsgebieden (Galmaarden, Nieuwpoort en Zwalm)

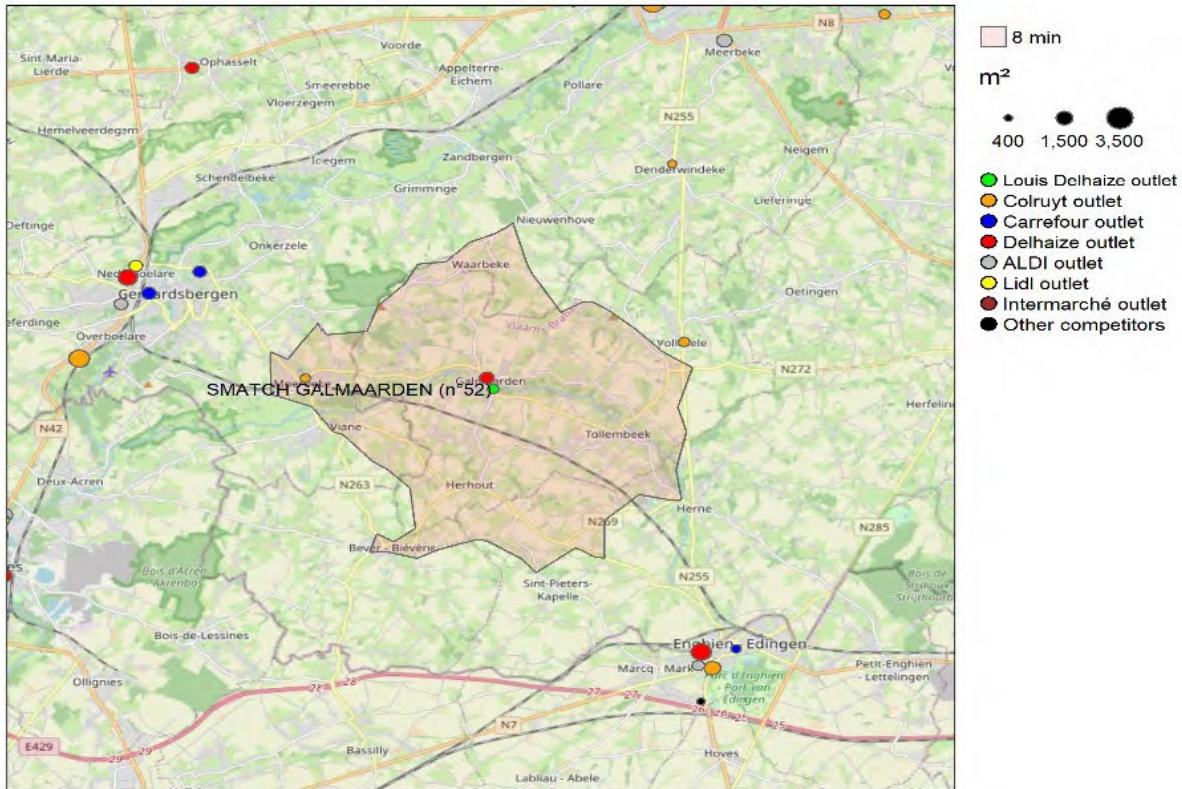
286. Voor wat betreft deze drie locaties, neemt het College akte van de keuze van de Aanmeldende Partij om bij schrijven van 26 maart 2024 beroep te doen op art. IV. 65 §6 WER waarbij de aangemelde concentratie gewijzigd wordt, meer bepaald door de Louis Delhaize locaties te Nieuwpoort (Kaai 47, 8620 Nieuwpoort), Galmaarden (Nieuwstraat 18, 1570 Galmaarden) en Munkzwalm (Noordlaan 5, 9630 Zwalm) uit de concentratie te lichten (zoals ook bevestigd in de overeenkomst van 27 maart 2024 tussen Aanmeldende Partij en LD). Het College neemt derhalve geen standpunt in over de conclusies van de Auditeur inzake mededingingsbeperkende gevolgen van de oorspronkelijk aangemelde transactie op de lokale markten in deze drie gebieden.

²⁰³ Zie randnummer 151.

IX.4.3 Galmaarden

IX.4.3.a Standpunt Aanmeldende Partij aangaande Galmaarden

287. In de “steekkaarten” wordt door de Aanmeldende Partij de situatie voor Galmaarden als volgt weergegeven, waarbij de licht oranje zone het 80% verzorgingsgebied weergeeft:



288. De Aanmeldende Partij gaat dieper in op de lokale situatie nadat deze winkel op de short-list van de Auditeur is beland op 23 januari 2024. In een presentatie, overgenomen in de aanmelding,²⁰⁴ benadrukken Partijen dat Smatch Galmaarden (toekomstige OKay) de concurrentie moet dulden van een AD Delhaize, een naaste concurrent. Partijen wijzen er daarbij nog op dat SPAR Moerbeke en OKay Vollezele zich respectievelijk op 6 en 9 minuten reistijd van Smatch Galmaarden bevinden. De prijzen van een OKay worden volgens Partijen op lokaal niveau bepaald op basis van dezelfde producten of vergelijkbare producten.

289. De Aanmeldende Partij gebruikt die reistijd om te stellen dat klanten die verplaatsing met de auto ook zullen maken voor winkels in Geraardsbergen (ten westen) en Edingen (ten zuiden). Voor wat de OKay van Vollezele betreft, argumenteren Partijen dat het vervangen van Smatch Galmaarden door een OKay Galmaarden enkel bevestigt dat OKay Vollezele geen concurrentie ondervindt vanuit Smatch Galmaarden.

290. Voorts wordt door Aanmeldende Partij verwezen naar het feit dat de toekomstige OKay performanter zal zijn dan de huidige Smatch Galmaarden. Hiervoor wordt verwezen naar de prijszetting en de

²⁰⁴ Zie Aanmeldingsformulier, p. 80, § 182 e.v.

prijsverhogingen van Verkopers het vorige kalenderjaar. Met andere woorden, de prijszetting in de nieuwe OKay Galmaarden zal lager zijn dan in de huidige Smatch Galmaarden.

291. Bovendien, argumenteert de Aanmeldende Partij, leidt de omvorming van Smatch Galmaarden tot een OKay, niet tot het wegnemen van een naaste concurrent die impact had op de Colruyt enseignes in de buurt. Voor SPAR Moerbeke worden de prijzen nationaal bepaald, waarbij de zelfstandige franchisenemers deze prijzen meestal beschouwen als aanbevolen maximum wederverkoopprijzen. Wat OKay Vollezele betreft, wordt er bij de prijszetting rekening gehouden met de nationaal actieve concurrenten (Aldi, Lidl, Delhaize en Carrefour Market) aangezien er in de buurt van OKay Vollezele geen concurrenten aanwezig zijn. Prijsberekening gebeurt dan volgens een beperkte mark-up bij genoemde concurrenten. Besluitend gaat er volgens de Aanmeldende Partij dan ook geen prijsdruk verloren op enig Colruyt enseigne in het verzorgingsgebied²⁰⁵.

IX.4.3.b Marktonderzoek aangaande Galmaarden

i) Lokale marktconcentratie rond Smatch Galmaarden

292. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode en de cirkelmethode voor de doellocatie Smatch Galmaarden.

Verzorgingsgebied	80%	85%	90%
Rijafstand in minuten	8	9	11
In-out Marktaandeel	[50-60]%	[50-60]%	[60-70]%
In-out Delta HHI	[1300-1400]	[1300-1400]	[1800-1900]
CIRKEL Marktaandeel	[40-50]%	[40-50]%	[30-40]%
CIRKEL Delta HHI	[1100-1200]	[900-1000]	[500-600]

293. Uit deze tabel blijkt dat voor de in-uitmethode de lokale marktaandelen en marktconcentratie (gemeten door de delta HHI) zeer hoog zijn. Ook wanneer er via de cirkelmethode rekening wordt gehouden met concurrentiedruk buiten het verzorgingsgebied blijven de lokale marktaandelen en de toename van de marktconcentratie ten gevolge van de concentratie zeer hoog.

294. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode op groepsniveau, voor het verzorgingsgebied van 85%, welke het onderzoeksteam op basis van de cumulatieve distributiefunctie heeft vastgesteld als een realistische grootte van het verzorgingsgebied.²⁰⁶

Winkels	WVO (m²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[500-1000]	<5	[20-30]%
(S)match	[500-1000]	<5	[20-30]%
Partijen	[1000-1500]	<5	[50-60]%
Ahold Delhaize	[1000-1500]	<5	[40-50]%

²⁰⁵ I.B.22.2. 2024.03.06 Antwoord Partijen n.a.v brief auditeur artikel IV.63 §2 WER.

²⁰⁶ Zie Bijlage B voor een weergave van de functie. In deze bijlage worden ook steeds dezelfde tabellen weergegeven met de positie Partijen en de concurrenten op basis van de cirkelmethode.

295. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode op individuele winkelbasis. Hierbij is dikgedrukt aangegeven welke winkels van de Partijen zijn.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Marktaandeel
Smatch Galmaarden, Nieuwstraat	0	[500-1000]	[20-30]%
AD Delhaize Galmaarden, Marktplein	1	[1000-1500]	[40-50]%
SPAR Compact Geraardsbergen, Moerbekeplein	6	[500-1000]	[20-30]%

296. Uit bovenstaande tabellen blijkt dat in de nabije omgeving van de huidige Smatch die de Aanmeldende Partij wenst om te vormen in een OKay, er enkel concurrentie overblijft van één AD Delhaize winkel van de Ahold Delhaize groep.

297. Er kan ook opgemerkt worden dat de OKay Vollezele niet in de lijst voorkomt aangezien deze net buiten het 85% verzorgingsgebied valt (hierdoor springt het marktaandeel dan ook naar **[60-70]**% voor het 90% gebied). Echter, vanwege de overlap met het verzorgingsgebied van OKay Vollezele met de Smatch Galmaarden en de duidelijke impact van concentratie voor dit overlapgebied wordt de situatie voor OKay Vollezele hieronder in detail geanalyseerd.

ii) Lokale marktconcentratie rond OKay Vollezele

298. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode en de cirkelmethode voor de locatie OKay Vollezele, noordoostelijk gelegen ten aanzien van de doellocatie Smatch Galmaarden.

Verzorgingsgebied	80%	85%	90%
Rijafstand in minuten	10	12	13
In-out Marktaandeel	[60-70]%	[60-70]%	[40-50]%
In-out Delta HHI	[1800-1900]	[1800-1900]	[500-600]
CIRKEL Marktaandeel	[40-50]%	[30-40]%	[30-40]%
CIRKEL Delta HHI	[400-500]	[300-400]	[300-400]

299. Uit deze tabel blijkt dat voor de in-uitmethode de lokale marktaandelen en marktconcentratie (gemeten door de delta HHI) zeer hoog zijn. Ook wanneer er via de cirkelmethode rekening wordt gehouden met concurrentiedruk buiten het verzorgingsgebied blijven de lokale marktaandelen en de toename van de marktconcentratie hoog.

300. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor het 85% verzorgingsgebied volgens de in-uitmethode op groepsniveau.

Winkels	WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[1000-1500]	<5	[30-40]%
(S)match	[500-1000]	<5	[20-30]%
Partijen	[1500-2000]	<5	[60-70]%
Ahold Delhaize	[1000-1500]	<5	[30-40]%

301. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor het 85% verzorgingsgebied volgens de in-uitmethode op individueel winkelniveau. Hierbij is dikgedrukt aangegeven welke winkels van Partijen zijn.

Winkels	Reistijd (min)	m2	Marktaandeel
OKay Vollezele, Ninoofsesteenweg	0	[500-1000]	[20-30]%
SPAR Ninove, Edingsesteenweg	7	[0-500]	[10-20]%
AD Delhaize Galmaarden, Marktplein	9	[1000-1500]	[30-40]%
Smatch Galmaarden, Nieuwstraat	9	[500-1000]	[20-30]%

302. Uit bovenstaande tabellen blijkt dat in de nabije omgeving van de OKay Vollezele van de Aanmeldende Partij, er enkel concurrentie overblijft van één AD Delhaize winkel van de Ahold Delhaize groep. Dit is dezelfde AD Delhaize die als enige concurrent overblijft in het verzorgingsgebied van Smatch Galmaarden, zoals hierboven besproken. Verder is er in het 85% verzorgingsgebied van OKay Vollezele enkel nog een SPAR, gelegen in noordelijke richting Ninove.

iii) Lokale marktconcentratie rond SPAR Compact Geraardsbergen

303. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode en de cirkelmethode voor de locatie SPAR Compact Geraardsbergen, westelijk gelegen ten aanzien van de doellocatie Smatch Galmaarden.

Verzorgingsgebied	80%	85%	90%
Rijafstand in minuten	7	7	9
In-out Marktaandeel	[30-40]%	[30-40]%	[10-20]%
In-out Delta HHI	[600-700]	[600-700]	[100-200]
CIRKEL Marktaandeel	[30-40]%	[30-40]%	[20-30]%
CIRKEL Delta HHI	[300-400]	[300-400]	[300-400]

304. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode op groepsniveau.

Winkels	WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[500-1000]	<5	[10-20]%
(S)match	[500-1000]	<5	[20-30]%
Partijen	[1000-1500]	<5	[30-40]%
Ahold Delhaize	[1000-1500]	<5	[30-40]%
Carrefour	[500-1000]	<5	[20-30]%

305. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode op individuele winkelbasis. Hierbij is dikgedrukt aangegeven welke winkels van Partijen zijn.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Marktaandeel
SPAR Compact Geraardsbergen, Moerbekeplein	0	[500-1000]	[10-20]%
AD Delhaize Galmaarden, Marktplein	5	[1000-1500]	[30-40]%
Carrefour market Geraardsbergen, Zonnebloemstraat	6	[500-1000]	[20-30]%
Smatch Galmaarden, Nieuwstraat	6	[500-1000]	[20-30]%

306. Uit bovenstaande tabellen blijkt dat in de nabije omgeving van de OKay Vollezele van de Aanmeldende Partij, er enerzijds concurrentie overblijft van één AD Delhaize winkel van de Ahold Delhaize groep. Dit is dezelfde AD Delhaize die als enige concurrent overblijft in het verzorgingsgebied van Smatch Galmaarden, zoals hierboven besproken. Verder ligt er in het 85% verzorgingsgebied ook nog een Carrefour Market, gelokaliseerd in Geraardsbergen. Er dient overigens te opgemerkt dat er in Geraardsbergen, net buiten het 85% gebied van de SPAR Compact, nog verscheidene andere concurrenten liggen. Voor deze redenen beschouwt de Auditeur, ondanks de overlap met het verzorgingsgebied met de Smatch Galmaarden, de SPAR Compact Geraardsbergen op zichzelf niet als risicolocatie.

iv) Omzet per m² t.a.v. Vlaams gemiddelde van omliggende bestaande Colruyt Group enseignes

307. Volgende tabel toont te omzetten per vierkante meter van vestigingen van diverse Colruyt enseignes die zijn behaald in 2022, in vergelijking met de gemiddelde omzet behaald door dat enseigne in Vlaanderen.²⁰⁷ Hieruit blijkt dat de SPAR Compact Geraardsbergen een lagere omzet dan gemiddeld heeft behaald, maar de OKay Galmaarden in Vollezele juist een hogere.

308. De SPAR Compact Geraardsbergen werd in 2020 geopend door twee mensen zonder supermarktervaring, wat wellicht deels de lagere omzet kan verklaren.²⁰⁸ Deze SPAR leidt dan ook niet tot grote bezorgdheden, zoals hierboven reeds aangegeven.

309. De Auditeur heeft vooral bezorgdheden omtrent de hoger dan gemiddelde omzet van de OKay in Vollezele, zeker in het licht van het feit dat de Colruyt Group de Smatch in Galmaarden tot een OKay winkel plant om te bouwen, en de modellen uit de interne analyse van de Colruyt Group rondom deze te verbouwen winkel een significante overlap tussen de twee winkels aangeven.²⁰⁹ De bovengemiddelde omzet van deze winkel kan ook een indicatie geven dat er hetzij sprake is van een winstgevend regio met relatief hoge marges, hetzij een onderschatting van het werkelijke marktaandeel van Colruyt, hetzij een combinatie van beiden. Al deze gegevens samen vergroten de kans op unilaterale effecten door de overname van deze winkel.

²⁰⁷ Zie bijlage B voor de presentatie van die gemiddelden voor de drie gewesten.

²⁰⁸ Zie Jan Lion, 'Moerbeke heeft nieuwe buurtwinkel: schoonbroers baten samen Spar uit', *Het Nieuwsblad*, 3 december 2020, https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20201202_94970711.

²⁰⁹ I.B.1.70 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.38 - OKay_Galmaarden Smatch Presentatie coördinatievergadering GATE 0 + 1 24082023.

Winkel	Reistijd (min)	m2	Omzet/m2 2022	Gemiddelde Omzet/m2 Vlaanderen
SPAR Compact Geraardsbergen	6	[500-1000]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]
OKay Galmaarden	9	[500-1000]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]
SPAR Ninove	14	[0-500]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]
Colruyt Enghien	14	[1000-1500]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]

v) Geprojecteerde omzet per m² en de ingeschatte verschuiving van omzet

310. Verder blijkt overigens uit de simulatie in de interne analyse de Colruyt Group dat de ingeschatte jaarlijkse omzet van de nieuwe OKay winkel in Galmaarden [Vertrouwelijk] bedraagt, wat voor een WVO van [500-1000] m² (na verbouwing) neerkomt op € [Vertrouwelijk] per m², wat bovengemiddeld is in vergelijking met het gemiddelde van OKay winkels in Vlaanderen.²¹⁰

311. De inschatting van de verschuiving van omzet binnen de omliggende enseignes van de Colruyt Group naar de nieuwe OKay winkel in Galmaarden²¹¹ is overigens ook instructief om het risico op negatieve unilaterale effecten verder in te schatten. Er wordt ingeschat dat er € [Vertrouwelijk] zal verschuiven naar de nieuwe winkel. Op een geschatte omzet van € [Vertrouwelijk] is dit [Vertrouwelijk].

312. Het verlies van deze omzet voor de bestaande winkels blijft na de overname binnen de Colruyt Group en dient vanuit het perspectief van de onderneming in het geheel niet als concurrentiedruk beschouwd te worden, het is een reallocatie van bestaande omzet.

313. Echter, onder de hypothese dat de nieuwe winkel in Galmaarden geen OKay zou worden, maar in de plaats zou worden overgenomen door een effectieve concurrent van de Colruyt Group (dit is volgens de Auditeur de relevante "counterfactual", zoals hierboven beargumenteerd), dan zou er dus wel een sterke concurrentiedruk uitgeoefend worden op de bestaande enseignes van de Colruyt Group. De bestaande enseignes zouden ongetwijfeld het verlies in omzet proberen te vermijden, door sterker te concurreren, opdat de verschuiving van de omzet naar de nieuwe concurrent beperkt blijft. Dit is precies de concurrentiedynamiek die zeer wenselijk zou zijn voor de consumenten in deze regio, in tegenstelling tot de situatie waarbij de Colruyt Group ten gevolge van de concentratie nog een OKay enseigne opent in een lokale markt waar de groep reeds zeer sterk vertegenwoordigd is.

IX.4.3.c Conclusie Auditeur aangaande Galmaarden

314. In de nabije omgeving van de huidige Smatch die de Aanmeldende Partij wenst om te vormen in een OKay, blijft er enkel concurrentie over van één AD Delhaize winkel.

²¹⁰ I.B.1.70 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.38 - OKay_Galmaarden Smatch Presentatie coördinatievergadering GATE 0 + 1 24082023, slide 19.

²¹¹ Op het punt van de verschuiving van omzet tussen de Colruyt Group enseignes (post-transactie) noteert het College dat de Aanmeldende Partij aanstipt dat het Auditoraat de gegevens mogelijk niet geheel correct inschat (zie §24 van de Schriftelijke Opmerkingen). Dit heeft volgens Aanmeldende Partij echter geen invloed op de materiële beoordeling van de concentratie.

315. Verder is er in de nabije omgeving momenteel enkel een SPAR Compact winkel, richting Geraardsbergen op 6 minuten reistijd, en een OKay winkel in Vollezele op 9 minuten.

316. De Auditeur is met name bezorgd over de overlap met het verzorgingsgebied van de OKay Vollezele, waarvoor het gezamenlijke lokale marktaandeel na de concentratie ook erg hoog is. Hierdoor ontstaat het risico dat de concentratie door het wegvallen van de bestaande concurrentiedruk tussen deze winkels zal leiden tot de hierboven omschreven negatieve unilaterale effecten.

317. OKay Vollezele heeft in het recente verleden reeds een bovengemiddelde omzet per m² gegenereerd ten aanzien van de gemiddelde OKay winkel van de groep in Vlaanderen. Een bovengemiddelde omzet per m² kan impliceren dat het marktaandeel in vloeroppervlakte het werkelijke marktaandeel van deze verkooppunten onderschat, dan wel dat het een erg winstgevende regio betreft waar hogere marges worden behaald door verschillende verkooppunten, of een combinatie van beide. Ongeacht de exacte verklaring van deze bovengemiddelde omzet, verhoogt het de risico's dat de transactie unilaterale effecten teweeg zal brengen.

318. Daarenboven is de ingeschatte toekomstige jaarlijkse omzet vanwege de Colruyt Group voor de nieuwe Okay winkel in Galmaarden ook bovengemiddeld en wordt er ingeschat dat er een aanzienlijke verschuiving zal zijn van de omzet van bestaande enseignes binnen de groep naar de nieuwe winkel. De Auditeur is van oordeel dat het voor de consumenten in deze regio beter zou zijn dat er in de toekomst effectieve concurrentie speelt tussen een nieuwe concurrent in de plaats van een reallocatie van omzet binnen de reeds zeer sterk vertegenwoordigde Colruyt Group.

319. **[Vertrouwelijk]**.²¹² **[Vertrouwelijk]**.

320. Op basis van bovenstaande elementen concludeert de Auditeur omwille van de mededingingsbeperkende gevolgen op de lokale markten voor de verkoop van consumptiegoederen in en rond Galmaarden dat er voldoende ernstige twijfels bestaan over de toelaatbaarheid van deze concentratie, welke een verder diepgaand onderzoek kunnen verantwoorden.

IX.4.3.d Beoordeling door het Mededingingscollege aangaande Galmaarden

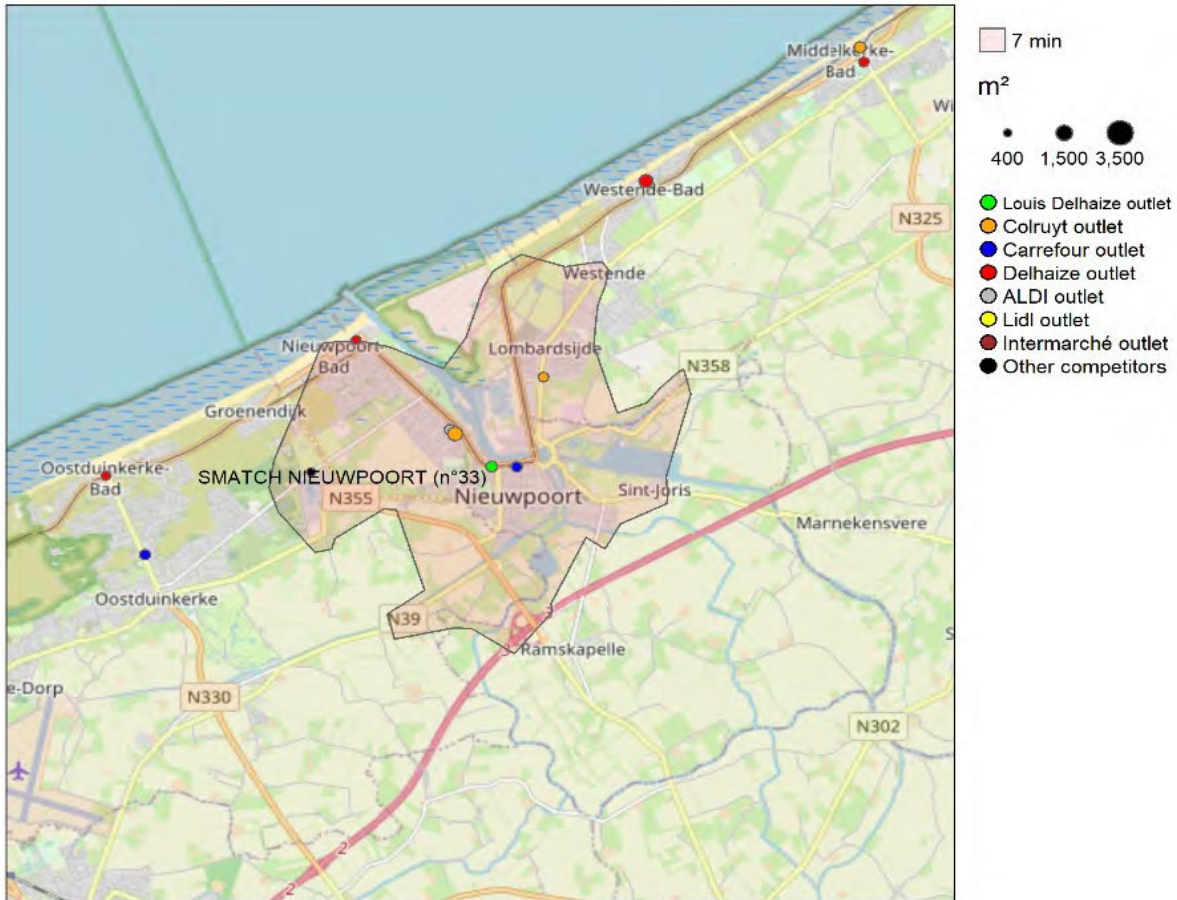
321. Zoals aangegeven in randnummer 286, neemt het College geen standpunt in over de mededingingsbeperkende gevolgen van de oorspronkelijk aangemelde transactie op de lokale markten voor de verkoop van consumptiegoederen in en rond Galmaarden aangezien de Louis Delhaize winkel op deze locatie uit de concentratie gelicht werd conform art. IV 65 §6 WER.

²¹² I.B.11.91. 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.59 – Presentatie Raad van Bestuur Colruyt Group – 5.09.2023.

IX.4.4 Nieuwpoort

IX.4.4.a Standpunt Aanmeldende Partij aangaande Nieuwpoort

322. In de “steekkaarten” wordt door de Aanmeldende Partij de situatie voor Nieuwpoort als volgt weergegeven, waarbij de licht oranje zone het 80% verzorgingsgebied weergeeft:



323. De Aanmeldende Partij gaat dieper in op de lokale situatie nadat deze winkel op de short-list van de Auditeur is beland op 23 januari 2024. In een presentatie, overgenomen in de aanmelding²¹³, benadrukken Partijen dat deze Louis Delhaize winkel (als toekomstige SPAR franchisewinkel) niet zomaar zijn prijzen zal kunnen verhogen gelet op de uitwijkmogelijkheden rondom deze winkel. Zo wordt verwezen naar de nabijge Carrefour Market op 1 minuut en diverse kleinhandelszaken in Nieuwpoort-Stad.

324. De Aanmeldende Partij haalt aan dat de aanwezigheid van een Colruyt Laagste Prijzen in de overlap in het verzorgingsgebied ook niet zal leiden tot hogere prijzen, door de aanwezigheid van een Aldi. Er wordt gesteld dat klanten met de wagen komen en vervolgens ook evengoed naar andere grote supermarkten in de buurt kunnen gaan, waarbij dan de Carrefour Hypermarkt in Koksijde, de Jumbo in Veurne, Lidl

²¹³ Zie Aanmeldingsformulier, p. 84, § 193 e.v.

Middelkerke, Aldi en Lidl Veurne worden genoemd, eerder dan Louis Delhaize in Nieuwpoort. In een overzicht van concurrenten vermeldt Aanmeldende Partij tevens de Sunparks Shop in Oostduinkerke. De concurrentiële druk blijft volgens Aanmeldende Partij overeind.²¹⁴

IX.4.4.b Marktonderzoek aangaande Nieuwpoort

j) Lokale marktconcentratie rond Louis Delhaize Nieuwpoort

325. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode en de cirkelmethode voor de doellocatie Louis Delhaize Nieuwpoort.

Verzorgingsgebied	80%	85%	90%
Rijafstand in minuten	7	8	10
In-out Marktaandeel	[50-60]%	[50-60]%	[40-50]%
In-out Delta HHI	[1400-1500]	[1400-1500]	[900-1000]
CIRKEL Marktaandeel	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
CIRKEL Delta HHI	[1100-1200]	[1000-1100]	[600-700]

326. Uit deze tabel blijkt dat voor de in-uitmethode de lokale marktaandelen en marktconcentratie (gemeten door de delta HHI) zeer hoog zijn. Ook wanneer er via de cirkelmethode rekening wordt gehouden met concurrentiedruk buiten het verzorgingsgebied blijven de lokale marktaandelen en de toename van de marktconcentratie zeer hoog.

327. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor de in-uitmethode op groepsniveau, voor het verzorgingsgebied van 85%, welke het onderzoeksteam op basis van de cumulatieve distributiefunctie heeft vastgesteld als een realistische grootte van het verzorgingsgebied.²¹⁵

²¹⁴ I.B.22.2. 2024.03.06 Antwoord Partijen n.a.v brief auditeur artikel IV.63 §2 WER.

²¹⁵ Zie Bijlage B. In deze bijlage worden ook steeds dezelfde tabellen weergegeven met de positie Partijen en de concurrenten op basis van de cirkelmethode.

Winkels	WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[1500-2000]	<5	[40-50]%
(S)match	[500-1000]	<5	[10-20]%
<i>Partijen</i>	<i>[2000-2500]</i>	<5	<i>[50-60]%</i>
ALDI	[500-1000]	<5	[10-20]%
Carrefour	[500-1000]	<5	[10-20]%
Ahold Delhaize	[0-500]	<5	[0-10]%

328. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor het 85% verzorgingsgebied volgens de in-uitmethode op individueel winkelniveau. Hierbij is dikgedrukt aangegeven welke winkels van Partijen zijn.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Marktaandeel
Louis Delhaize Nieuwpoort, Kaai	0	[500-1000]	[10-20]%
Carrefour market Nieuwpoort, Kaai	1	[500-1000]	[10-20]%
Colruyt Nieuwpoort, Jozef Cardijnlaan	3	[1000-1500]	[20-30]%
ALDI Nieuwpoort, Albert I laan	3	[500-1000]	[10-20]%
OKay Middelkerke, Nieuwpoortlaan	5	[500-1000]	[10-20]%
Proxy Delhaize Nieuwpoort, Albert I laan	6	[0-500]	[0-10]%

329. Uit bovenstaande tabellen blijkt dat in de nabije omgeving van de huidige Louis Delhaize die de Aanmeldende Partij wenst om te vormen in een SPAR, er in de buurt enkel concurrentie overblijft van een Carrefour market van de Carrefour groep, en een ALDI van de ALDI groep, allebei relatief kleine winkels van vergelijkbare grootte als de huidige Louis Delhaize. Verder is in het kustgebied nog een kleine buurtwinkel van de Proxy Delhaize van de Ahold Delhaize groep en een kleine buurtwinkel Carrefour Express van 373 vierkante meter van de Carrefour Groep.²¹⁶ Zoals eerder aangegeven in randnummer 149, is de Sunparks shop niet meegenomen in het overzicht omdat het gaat om een winkel voor vakantiegangers die Sunparks bezoeken en niet een supermarkt voor het algemene publiek.

ii) Lokale marktconcentratie rond OKay Middelkerke

330. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode en de cirkelmethode voor de locatie OKay Middelkerke, noordoostelijk gelegen ten aanzien van de doellocatie Louis Delhaize in "Lombardsijde".

²¹⁶ De Carrefour Express is niet meegenomen in bovenstaand overzicht omdat het een winkelvloeroppervlakte heeft onder de 400m². Zelfs als deze wordt meegenomen zijn de marktaandelen nog steeds het alarmerende percentage van [50-60%].

Verzorgingsgebied	80%	85%	90%
Rijafstand in minuten	9	11	15
In-out Marktaandeel	[40-50]%	[50-60]%	[40-50]%
In-out Delta HHI	[800-900]	[600-700]	[400-500]
CIRKEL Marktaandeel	[40-50]%	[30-40]%	[30-40]%
CIRKEL Delta HHI	[400-500]	[300-400]	[200-300]

331. Uit deze tabel blijkt dat voor de in-uitmethode de lokale marktaandelen en marktconcentratie (gemeten door de delta HHI) zeer hoog zijn. Ook wanneer er via de cirkelmethode rekening wordt gehouden met concurrentiedruk buiten het verzorgingsgebied blijven de lokale marktaandelen en de toename van de marktconcentratie hoog, zeker omdat op basis van de cumulatieve distributiefunctie het realistische verzorgingsgebied eerder 85% of zelfs kleiner is.

332. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor de in-uitmethode op groepsniveau, voor het verzorgingsgebied van 85%.

Winkels	WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[4500-5000]	<5	[40-50]%
Louis Delhaize	[500-1000]	<5	[0-10]%
<i>Partijen</i>	<i>[5000-5500]</i>	<i>[5-10]</i>	<i>[50-60]%</i>
Ahold Delhaize	[1500-2000]	<5	[10-20]%
Lidl	[1000-1500]	<5	[10-20]%
ALDI	[500-1000]	<5	[0-10]%
Carrefour	[500-1000]	<5	[0-10]%

333. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor het 85% verzorgingsgebied volgens de in-uitmethode op individueel winkelniveau.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Marktaandeel
OKay Middelkerke, Nieuwpoortlaan	0	[500-1000]	[0-10]%
AD Delhaize Middelkerke, Distellaan	5	[500-1000]	[0-10]%
Louis Delhaize Nieuwpoort, Kaai	5	[500-1000]	[0-10]%
Carrefour market Nieuwpoort, Kaai	5	[500-1000]	[0-10]%
Colruyt Nieuwpoort, Jozef Cardijnlaan	6	[1000-1500]	[10-20]%
ALDI Nieuwpoort, Albert I laan	7	[500-1000]	[0-10]%
Proxy Delhaize Middelkerke, Kerkstraat	9	[500-1000]	[0-10]%
SPAR Middelkerke, Paul de Smet de Naeyerstraat	9	[500-1000]	[0-10]%
Proxy Delhaize Nieuwpoort, Albert I laan	9	[0-500]	[0-10]%
Lidl Middelkerke, Rietstraat	11	[1000-1500]	[10-20]%
Colruyt Middelkerke, Oostendelaan	11	[2000-2500]	[20-30]%

334. Uit bovenstaande tabellen blijkt dat in de nabije omgeving van de OKay Middelkerke van de Aanmeldende Partij, er weinig concurrerende winkels zijn. Er is voornamelijk concurrentie van een AD Delhaize in Westende Bad ten noorden, en de twee eerder genoemde winkels ALDI en Carrefour Market in Nieuwpoort ten zuiden. Er kan verder vanuit gegaan worden dat de eerdergenoemde kleine buurtwinkels aan de kust van Nieuwpoort weinig concurrentiedruk bieden, en andere winkels in Middelkerke liggen verder weg richting Middelkerke, waar ook reeds een grote Colruyt ligt. Zeker ook vanwege de grote Colruytwinkel in Nieuwpoort en de ligging van de Louis Delhaize in Nieuwpoort is de OKay in Lombardsijde een risicolocatie.

iii) Lokale marktconcentratie rond Colruyt Nieuwpoort

335. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode en de cirkelmethode voor de locatie Colruyt Nieuwpoort, ten noordwesten gelegen van de doellocatie Louis Delhaize Nieuwpoort.

Verzorgingsgebied	80%	85%	90%
Rijafstand in minuten	11	14	18
In-out Marktaandeel	[50-60]%	[40-50]%	[40-50]%
In-out Delta HHI	[1000-1100]	[700-800]	[200-300]
CIRKEL Marktaandeel	[40-50]%	[30-40]%	[30-40]%
CIRKEL Delta HHI	[500-600]	[400-500]	[200-300]

336. Uit deze tabel blijkt dat voor de in-uitmethode de lokale marktaandelen en marktconcentratie (gemeten door de delta HHI) zeer hoog zijn. Ook wanneer er via de cirkelmethode rekening wordt gehouden met concurrentiedruk buiten het verzorgingsgebied blijven de lokale marktaandelen en de toename van de marktconcentratie zeer hoog, zeker omdat op basis van de cumulatieve distributiefunctie het realistische verzorgingsgebied eerder 85% of zelfs kleiner is.²¹⁷

²¹⁷ Zie Bijlage B. In deze bijlage worden ook steeds dezelfde tabellen weergegeven met de positie Partijen en de concurrenten op basis van de cirkelmethode.

337. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor de in-uitmethode op groepsniveau, voor het verzorgingsgebied van 85%.

Winkels	WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[1500-2000]	<5	[30-40]%
Louis Delhaize	[500-1000]	<5	[10-20]%
Partijen	[2000-2500]	<5	[40-50]%
Ahold Delhaize	[1000-1500]	<5	[20-30]%
Carrefour	[1000-1500]	<5	[20-30]%
ALDI	[500-1000]	<5	[10-20]%

338. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode op individuele winkelbasis.

Winkels	WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt Nieuwpoort, Jozef Cardijnlaan	0	[1000-1500]	[20-30]%
ALDI Nieuwpoort, Albert I laan	2	[500-1000]	[10-20]%
Louis Delhaize Nieuwpoort, Kaai	2	[500-1000]	[10-20]%
Carrefour market Nieuwpoort, Kaai	3	[500-1000]	[10-20]%
Proxy Delhaize Nieuwpoort, Albert I laan	5	[0-500]	[0-10]%
OKay Middelkerke, Nieuwpoortlaan	6	[500-1000]	[0-10]%
Carrefour express Koksijde, Leopold II Laan	11	[500-1000]	[10-20]%
AD Delhaize Middelkerke, Distellaan	12	[500-1000]	[10-20]%

339. Uit bovenstaande tabellen blijkt dat in de nabije omgeving van de Colruyt Nieuwpoort van de Aanmeldende Partij, er enkel concurrentie overblijft van de eerdergenoemde ALDI en Carrefour Market, en de paar kleine buurtwinkels aan de kust. De enige verder meer serieuze concurrentie van een supermarkt van vergelijkbare grootte de AD Delhaize Middelkerke is in Westende Bad, toch zo'n 12 minuten rijden met de auto. Gezien de beperkte grootte van de winkels van een beperkte groep concurrenten, en het reeds bestaan van de OKay Middelkerke in Lombardsijde en de ligging van de Louis Delhaize in Nieuwpoort, is ook de Colruyt Nieuwpoort een risicolocatie.

iv) Omzet per m² t.a.v. Vlaams gemiddelde van omliggende bestaande Colruyt Group enseignes

340. Volgende tabel toont te omzetten per vierkante meter van vestigingen van diverse Colruyt enseignes die zijn behaald in 2022, in vergelijking met de gemiddelde omzet behaald door dat enseigne in Vlaanderen. Hieruit blijkt dat de Colruyt Nieuwpoort en de OKay Middelkerke een ruim bovengemiddelde omzet hebben behaald. Ook de andere winkels van Colruyt in de omgeving halen een bovengemiddelde omzet.

Winkel	Reistijd (min)	m2	Omzet/m2 2022	Gemiddelde Omzet/m2 2022 Vlaanderen
Colruyt Nieuwpoort	3	[1000-1500]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]
OKay Middelkerke	5	[500-1000]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]
Colruyt Koksijde	14	[1000-1500]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]
SPAR Middelkerke	14	[500-1000]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]
Colruyt Middelkerke	15	[2000-2500]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]

341. De Auditeur heeft grote bezorgdheden omtrent de reeds veel hoger dan gemiddelde omzet van de Colruyt winkels in Nieuwpoort. Zeker ook gezien het feit de Colruytwinkels in het algemeen al zeer efficiënte winkels zijn in vergelijking met de concurrenten, waardoor het marktaandeel zoals hierboven geschetst waarschijnlijk eerder een onderschatting is. Deze bezorgdheden worden nog vergroot in het licht van het feit dat de modellen uit de interne analyse van de Colruyt Group rondom deze te verbouwen winkel een volledige overlap aangeeft van zowel de primaire en de secundaire zone met de primaire zones van de reeds bestaande winkels. Dat betekent alle potentiële klanten reeds behoren tot de vijftig procent dichtstbijzijnde klanten op basis van omzethoeveelheid van ofwel de Colruyt Nieuwpoort, ofwel de OKAY Middelkerke in Lombardsijde. Uit de berekeningen van de modellen blijkt dan ook vooral een verwachte omzet in de stadskern van Nieuwpoort, en zeer beperkte behaalde omzet aan de zee kust van Nieuwpoort.²¹⁸

342. De bovengemiddelde omzet van deze winkels kan ook een indicatie geven dat er hetzij sprake is van een winstgevende regio met relatief hoge marges, hetzij een onderschatting van het werkelijke marktaandeel van Colruyt, hetzij een combinatie van beiden. Al deze gegevens samen vergroten de kans op unilaterale effecten door de overname van deze winkel.

v) Geprojecteerde omzet per m² en de ingeschatte verschuiving van omzet

343. Verder blijkt overigens uit de simulatie in de interne analyse de Colruyt Group dat de ingeschatte jaarlijkse omzet van de nieuwe SPAR winkel in Nieuwpoort € [Vertrouwelijk] bedraagt, waar voor een WVO van [500-1000] m² (na verbouwing) neerkomt op € [Vertrouwelijk] per vierkante meter, wat bovengemiddeld in vergelijking met het gemiddelde van SPAR winkels in Vlaanderen.²¹⁹

344. Deze geschatte omzet ligt meer dan twee keer zo hoog als de bestaande omzet van Louis Delhaize. Deze omzet zal ergens vandaan moeten komen.²²⁰ Dit kan enerzijds voortkomen uit een extra sterke concurrentiedruk op de bestaande winkels van concurrenten, en anderzijds uit een verschuiving van omzet

²¹⁸ I.B.1.46 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.14 - SPAR_Nieuwpoort Smatch Presentatie coördinatievergadering GATE 0 + 1 24082023.

²¹⁹ I.B.1.70, 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.38 - OKay_Galmaarden Smatch Presentatie coördinatievergadering GATE 0 + 1 24082023.

²²⁰ Zie Aanmeldingsformulier, P.18, §48..

van de twee naburige winkels van de Colruyt Group.²²¹ Het verlies van deze omzet voor de bestaande winkels blijft binnen de Colruyt Group en dient vanuit het perspectief van de onderneming in het geheel niet als concurrentiedruk beschouwd te worden, het is een reallocatie van bestaande omzet.

345. Echter, onder de hypothese dat de nieuwe winkel in Nieuwpoort geen SPAR zou worden, maar in de plaats zou worden overgenomen door een effectieve concurrent van de Colruyt Group (dit is volgens de Auditeur de relevante “counterfactual”, zoals hierboven beargumenteerd), dan zou er dus wel een sterke concurrentiedruk uitgeoefend worden op de bestaande enseignes van de Colruyt Group. De bestaande enseignes zouden ongetwijfeld zoveel mogelijk omzetverlies proberen te vermijden, door sterker te concurreren, zodat de verschuiving van de omzet naar de nieuwe concurrent beperkt blijft. Dit is precies de concurrentiedynamiek die zeer wenselijk zou zijn voor de consumenten in deze regio, in tegenstelling tot de situatie waarbij de Colruytgroep ten gevolge van de concentratie een nieuw SPAR enseigne opent in een lokale markt waar de groep reeds zeer sterk vertegenwoordigd is.

IX.4.4.c Conclusie van de Auditeur aangaande Nieuwpoort

346. In de nabije omgeving van de huidige Louis Delhaize in het stadscentrum van Nieuwpoort die de Aanmeldende Partij wenst om te vormen in een SPAR, blijft er enkel concurrentie over van één kleine Carrefour Market winkel vlakbij in het centrum en één (relatief kleine) Aldi winkel op enkele minuten rijden buiten het centrum richting kust. Ten slotte zijn er nog een kleine Proxy Delhaize en een kleine Carrefour Express aan de kust op een afstand van ongeveer zes minuten rijden.

347. Verder is er in de nabije omgeving momenteel enkel een OKay winkel, ook op enkele minuten rijden richting Middelkerke, en een (relatief grote) Colruyt, nabij de Aldi.

348. De Auditeur is met name bezorgd over de overlap met het verzorgingsgebied van de OKay Middelkerke en in tweede orde (vanwege een andere positionering met een breder dekkend laagste prijzenbeleid) met deze van de Colruyt, voor beide is immers het lokale marktaandeel in hun eigen verzorgingsgebied na de concentratie ook erg hoog. Hierdoor ontstaat het risico dat de concentratie door het wegvallen van de bestaande concurrentiedruk tussen deze winkels zal leiden tot de hierboven omschreven negatieve unilaterale effecten.

349. Zowel de OKay Middelkerke als de Colruyt Nieuwpoort hebben in het recente verleden reeds een bovengemiddelde omzet per m² gegenereerd ten aanzien van de gemiddelde OKay/Colruyt winkel van de groep in Vlaanderen.

350. Daarenboven is de ingeschatte toekomstige jaarlijkse omzet vanwege de Colruyt Group voor de nieuwe SPAR winkel in Nieuwpoort ook bovengemiddeld en flink hoger dan de huidige omzet die gerealiseerd wordt door Louis Delhaize, welke voor een deel van concurrenten en voor een deel van bestaande Colruyt concepten zullen weggetrokken worden. De Auditeur is van oordeel dat het voor de consumenten in deze regio beter zou zijn dat er in de toekomst effectieve concurrentie speelt tussen een nieuwe concurrent in de plaats van een reallocatie van omzet binnen de reeds sterk vertegenwoordigde Colruyt Group.

²²¹ De interne presentatie van de Colruyt Group heeft geen inschatting gemaakt van een eventuele verschuiving van omzet in het geval van SPAR Nieuwpoort.

351. [Vertrouwelijk].²²² Deze goedgelegen winkel is trouwens in november 2022 opnieuw geopend als Louis Delhaizewinkel in plaats van Smatchwinkel na een grondige verbouwing door de eigenaar van het pand. Tijdens het onderzoek is gebleken dat voor de Louis Delhaizewinkel in Nieuwpoort door concurrent [Vertrouwelijk] een bod is uitgebracht op [Vertrouwelijk].²²³ [Vertrouwelijk].²²⁴ In elk geval is duidelijk dat de counterfactual voor de winkel in Nieuwpoort niet louter het verdwijnen van de winkel is, er is wel degelijk concrete interesse van [Vertrouwelijk].

352. Op basis van bovenstaande elementen concludeert de Auditeur omwille van de mededingingsbeperkende gevolgen op de lokale markten voor de verkoop van consumptiegoederen in en rond Nieuwpoort dat er voldoende ernstige twijfels bestaan over de toelaatbaarheid van deze concentratie, welke een verder diepgaand onderzoek kunnen verantwoorden.

IX.4.4.d Beoordeling door het Mededingingscollege aangaande Nieuwpoort

353. Zoals aangegeven in randnummer 286, neemt het College geen standpunt in over de mededingingsbeperkende gevolgen van de oorspronkelijk aangemelde transactie op de lokale markten voor de verkoop van consumptiegoederen in en rond Nieuwpoort aangezien de Louis Delhaize winkel op deze locatie uit de concentratie gelicht werd conform art. IV 65 §6 WER.

²²² I.B.1.91. 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.59 - Presentatie Raad van Bestuur Colruyt Group - 5.09.2023.

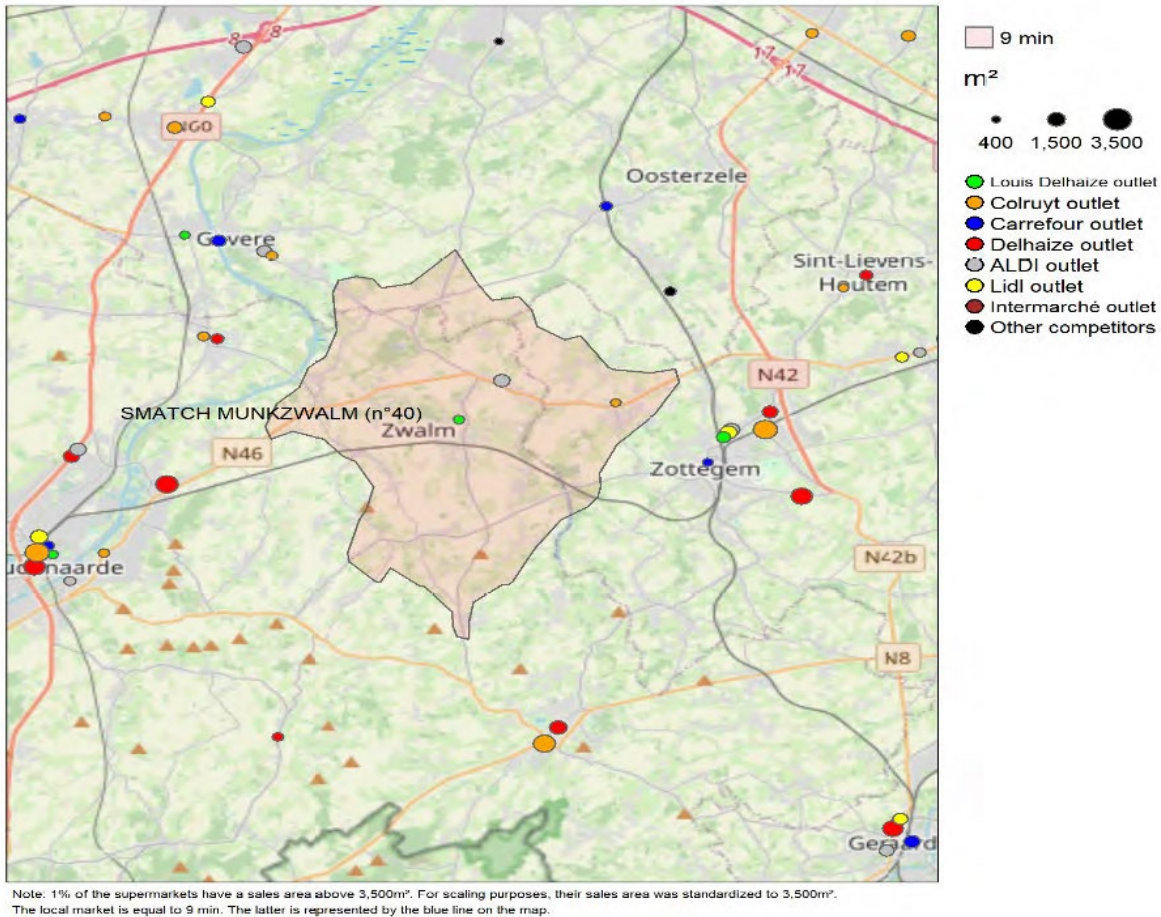
²²³ II.B.IV.33.2. 2024.03.07 Antwoord op bijkomende vragen BMA m.b.t. regio Nieuwpoort en Oordegem NVV.

²²⁴ I.B.1.19 2024.03.07 Antwoord op bijkomende vragen BMA m.b.t. regio Nieuwpoort en Oordegem NVV.

IX.4.5 Zwalm

IX.4.5.a Standpunt Aanmeldende Partij aangaande Zwalm

354. In de “steekkaarten” wordt door de Aanmeldende Partij de situatie voor Zwalm als volgt weergegeven, waarbij de licht oranje zone het 80% verzorgingsgebied weergeeft:



355. Aanmeldende Partij gaat dieper in op de lokale situatie nadat deze winkel op de short-list van de Auditeur is beland op 23 januari 2024. In een presentatie, overgenomen in de aanmelding²²⁵, benadrukken Partijen dat de meest nabije concurrent van Smatch Munkzwalm, de Aldi van Munkzwalm is, een winkel van 1100 m2, meer dan het dubbele van Smatch Munkzwalm ([500-1000] m2) op 3 minuten reistijd.

356. Voorts verwijst Aanmeldende Partij dat de reistijd naar SPAR Zottegem of OKay Gavere, respectievelijk 7 en 12 minuten, ook betekent dat klanten bereid zullen zijn om een vergelijkbare verplaatsing te maken naar winkels die zich op een vergelijkbare afstand bevinden. Vervolgens worden de winkels in de steden ten westen (Oudenaarde) en ten oosten (Zottegem) van Munkzwalm genoemd die zich op 13 à 15 minuten reistijd bevinden: AD Delhaize Oudenaarde, AH Zottegem, Lidl en Aldi Zottegem. Deze concurrenten

²²⁵ Zie Aanmeldingsformulier, p. 76, §175 e.v.

oefenen volgens de Aanmeldende Partij een significante concurrentiële druk uit op het verzorgingsgebied van Munkzwalm.

357. De Aanmeldende Partij stelt dat de toekomstige OKay zijn prijzen niet ongestraft zal kunnen verhogen, wegens de aanwezigheid van bovengenoemde uitwijkmogelijkheden.

358. Daarenboven benadrukt de Aanmeldende Partij dat de toekomstige OKay performanter zal zijn dan de huidige Smatch Munkzwalm door een ruimer assortiment aan scherpere prijzen. Zo wordt verwezen naar de prijsverhogingen die de Verkopers hebben moeten doorvoeren vorig kalenderjaar en het feit dat de prijzen in de OKay filialen op lokaal niveau worden bepaald. De prijszetting zal met andere woorden lager liggen dan de huidige Smatch Munkzwalm.

359. Bovendien zal het verdwijnen van de Smatch Munkzwalm en de omvorming naar een OKay volgens Aanmeldende Partij niet leiden tot het wegnemen van een naaste concurrent die een impact had op SPAR Moerbeke. De prijzen voor SPARfilialen worden immers op nationaal niveau bepaald, waarbij zelfstandige franchisehouders deze prijzen vaak hanteren als aanbevolen maximum wederverkooprijzen en die prijzen bijgevolg meestal lager liggen en zeker lager dan de prijzen van Match en Smatch.

360. Besluitend stelt de Aanmeldende Partij dan ook dat de voorgenomen overname niet zal leiden tot een significante belemmering van de mededinging, integendeel de concurrentiële druk neemt zelfs toe.²²⁶

IX.4.5.b Marktonderzoek aangaande Zwalm/Munkzwalm

i) Lokale marktconcentratie rond Smatch Zwalm

361. Onderstaande tabel heeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode en de cirkelmethode voor de doellocatie Zwalm/Munkzwalm

Verzorgingsgebied	80%	85%	90%
Rijafstand in minuten	9	10	13
In-out Marktaandeel	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
In-out Delta HHI	[1000-1100]	[1000-1100]	[800-900]
CIRKEL Marktaandeel	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
CIRKEL Delta HHI	[700-800]	[600-700]	[400-500]

362. Uit deze tabel blijkt dat voor de in-uitmethode de lokale marktaandelen en marktconcentratie (gemeten door de delta HHI) zeer hoog zijn. Ook wanneer er via de cirkelmethode rekening wordt gehouden met concurrentiedruk buiten het verzorgingsgebied blijven de lokale marktaandelen en de toename van de marktconcentratie hoog.

²²⁶ I.B.22.2. 2024.03.06 Antwoord Partijen n.a.v brief auditeur artikel IV.63 §2 WER.

363. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor de in-uitmethode op groepsniveau, voor het verzorgingsgebied van 85%, welke het onderzoeksteam op basis van de cumulatieve distributiefunctie heeft vastgesteld als een realistische grootte van het verzorgingsgebied.²²⁷

Winkels	WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[500-1000]	<5	[20-30]%
(S)match	[500-1000]	<5	[20-30]%
Partijen	[1000-1500]	<5	[40-50]%
ALDI	[1000-1500]	<5	[50-60]%

364. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor het 85% verzorgingsgebied volgens de in-uitmethode op individueel winkelniveau. Hierbij is dikgedrukt aangegeven welke winkels van Partijen zijn.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Marktaandeel
Smatch Zwalm, Noordlaan	0	[500-1000]	[20-30]%
ALDI Zwalm, Hundelgemsebaan	3	[1000-1500]	[50-60]%
SPAR Zottegem, Opstalstraat	7	[500-1000]	[20-30]%

365. Uit bovenstaande tabellen blijkt dat in de nabije omgeving van de huidige Smatch die de Aanmeldende Partij wenst om te vormen in een OKay, er enkel concurrentie overblijft van één Aldi winkel.

ii) Lokale marktconcentratie rond SPAR Zottegem

366. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode en de cirkelmethode voor de locatie SPAR Zottegem, oostelijk gelegen van de doellocatie Smatch Zwalm.

Verzorgingsgebied	80%	85%	90%
Rijafstand in minuten	8	9	10
In-out Marktaandeel	[20-30]%	[40-50]%	[40-50]%
In-out Delta HHI	[300-400]	[900-1000]	[700-800]
CIRKEL Marktaandeel	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
CIRKEL Delta HHI	[400-500]	[400-500]	[400-500]

- Uit deze tabel blijkt dat voor de in-uitmethode de lokale marktaandelen en marktconcentratie (gemeten door de delta HHI) zeer hoog zijn. Ook wanneer er via de cirkelmethode rekening wordt

²²⁷ Zie Bijlage B. In deze bijlage worden ook steeds dezelfde tabellen weergegeven met de positie Partijen en de concurrenten op basis van de cirkelmethode.

gehouden met concurrentiedruk buiten het verzorgingsgebied blijven de lokale marktaandelen en de toename van de marktconcentratie hoog.

367. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor het 85% verzorgingsgebied volgens de uitmethode op groepsniveau, welke het onderzoeksteam op basis van de cumulatieve distributiefunctie heeft vastgesteld als een realistische grootte van het verzorgingsgebied.²²⁸

Winkels	WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[3000-3500]	<5	[30-40]%
(S)match	[500-1000]	<5	[0-10]%
Louis Delhaize – Targets	[500-1000]	<5	[0-10]%
Partijen	[4000-4500]	<5	[40-50]%
ALDI	[2000-2500]	<5	[20-30]%
Lidl	[1000-1500]	<5	[10-20]%
Ahold Delhaize	[1000-1500]	<5	[10-20]%
Carrefour	[0-500]	<5	[0-10]%

368. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor het 85% verzorgingsgebied volgens de uitmethode op individueel winkelniveau. Hierbij is dikgedrukt aangegeven welke winkels van Partijen zijn.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Marktaandeel
SPAR Zottegem, Opstalstraat	0	[500-1000]	[0-10]%
ALDI Zwalm, Hundelgemsebaan	4	[1000-1500]	[10-20]%
Carrefour market Zottegem, Heldenlaan	7	[0-500]	[0-10]%
Smatch Zwalm, Noordlaan	7	[500-1000]	[0-10]%
Albert Heijn Zottegem, Spelaanstraat	8	[1000-1500]	[10-20]%
Lidl Zottegem, Buke	8	[1000-1500]	[10-20]%
ALDI Zottegem, Vandendriesschestraat	8	[1000-1500]	[10-20]%
Colruyt Zottegem, Bijlokestraat	9	[2500-3000]	[20-30]%
Louis Delhaize Zottegem, Buke	9	[500-1000]	[0-10]%

369. Uit bovenstaande tabellen blijkt dat in de nabije omgeving van de SPAR Zottegem van de Aanmeldende Partij, er enerzijds concurrentie overblijft van één ALDI winkel, dezelfde die als enige concurrent overblijft in het verzorgingsgebied van Smatch Zwalm, zoals hierboven besproken. Verder ligt er in het 85% verzorgingsgebied zo'n zeven minuten rijden verder weg in Zottegem een hele reeks winkels waaronder een Carrefour Market, een Albert Heijn, een Lidl en een Aldi, naast een Colruyt Laagste Prijzen en een Louis Delhaize (ook een overnamedoellocatie), gelokaliseerd in Zottegem. Deze laatste staat in de planning als een BIO Planet, en zou dus buiten de markt komen te vallen. Vanwege het hoge berekende marktaandeel

²²⁸ Zie Bijlage B. In deze bijlage worden ook steeds dezelfde tabellen weergegeven met de positie Partijen en de concurrenten op basis van de cirkelmethode.

voor partijen en vanwege de overlap met het verzorgingsgebied met de Smatch Zwalm (in die richting zijn er weinig andere concurrenten) beschouwt de Auditeur de SPAR Zottegem ook als risicolocatie.

iii) Lokale marktconcentratie rond OKay Gavere

370. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode en de cirkelmethode voor de locatie OKay Gavere, noordwestelijk gelegen ten aanzien van de doellocatie Smatch Zwalm.

Verzorgingsgebied	80%	85%	90%
Rijafstand in minuten	9	10	13
In-out Marktaandeel	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
In-out Delta HHI	[600-700]	[600-700]	[700-800]
CIRKEL Marktaandeel	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
CIRKEL Delta HHI	[400-500]	[300-400]	[300-400]

371. Uit deze tabel blijkt dat voor de in-uitmethode de lokale marktaandelen en marktconcentratie (gemeten door de delta HHI) zeer hoog zijn. Ook wanneer er via de cirkelmethode rekening wordt gehouden met concurrentiedruk buiten het verzorgingsgebied blijven de lokale marktaandelen en de toename van de marktconcentratie hoog.

372. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer volgens de in-uitmethode op groepsniveau, voor het verzorgingsgebied van 85%, welke het onderzoeksteam op basis van de cumulatieve distributiefunctie heeft vastgesteld als een realistische grootte van het verzorgingsgebied.²²⁹

Winkels	WVO (m²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[500-1000]	<5	[10-20]%
(S)match	[500-1000]	<5	[10-20]%
Partijen	[1000-1500]	<5	[30-40]%
ALDI	[1000-1500]	<5	[30-40]%
Carrefour	[500-1000]	<5	[30-40]%

373. Onderstaande tabel geeft de marktaandelen weer voor het 85% verzorgingsgebied volgens de in-uitmethode op individueel winkelniveau. Hierbij is dikgedrukt aangegeven welke winkels van Partijen zijn.

Winkels	Reistijd (min)	Aantal winkels	Marktaandeel
OKay Gavere, Molenstraat	0	[500-1000]	[10-20]%
ALDI Gavere, Molenstraat	0	[1000-1500]	[30-40]%
Carrefour market Gavere, Kasteeldreef	3	[500-1000]	[30-40]%
Smatch Gavere, Stationsstraat	6	[500-1000]	[10-20]%

²²⁹ Zie Bijlage B. In deze bijlage worden ook steeds dezelfde tabellen weergegeven met de positie Partijen en de concurrenten op basis van de cirkelmethode.

374. Uit bovenstaande tabellen blijkt dat in de nabije omgeving van de OKay Gavere van de Aanmeldende Partij, er enkel concurrentie overblijft van één ALDI en een Carrefour Market winkel. Verder is er in de omgeving van de OKay Gavere nog een kleinere SPAR winkel van [0-500] vierkante meter die onder de 400 vierkante meter valt, en verderop in Kruisem nog een andere kleinere SPAR van [0-500] m2. Hoewel de OKay zelf niet in het verzorgingsgebied van Zwalm valt, is het duidelijk dat in de bredere regio de Colruyt zeer sterke positie heeft.

iv) Omzet per m² t.a.v. Vlaams gemiddelde van omliggende bestaande Colruyt Group enseignes

375. Volgende tabel toont te omzetten per vierkante meter die vestigingen van diverse Colruyt enseignes rondom de Smatch Zwalm hebben behaald in 2022, in vergelijking met de gemiddelde omzet behaald door dat enseigne in Vlaanderen. Hieruit blijkt dat de SPAR Zottegem een lagere omzet dan gemiddeld heeft behaald, de OKay in Gavere een licht bovengemiddelde. De OKay in Kruisem en de Colruyt in Zottegem hebben dan weer duidelijk een bovengemiddelde omzet behaald.

Winkel	Reistijd (min)	WVO (m2)	Omzet/m2	Gemiddelde Omzet/m2 Vlaanderen
SPAR Zottegem	7	[500-1000]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]
OKay Gavere	12	[500-1000]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]
Okay Kruisem	13	[500-1000]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]
Colruyt Zottegem	15	[2500-3000]	€ [Vertrouwelijk]	€ [Vertrouwelijk]

v) Geprojecteerde omzet per m² en de ingeschatte verschuiving van omzet

376. Verder blijkt overigens uit de simulatie in de interne analyse de Colruyt Group dat de ingeschatte jaarlijkse omzet van de nieuwe OKay winkel in Zwalm € [Vertrouwelijk] bedraagt, waar voor een WVO van [500-1000] m² (na verbouwing) neerkomt op € [Vertrouwelijk] per m², wat bovengemiddeld in vergelijking met het gemiddelde van OKay winkels in Vlaanderen.²³⁰

377. De inschatting van de verschuiving van omzet binnen de omliggende enseignes van de Colruyt Group naar de nieuwe OKay winkel in Zwalm²³¹ is overigens ook instructief om het risico op negatieve unilaterale effecten verder in te schatten. Er wordt ingeschat dat er € [Vertrouwelijk] zal verschuiven naar de nieuwe winkel. Op een geschatte omzet van € [Vertrouwelijk] is dit [Vertrouwelijk]. Het verlies van deze omzet voor de bestaande winkels blijft binnen de Colruyt Group en dient vanuit het perspectief van de

²³⁰ Zie I.B.1.64 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.32 - OKay_Munkzwalm Smatch Presentatie coördinatievergadering GATE 0 + 1 24082023, slides 1 en 19. De gemiddelden voor OKay winkels in Vlaanderen worden gerapporteerd in bijlage B.

²³¹ Op het punt van de verschuiving van omzet tussen de Colruyt Group enseignes (post-transactie) noteert het College dat de Aanmeldende Partij aanstipt dat het Auditoraat de gegevens mogelijk niet geheel correct inschat (zie §24 van de Schriftelijke Opmerkingen). Dit heeft volgens Aanmeldende Partij echter geen invloed op de materiële beoordeling van de concentratie.

onderneming in het geheel niet als concurrentiedruk beschouwd te worden, het is een reallocatie van bestaande omzet.

378. Echter, onder de hypothese dat de nieuwe winkel in Zwalm geen OKay zou worden, maar in de plaats zou worden overgenomen door een effectieve concurrent van de Colruyt Group (dit is volgens de Auditeur de relevante “counterfactual”, zoals hierboven beargumenteerd), dan zou er dus wel een sterke concurrentiedruk uitgeoefend worden op de bestaande enseignes van de Colruyt Group. De bestaande enseignes zouden ongetwijfeld dat proberen te vermijden, door sterker te concurreren, zodat de verschuiving van de omzet naar de nieuwe concurrent beperkt blijft. Dit is precies de concurrentiedynamiek die zeer wenselijk zou zijn voor de consumenten in deze regio, in tegenstelling tot de situatie waarbij de Colruyt Group ten gevolge van de concentratie nog een OKay enseigne opent in een lokale markt waar de groep reeds zeer sterk vertegenwoordigd is.

IX.4.5.c Conclusie van de Auditeur aangaande Zwalm

379. In de nabije omgeving van de huidige Smatch die de Aanmeldende Partij wenst om te vormen in een OKay, blijft er enkel concurrentie over van één Aldi winkel.

380. Verder is er in de nabije omgeving momenteel enkel een SPAR winkel, richting Zottegem op 7 minuten reistijd, en een OKay winkel in Gavere op 12 minuten, waar vlakbij ook een Aldi gepositioneerd is.

381. De Auditeur is met name bezorgd over de overlap met het verzorgingsgebied van enerzijds de SPAR Zottegem en anderzijds OKay Gavere, voor beiden is het gezamenlijke lokale marktaandeel na de concentratie ook erg hoog. Hierdoor ontstaat het risico dat de concentratie door het wegvallen van de bestaande concurrentiedruk tussen deze winkels zal leiden tot de hierboven omschreven negatieve unilaterale effecten.

382. De SPAR Zottegem heeft in het recente verleden iets onder de gemiddelde omzet per m² gegenereerd ten aanzien van de gemiddelde SPAR winkel van de groep in Vlaanderen, maar de Colruyt in Zottegem scoort echter wel bovengemiddeld.

383. Verder wordt er ook in rekening genomen in de beoordeling dat het verzorgingsgebied van Smatch Zwalm aangrenzend is aan de gemeente Gavere, waar de aanwezigheid van de Colruyt Group, met name voor kleinere winkelconcepten (waaronder ook de twee SPAR winkels met een WVO van rond de 300m²), reeds erg sterk is.

384. Daarenboven is de ingeschatte toekomstige jaarlijkse omzet vanwege de Colruyt Group voor de nieuwe Okay winkel in Galmaarden ook bovengemiddeld en wordt er ingeschat dat er een aanzienlijke verschuiving zal zijn van de omzet van bestaande enseignes binnen de groep naar de nieuwe winkel. De Auditeur is van oordeel dat het voor de consumenten in deze regio beter zou zijn dat er in de toekomst effectieve concurrentie speelt tussen een nieuwe concurrent in de plaats van een reallocatie van omzet binnen de reeds zeer sterk vertegenwoordigde Colruyt Group.

385. [Vertrouwelijk].²³² [Vertrouwelijk]²³³ [Vertrouwelijk].

²³² I.B.91. 2024.02.02 Bijlage 5.6.A.59 – Presentatie Raad van Bestuur Colruyt Group – 5.09.2023.

²³³ I.B.19. 2024.02.02 Bijlage 5.1 – Asset Purchase Agreement – 21.09.2023.

386. Op basis van bovenstaande elementen concludeert de Auditeur omwille van de mededingingsbeperkende gevolgen op de lokale markten voor de verkoop van consumptiegoederen in en rond Zwalm/Munkzwalm dat er voldoende ernstige twijfels bestaan over de toelaatbaarheid van deze concentratie, welke een verder diepgaand onderzoek kunnen verantwoorden.

IX.4.5.d Beoordeling door het Mededingingscollege aangaande Zwalm

387. Zoals aangegeven in randnummer 286, neemt het College geen standpunt in over de mededingingsbeperkende gevolgen van de oorspronkelijk aangemelde transactie op de lokale markten voor de verkoop van consumptiegoederen in en rond Zwalm aangezien de Louis Delhaize winkel op deze locatie uit de concentratie gelicht werd conform art. IV 65 §6 WER.

IX.5 Toetredingsbarrières

IX.5.1 Standpunt Aanmeldende Partij

388. De Aanmeldende Partij beschouwt het vinden van een goede locatie voor de inplanting en het verkrijgen van de nodige vergunningen op het vlak van stedenbouw en ruimtelijke ordening als de voornaamste toetredingsbelemmeringen. Hierbij wordt vermeld dat vergunningsprocedures soms lang kunnen duren.²³⁴ In samenhang hiermee wordt ook passende infrastructuur vermeld.²³⁵ Er wordt op gewezen dat er reeds heel wat buitenlandse groepen zijn toegetreden.²³⁶ De Aanmeldende Partij heeft ook aangegeven dat voorliggende transactie hen in staat stelt om op korte termijn een netwerk van winkels over te nemen, **[Vertrouwelijk]**.²³⁷

IX.5.2 Resultaten marktbevraging betreffende toetredingsbarrières

389. Op basis van de marktbevraging met betrekking tot toetredingsbarrières werd zowel gevraagd naar barrières op de inkoop- als op de verkoopmarkt. Hieronder wordt alleen ingegaan op de barrières inzake de verkoopmarkt.

390. Wat de verkoopmarkt betreft, levert de bevraging een onderscheid op tussen volgende toegangsbarrières: fysische/geografische barrières, juridische en bestuursrechtelijke barrières, vastgoedbarrières en economische barrières.

391. Uit de marktbevraging blijkt het vinden van een goede locatie de eerste toetredingsbarrière waar de meeste bevroegde retailers mee geconfronteerd worden. Er zijn fysische en geografische barrières voor de inplanting van nieuwe winkels en verkooppunten en het aantal geschikte locaties met een goede ligging is beperkt. Zo is er nood aan goede toegangswegen (zowel voor bereikbaarheid klanten als beleverbaarheid leveranciers),²³⁸ de aanwezigheid van een afzetmarkt (wonen er voldoende potentiële klanten – zo zijn dun bevolkte regio's en afgelegen dorpen minder interessant), de aanwezigheid van personeel en de densiteit van het winkellandschap.

²³⁴ Zie Aanmeldingsformulier, § 272.

²³⁵ Zie Aanmeldingsformulier, § 277.

²³⁶ Zie Aanmeldingsformulier, § 270.

²³⁷ Zie Aanmeldingsformulier, § 9.

²³⁸ II.B.III.5.5. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Carrefour NVV.

392. Wat de inplanting of bouw van nieuwe winkels betreft, mogen de juridisch en bestuursrechtelijke barrières niet onderschat worden. Vergunningsprocedures voor nieuwe winkels duren vaak jaren door onder meer bezwaren van omwonenden of van concurrenten.²³⁹ Uit de marktbevraging blijkt dat heel wat retailers het probleem vermelden doch beweren dit zelf niet te doen, alhoewel men dit niet kan uitsluiten dat het gebeurt door zelfstandige uitbaters.²⁴⁰

393. Zo stelt Jumbo enerzijds dat zij de toegang bemoeilijkt worden door concurrenten die de vergunningsverlening betwisten door veelal bezwaar te maken. Hiermee vertragen of belemmeren concurrenten de toetreding tot de markt. In vele gevallen bekomen wij de vergunning bij gemeente/stad en deputatie, maar de concurrentie kiest vaak alsnog de weg om beroep aan te tekenen bij de RvVb.²⁴¹ Hier staat geen termijn op, dus hiermee is de doorlooptijd heel lang. Deze techniek wordt veel toegepast door de concurrentie, met ernstige vertraging en lange onzekerheid tot gevolg voor alle betrokken partijen. De consequentie is eveneens dat promotors (professionele organisaties en particulieren) door deze onzekerheid en de hieraan gekoppelde financiële consequenties (aan- en verkoop gronden, geen exploitatie/opbrengsten) steeds terughoudender worden om een supermarkt te ontwikkelen, waardoor niet alleen het concurrentieveld wordt beperkt maar eveneens en in niet onbelangrijke mate het vrije marktprincipe. Doordat Jumbo het concurrentieveld scherp houdt en meer alternatieven voor de consument biedt, is ook de consument gebaat bij toetreding van spelers met een unieke positionering (lage prijs, groot assortiment, hoge servicegraad). Zo stelt Jumbo dat zij momenteel bij circa 15 sites ervaren dat de vergunningsverlening wordt gehinderd door bezwaren van een concurrent.²⁴² Vandaar dat de aankoop van bestaande winkels om het winkelpark uit te breiden veel makkelijker is dan er zelf nieuwe te bouwen.²⁴³

394. Een derde groep toetredingsbarrières op de verkoopmarkt heeft te maken met vastgoed. Uit de marktbevraging blijkt dat het voorkomt dat een concurrent grond opkoopt, om te vermijden dat een concurrent daar een nieuwe winkel kan realiseren.²⁴⁴ [Vertrouwelijk]²⁴⁵ [Vertrouwelijk].²⁴⁶ [Vertrouwelijk].²⁴⁷ [Vertrouwelijk].²⁴⁸

395. Een vierde en laatste groep toetredingsbarrières zijn louter economisch van aard. Zo wordt enerzijds aangegeven dat in sommige gebieden van de Belgische markt een vorm van verzadiging optreedt en dat er teveel supermarkten zouden zijn.²⁴⁹ Daarnaast zijn er ook de mediaberichten die aangeven dat dit mogelijks

²³⁹ Zie: RetailDetail BE, 'Supermarkten blokkeren elkaars vergunningen', 17-10-23; Robbe van Lier, 'Supermarktoorlog schakelt versnelling hoger – concurrenten pesten elkaar nu door bouwplannen te betwisten', *Het Laatste Nieuws*, 17-10-2023.

²⁴⁰ II.B.I.8.2. 2024.01.03 Volledig antwoord Verzoek om Inlichtingen Ahold NVV.

²⁴¹ d.i. de Raad voor Vergunningsbetwistingen.

²⁴² II.B.VI.10.3. 2024.01.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Jumbo NVV.

²⁴³ II.B.V.3.3. 2023.12.22 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Intermarché NVV.

²⁴⁴ [Vertrouwelijk].

²⁴⁵ II.B.VI.10.3. 2024.01.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Jumbo NVV.

²⁴⁶ II.B.I.8.2. 2024.01.03 Volledig antwoord Verzoek om Inlichtingen Ahold NVV.

²⁴⁸ II.B.II.4.3. 2023.12.21 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Aldi NVV ; II.B.VIII.2.2. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Spar Lambrechts.

²⁴⁹ II.B.VIII.2.2. 2023.12.15 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Spar Lambrechts.

het geval is.²⁵⁰ Anderzijds zijn er ook veel toetreders of pogingen tot toetreding, en slechts beperkte uittreding van bestaande spelers – op faillissementen van minder efficiënte groepen als Makro en de uittreding van Match/Smatch na.

396. De verschillende marktspeler, waaronder ook partijen²⁵¹, stellen dat door de verschillende barrières het veel makkelijker is om te groeien door overname van bestaande winkels, dan door er zelf te bouwen.

IX.5.3 Conclusie van de Auditeur

397. Op basis van het marktonderzoek concludeert de Auditeur dat markttoetreding door nieuwe spelers en/of uitbreiding door bestaande spelers in de sector onvoldoende tijdig, snel en omvangrijk kan worden geacht. Het onderzoek heeft duidelijk uitgewezen dat er zowel administratieve als economische drempels bestaan om met een nieuw winkelconcept toe te treden op een nieuwe locatie op lokaal niveau. Toetreding zal in ieder geval op de korte tot middellange termijn de mededingingsbeperkende gevolgen van de transactie dus niet kunnen compenseren.

IX.5.4 Beoordeling door het Mededingingscollege

398. Aangezien het College hierboven tot het besluit is gekomen dat de transactie de mededinging niet op significante wijze belemmert (zie randnummer 284), rekening houdende met het feit dat de drie probleemlocaties uit de concentratie werden gelicht (zie randnummer 286), dient het College geen uitspraak te doen over de toetredingsbarrières.

IX.6 Compenserende afnemersmacht

IX.6.1 Beoordeling door de Auditeur

399. De Auditeur is van oordeel dat de compenserende afnemersmacht van de finale eindconsumenten (het betreft hier in hoofdzaak individuele klanten of huishoudens) onvoldoende is om de verwachte unilaterale gevolgen van de Transactie tegen te gaan.

IX.6.2 Beoordeling door het Mededingingscollege

400. Aangezien het College hierboven tot het besluit is gekomen dat de transactie de mededinging niet op significante wijze belemmert (zie randnummer 284), rekening houdende met het feit dat de drie probleemlocaties uit de concentratie werden gelicht (zie randnummer 286), dient het College geen uitspraak te doen over de toetredingsbarrières.

²⁵⁰ Zie RetailDetail BE, 'Supermarkten blokkeren elkaars vergunningen', 17-10-23; Robbe van Lier, 'Supermarktoorlog schakelt versnelling hoger – concurrenten pesten elkaar nu door bouwplannen te betwisten', *Het Laatste Nieuws*, 17-10-2023.

²⁵¹ Zie Aanmeldingsformulier, § 9.

IX.7 Efficiëntiewinsten

IX.7.1 Beoordeling door de Auditeur

401. In lijn met de Horizontale richtsnoeren²⁵² worden de door de Aanmeldende Partij aangehaalde efficiëntieverbeteringen onderworpen aan volgende cumulatieve voorwaarden: de efficiëntieverbeteringen moeten ten goede komen aan de verbruikers (consument), de efficiëntieverbeteringen moeten specifiek voortvloeien uit de concentratie en de efficiëntieverbeteringen moeten verifieerbaar zijn.

402. De Auditeur stelt vast dat de door de Aanmeldende Partij aangehaalde mogelijke efficiëntieverbeteringen uiterst summier zijn, en daarenboven niet aan de hierboven vernoemde voorwaarden voldoen opdat de verwachte unilaterale gevolgen van de Transactie teniet kunnen worden gedaan.²⁵³

IX.7.2 Beoordeling door het Mededingingscollege

403. Aangezien het College hierboven tot het besluit is gekomen dat de transactie de mededinging niet op significante wijze belemmert (zie randnummer 284), rekening houdende met het feit dat de drie probleemlocaties uit de concentratie werden gelicht (zie randnummer 286), dient het College geen uitspraak te doen over de toetredingsbarrières.

X. Vertrouwelijkheid

404. Hiervoor kan verwezen worden naar de vertrouwelijkheidsbeslissing van de Auditeur.

XI. Voorstel tot beslissing

405. De Auditeur stelt het Mededingingscollege voor, bij toepassing van artikel IV.66, §§ 1, 2° en § 2, 3°, de volgende beslissing te nemen:

- a) Dat de operatie aangemeld bij de BMA onder nr. MEDE-C/C-23/0036, binnen het toepassingsgebied valt van de regels van concentratietoezicht in het WER (titel 1, hoofdstuk 2 van boek IV van het WER);
- b) Dat ernstige twijfels bestaan omtrent de toelaatbaarheid van de concentratie en dat de procedure van bijkomend onderzoek en beslissing bedoeld in de artikelen IV.67 tot IV.69 dient te worden ingezet.

²⁵² Richtsnoeren van de Europese Commissie van 5 februari 2004 voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, 2004/C 31/03, punten 76-88.

²⁵³ Zie Aanmeldingsformulier, §296 e.v.

XII. Beslissing

406. Het College stelt vast dat de concentratie zoals gewijzigd door de Aanmeldende Partij bij schrijven van 26 maart 2024 (en bevestigd door de overeenkomst van 27 maart 2024 tussen Aanmeldende Partij en Louis Delhaize) geen mededingingsbeperkende gevolgen dreigt te hebben die een goedkeuring in de weg zouden staan.

OM DEZE REDENEN

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

1. Dat de concentratie aangemeld bij de BMA onder nr. MEDE-CC-23/0036, binnen het toepassingsgebied valt van de regels van concentratietoezicht in het WER (titel 1, hoofdstuk 2 van boek IV van het WER);
2. Dat deze concentratie toelaatbaar is.

Aldus beslist op 12 april 2024 door het Mededingingscollege samengesteld uit Axel Desmedt, Voorzitter van de Belgische Mededingingsautoriteit en van het Mededingingscollege, Kris Dekeyser en Luc Gyselen, assessoren van de Belgische Mededingingsautoriteit.

Voor het Mededingingscollege,

A. Desmedt
Voorzitter

Bijlagen:

Bijlage A bij de Beslissing

Bijlage B bij de Beslissing

Bijlage C bij de Beslissing: schriftelijke opmerkingen van Aanmeldende Partij

Bijlage A bij de Beslissing

**Bijlage A bij het Gemotiveerd Voorstel van Beslissing
in toepassing van artikel IV.64 Wetboek Economisch Recht
Zaak nr. MEDE-C/C-23/0036
Codevco XIV NV, Retail Partners Colruyt Group NV en Colim NV /
Profi NV en Match NV**

Inhoud

I. In-Uit Methodologie.....	2
I.1 Colruyt Group.....	2
I.2 Match-Smatch-Louis Delhaize-winkels	8
II. Cirkel Methodologie.....	10
II.1 Methodologie.....	10
II.1.1 Bepaling van de omvang van het circulaire verzorgingsgebied van de concurrenten	10
II.1.2 Vaststelling van overlappingsgebieden	11
II.2 Resultaten	13
II.2.1 Colruyt Group.....	13
II.2.2 Match-Smatch-Louis Delhaize-winkels	18
III. Methodologie >200 m2.....	20
III.1 Colruyt Group.....	20
III.2 Match-Smatch-Louis Delhaize-winkels	26

I. In-Uit Methodologie

I.1 Colruyt Group

1. De onderstaande tabellen tonen het verzorgingsgebied waarbij Partijen een hoger marktaandeel hebben dan 25% en het increment boven de 2% in één van de drie verschillende groottes van verzorgingsgebieden.

Winkels	80%-verzorgingsgebieden			85%-verzorgingsgebieden			90%-verzorgingsgebieden					
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
SPAR Wevelgem	5	[90-100%]	[0-10%]	[90-100%]	6	[30-40%]	[10-20%]	[50-60%]	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Houffalize	10	[90-100%]	[0-10%]	[90-100%]	13	[90-100%]	[0-10%]	[90-100%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Léglise	10	[90-100%]	[0-10%]	[90-100%]	11	[70-80%]	[20-30%]	[90-100%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Wasseiges	7	[90-100%]	[0-10%]	[90-100%]	9	[90-100%]	[0-10%]	[90-100%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Galmaarden	10	[30-40%]	[20-30%]	[60-70%]	12	[30-40%]	[20-30%]	[60-70%]	13	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]
Colruyt Nieuwpoort	11	[30-40%]	[10-20%]	[50-60%]	14	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	18	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]
SPAR Yvoir	12	[40-50%]	[0-10%]	[40-50%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Wanze	8	[20-30%]	[20-30%]	[40-50%]	9	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	12	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]
OKay Middelkerke	9	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	11	[40-50%]	[0-10%]	[50-60%]	15	[40-50%]	[0-10%]	[40-50%]
SPAR Lendeledede	4	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	6	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	7	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]
OKay Profondeville	10	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Nazareth	9	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	10	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	12	[40-50%]	[0-10%]	[40-50%]
SPAR Nazareth	8	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Compact Gent, Sint-Niklaasstraat	9	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	11	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Gent	10	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Huy	18	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	20	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	25	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Bredene	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	23	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Waremmes	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	14	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	16	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
SPAR Bredene	10	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Huy	14	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	19	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
OKay Sint-Lievens-Houtem	8	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Bornem	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Andenne	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	15	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	17	[20-30%]	[20-30%]	[40-50%]
OKay Lievegem, Bredestraat Kouter	10	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Compact Geraardsbergen	7	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	7	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	9	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]
OKay Gavere	9	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	10	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
Colruyt Binche, Route de Charleroi	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Couvin	18	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	20	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	27	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
Colruyt Beersel	11	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Torhout	13	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Wetteren	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Evergem, Kwadeweg	8	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Wavre	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Lede	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Izegem	11	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Gent, Mariakerksesteenweg	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
SPAR Leuven, Tiensestraat	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Wetteren	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Mons, Chaussée de Binche	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Leuven, Tiensesteenweg	15	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Brugellette	11	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Gembloux	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Sombreffe	9	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	10	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Mons	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Halle	20	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	23	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	27	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Mont-Saint-Guibert	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Viroinval	15	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	20	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	27	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
Colruyt Braine-l'Alleud	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Leuven, Lombaardenstraat	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	30	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Bastogne	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	26	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Oudenaarde	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Evere, Haachtsteenweg	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Gent, Botestraat	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Deinze	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Middelkerke	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Evergem, Elslo	8	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
OKay Assenede	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Veurne	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	21	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Waasmunster	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Bio-Planet Mont-Saint-Guibert	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	20	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Bio-Planet Gent, Kortrijksesteenweg	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	23	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Zelzate	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Enghien	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[50-60%]	[0-10%]	[50-60%]	17	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Koksijde	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Namur, Chaussée de Dinant	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Zottegem	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Leuven, Groenveldstraat	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Gent, Dendermondsesteenweg	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Kruisem	9	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Amay	13	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	17	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Halle	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	25	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Anderlecht, Maurice Herbettelaan	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
SPAR Zottegem	8	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	9	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	10	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]
Colruyt Villers-la-Ville	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Compact Ottignies-Louvain-la-Neuve	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
OKay Ohey	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[40-50%]	[0-10%]	[40-50%]	14	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]
Colruyt Grez-Doiceau	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Braine-l'Alleud	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	20	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Mons, Rue des Viaducs	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Overijse	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Gent, Drongensesteenweg	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	24	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	28	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Hannut	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Leuven	24	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	26	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	30	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Brugge, Gistelse Steenweg	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
SPAR De Haan	10	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Gembloux	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Aalst	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	25	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Nivelles	19	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	25	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Nivelles	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	21	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Destelbergen	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	24	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Mons, Place de Cuesmes	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Compact Sint-Jans-Molenbeek	6	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	9	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Gent, Kortrijksesteenweg	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden			85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden				
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Gent, Drongensesteenweg	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Gent, Edmond Van Hoorebekestraat	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Neufchâteau	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	26	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Compact Gent, Sint-Pietersnieuwstraat	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Waterloo	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Kuurne	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Lichtervelde	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Oudenaarde	7	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Lokeren	12	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Courcelles	6	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	7	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	9	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
OKay Gent, Voskenslaan	9	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	11	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Puurs-Sint-Amands	9	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	9	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

1.2 Match-Smatch-Louis Delhaize-winkels

2. De onderstaande tabellen tonen het verzorgingsgebied waarbij Partijen een hoger marktaandeel hebben dan 25% en het increment boven de 2% in één van de drie verschillende groottes van verzorgingsgebieden.

Winkels	80%-verzorgingsgebieden			85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden				
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Smatch Lede	6	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]	7	[0-10%]	[40-50%]	[40-50%]	8	[30-40%]	[20-30%]	[50-60%]
Smatch Sint-Gillis-Waas	7	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]	7	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Louis Delhaize Chaudfontaine	4	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]	4	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]	8	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Smatch Nieuwpoort	7	[40-50%]	[10-20%]	[50-60%]	8	[40-50%]	[10-20%]	[50-60%]	10	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]
Smatch Bertogne	13	[40-50%]	[0-10%]	[50-60%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Galmaarden	8	[20-30%]	[30-40%]	[50-60%]	9	[20-30%]	[20-30%]	[50-60%]	11	[30-40%]	[20-30%]	[20-30%]
Match Waremme, Place de Gérardmer	6	[10-20%]	[30-40%]	[40-50%]	8	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	9	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]
Smatch Gavere	9	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Smatch Zwalm	9	[20-30%]	[20-30%]	[40-50%]	10	[20-30%]	[20-30%]	[40-50%]	13	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]
Louis Delhaize Lendeledede	5	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	5	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	9	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]
Smatch Wevelgem	5	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	7	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	7	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Brugge	5	[0-10%]	[40-50%]	[40-50%]	7	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Anderlecht	4	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	5	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	7	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Louis Delhaize Zottegem	10	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Andenne	12	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]
Smatch Evergem	8	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Match Burdinne	11	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	12	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]
Match Waremme, Rue de Huy	10	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	11	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Smatch Puurs-Sint-Amands	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Braine-l'Alleud	8	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Huy	12	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
Louis Delhaize Open Market Gembloux	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Match Leuven	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	20	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	25	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Mons	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Smatch Gent	7	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	8	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Zulte	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch De Haan	11	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	66	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Ath	13	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Oudenaarde	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Vaux-sur-Sûre	8	[0-10%]	[20-30%]	[20-30%]	11	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Sint-Gillis	4	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	4	[0-10%]	[30-40%]	[40-50%]	4	[0-10%]	[20-30%]	[30-40%]
Match Namur, Chaussée de Dinant	9	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Gent	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Schaarbeek	4	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	5	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	5	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Match Grez-Doiceau	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Louis Delhaize Open Market Braine-le-Comte	8	[0-10%]	[20-30%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Couvin	13	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	16	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	19	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]
Match Florennes	13	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Smatch Wachtebeke	8	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	9	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Match Fleurus	6	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	7	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

II. Cirkel Methodologie

II.1 Methodologie

1. Het doel van deze methode is om een concurrentiedruk te berekenen voor de verscheidene vestigingen binnen én buiten het verzorgingsgebied van een onderzochte vestiging. De methode doet dit door de overlap te berekenen tussen de verzorgingsgebieden van de vestigingen in kwestie.

II.1.1 Bepaling van de omvang van het circulaire verzorgingsgebied van de concurrenten

2. De circulaire methode gebruikt de reisafstand in minuten om tot de straal te komen van een perfecte cirkel. Deze cirkel vormt dan een model van het verzorgingsgebied.

3. Aangezien het auditoraat niet beschikt over specifieke verkoopinformatie voor elke concurrerende winkel, moet een alternatieve benadering worden gehanteerd om de omvang van hun verzorgingsgebied te rammen. Deze raming gebeurt op basis van de omvang van het verzorgingsgebied van de partijen. Aangezien het auditoraat wel beschikt over de winkelvloeroppervlaktes van zowel partijen als concurrenten, kunnen deze winkelvloeroppervlaktes dienen als benadering van de omzet van een winkel en daarmee hun marktaandeel.

4. Bovendien blijkt uit de data van partijen dat grotere winkels gemiddeld genomen een groter verzorgingsgebied hebben, dus heeft het auditoraat een gemiddeld verzorgingsgebied berekend van de winkels van partijen per tranche van ongeveer 400 m² winkelvloeroppervlakte voor een reisafstand van 85% van de omzet.¹ Deze gemiddelden per tranche winkelverkoopoppervlakte worden weergegeven in de volgende tabel.

WVO	Gemiddelde grootte van verzorgingsgebieden (minuten)
[400-800 m²]	11
[800-1 200 m²]	12
[1200-1 600 m²]	13
[1600-2 000 m²]	13
[2000-2 500 m²]	14
Meer dan 2 500 m²	15

5. Het auditoraat heeft de keuze van 85% gemaakt omdat voor de winkels van partijen een oppervlakte van 85 % in de meeste gevallen redelijk is op basis van de cumulatieve distributiefuncties, en dus het best kan worden gebruikt voor een berekend gemiddelde voor concurrenten.² Deze gemiddelden gebruikt het auditoraat vervolgens in de berekeningen zowel voor concurrenten als voor de andere winkels van partijen in de buurt de onderzochte winkel van partijen, zelfs al heeft het auditoraat de werkelijke verzorgingsgebieden van alle winkels van partijen. Deze keuze heeft het auditoraat gemaakt omwille van het verzekeren van een gelijke behandeling van partijen en

¹ De tranches zijn 400-800, 800-1200, 1200-1600, 1600-2000, 2000-2500, 2500 en meer. De grens van 400 m² en 2500 m² komen overeen met jurisprudentie.

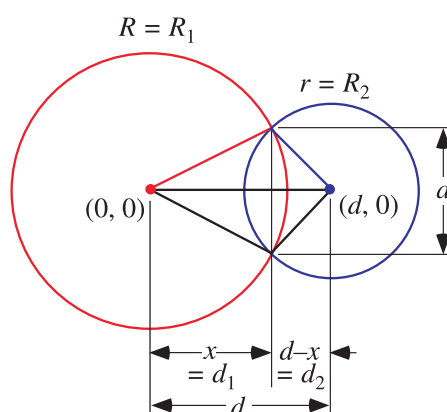
² Het auditoraat houdt rekening met het verzorgingsgebied waar de partijen 85 % van hun verkoop doen om de omvang van het verzorgingsgebied van de concurrenten te rammen, aangezien uit de studie van de cumulatieve verdelingsfunctie van de reistijden blijkt dat de resterende 15 % van de verkoop plaatsvindt in een veel groter gebied.

concurrenten bij de berekeningen. Voor de onderzochte winkel wordt wel het echte verzorgingsgebied gehanteerd.

II.1.2 Vaststelling van overlappingsgebieden

6. Zodra de straal van de verzorgingsgebieden van de onderzochte en de naburige winkels is vastgesteld, gaat het auditoraat over tot vaststelling van overlappingszones tussen de circulaire verzorgingsgebieden van de onderzochte winkels en die van de daaromheenliggende andere winkels van partijen en concurrenten. Deze overlapgebieden, telkens uitgedrukt als percentage van het verzorgingsgebied van de andere winkel, worden vervolgens vermenigvuldigd met het winkelvloeroppervlakte van de winkel waarmee de onderzochte vestiging overlapt. Met andere woorden, de marktaandelen van elke winkel worden aangepast op basis van de overlapping tussen de onderzochte winkel van partijen en de andere winkel.

7. De volgende figuur en formule illustreert de methode voor de berekening van overlappende gebieden van circulaire verzorgingsgebieden. Dit is een gebruikelijke formule voor de berekening van de overlap tussen twee perfecte cirkels.³



$$r^2 \cos^{-1} \left(\frac{d^2 + r^2 - R^2}{2 d r} \right) + R^2 \cos^{-1} \left(\frac{d^2 + R^2 - r^2}{2 d R} \right) - \frac{1}{2} \sqrt{(-d + r + R)(d + r - R)(d - r + R)(d + r + R)}.$$

Opmerking: R is de grootte van het verzorgingsgebied in minuten van de partijen, r de grootte van het verzorgingsgebied van de concurrent en d de afstand in minuten tussen de winkels.

8. De bovenstaande formule is niet van toepassing in het geval dat een cirkel zich volledig bevindt binnen een andere cirkel.

9. In het geval dat het circulaire verzorgingsgebied van de onderzochte winkel van de partijen volledig het circulaire verzorgingsgebied van de andere winkel bevat, houdt het auditoraat bij de berekening van de marktaandelen rekening met het volledige verkoopgebied van de andere winkel in het verzorgingsgebied.

10. Indien het circulaire verzorgingsgebied van de onderzochte winkel van de partijen daarentegen volledig is opgenomen in de circulaire verzorgingsgebied van de andere winkel, houdt het Auditoraat alleen rekening met het overlapgebied van de circulaire verzorgingsgebieden — dat wil zeggen het

³ Bron voor formule en afbeelding: Eric W. Weisstein, 'Circle-Circle Intersection', From MathWorld--A Wolfram Web Resource. (Wolfram Research, Inc.), geraadpleegd 26 februari 2024, <https://mathworld.wolfram.com/Circle-CircleIntersection.html>.

verzorgingsgebied van de onderzochte winkel van de partijen — in *verhouding* tot het totale verzorgingsgebied van de andere winkel bij de berekening van de marktaandelen. De auditoraat houdt immers rekening met het feit dat een dergelijke grote winkel in de buurt met een groter verzorgingsgebied concurrentiedruk uitoefent op het gebied buiten die van de onderzochte winkel van partijen, en – minstens even belangrijk – daar ook concurrentiedruk ondervindt die de onderzochte winkel van partijen niet ondervindt.

11. Het resultaat van deze methode is dat de methode het mogelijk maakt winkels buiten het verzorgingsgebied op te nemen in de analyse en tegelijkertijd rekening te houden met winkelgrootte en reisafstand tot de onderzochte winkel. De methode heeft enerzijds tot gevolg dat winkels die verder weg liggen van de onderzochte winkel over het algemeen minder zwaar zullen wegen in de analyse, gecorrigeerd voor de grootte van de winkels, en anderzijds dat grote winkels die in de buurt liggen van de onderzochte winkels minder zwaar zullen wegen dan in de *in-out* analyse.

12. De methode zal met name een realistischer beeld kunnen schatten van de reëel ervaren concurrentiedruk op de onderzochte winkel in situaties waar sterke spelers zich net buiten het verzorgingsgebied van een vestiging bevinden.

II.2 Resultaten

3. De onderstaande tabellen tonen het verzorgingsgebied waarbij Partijen een hoger marktaandeel hebben dan 25% en het increment boven de 2% in één van de drie verschillende groottes van verzorgingsgebieden.

II.2.1 Colruyt Group

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Nieuwpoort	11	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	14	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Hastière	11	[20-30%]	[0-10%]	[40-50%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Galmaarden	10	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Middelkerke	9	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	11	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Houffalize	10	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	13	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Andenne	13	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	15	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	17	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
OKay Ohey	10	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
SPAR Compact Bredene	4	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	4	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	7	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Wevelgem	5	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	6	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Wanze	8	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
SPAR Sivry-Rance	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Gavere	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Huy	14	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	19	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]
SPAR Zottegem	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Leuven, Baron Descampsiaan	6	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	7	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Compact Geraardsbergen	7	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	7	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Koksijde	11	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Heers	8	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Brakel	13	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Sint-Lievens-Houtem	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay De Pinte	7	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Oudenaarde	7	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Braine-l'Alleud	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Viroinval	15	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	20	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	27	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
SPAR Nazareth	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Kruisem	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Leuven, Wilselsesteenweg	7	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	7	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Rebecq	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Huy	18	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	20	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	25	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Wasseiges	7	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Nazareth	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Evergem, Aardeken	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Sint-Genesius-Rode	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Leuven, Tiensestraat	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Herzele	7	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Zottegem	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Zelzate	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Moerbeke	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Bornem	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Bredene	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	23	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
OKay Lievegem, Bredestraat Kouter	10	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	15	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
Colruyt Wetteren	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	14	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	15	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
Colruyt Enghien	14	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	15	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	17	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
OKay Rebecq	9	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	9	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
Colruyt Ath	16	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	17	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	19	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
Colruyt Oudenaarde	15	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	16	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	18	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
Colruyt Beersel	11	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	14	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
SPAR Bredene	10	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	13	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	16	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
OKay Brugellette	11	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%
SPAR Yvoir	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	14	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	17	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
SPAR Couvin	18	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%	20	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%	27	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%
OKay Herent	10	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	10	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
OKay Compact Gent, Sint-Niklaasstraat	9	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	11	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	14	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
SPAR Wetteren	9	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	10	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	13	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
OKay Puurs-Sint-Amands	9	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	9	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	10	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
OKay Evergem, Kwadeweg	8	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	9	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	11	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
SPAR De Haan	10	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	17	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
OKay Assenede	9	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	11	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
SPAR Gent	10	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	16	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
OKay Compact Gent, Sint-Pietersnieuwstraat	10	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	14	[20-30%	[0-10%]	[20-30%
Colruyt Merelbeke	11	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	12	[20-30%	[0-10%]	[20-30%	14	[20-30%	[0-10%]	[20-30%

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Leuven, Lombaardenstraat	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	30	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Beersel	8	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Gent, Voskenslaan	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Middelkerke	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Walcourt	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Bastogne	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	26	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Gent, Kortrijksesteenweg	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Evergem, Elslo	8	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Mont-Saint-Guibert	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Leuven, Tiensesteenweg	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Deinze	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Leuven, Groenveldstraat	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Gent, Edmond Van Hoorebekestraat	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Gent, Kortrijksesteenweg	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	23	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Mons, Chaussée de Binche	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Gent, Botestraat	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Morlanwelz	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Halle	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Gent, Dendermondsesteenweg	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Gent, Drongensesteenweg	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	24	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	28	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Middelkerke	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Villers-la-Ville	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Braine-l'Alleud	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	20	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Gent, Mariakerksesteenweg	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Dinant	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	23	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	28	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Gent, Drongensesteenweg	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Gembloux	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Mons	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Braine-le-Château	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Binche, Route de Charleroi	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Sombreffe	9	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Gembloux	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Légglise	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Hannut	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Geraardsbergen	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Jodoigne	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

II.2.2 Match-Smatch-Louis Delhaize-winkels

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Smatch Nieuwpoort	7	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	8	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	10	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]
Smatch Galmaarden	8	[20-30%]	[20-30%]	[40-50%]	9	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	11	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
Match Andenne	12	[20-30%]	[20-30%]	[40-50%]	13	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	15	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
Smatch Sint-Gillis-Waas	7	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	7	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Zwalm	9	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Smatch Lede	6	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	7	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Match Huy	12	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	16	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]
Match Waremmes, Place de Gérardmer	6	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	8	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	9	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
Match Braine-l'Alleud	8	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Bertogne	13	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Louis Delhaize Open Market Braine-le-Comte	8	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	10	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Louis Delhaize Zottegem	10	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Match Burdinne	11	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	12	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	14	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
Match Mons	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Couvin	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	16	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	19	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
Smatch Wachtebeke	8	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	9	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Evergem	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Florennes	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	16	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	18	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Ath	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Gavere	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Chimay	18	[0-10%]	[20-30%]	[30-40%]	18	[0-10%]	[20-30%]	[30-40%]	20	[0-10%]	[20-30%]	[30-40%]
Smatch Oudenaarde	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Louis Delhaize Open Market Gembloux	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Anderlecht	4	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	5	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	7	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Leuven	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	20	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	25	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Vaux-sur-Sûre	8	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Louis Delhaize Chaudfontaine	4	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	4	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	8	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Wevelgem	5	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	7	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	7	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Oostende, Frère-Orbanstraat	4	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	5	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	8	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Waremmes, Rue de Huy	10	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch De Haan	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	66	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Brugge	5	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	7	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Smatch Oostkamp	8	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	8	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Grez-Doiceau	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Gent	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Gent	7	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	8	[0-10%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Oostende, Gelijkheidstraat	5	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	6	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	7	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Louis Delhaize Lendeledde	5	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	5	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	9	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Namur, Chaussée de Dinant	9	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Puurs-Sint-Amands	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]

III. Methodologie >200 m2

4. De onderstaande tabellen tonen de verzorgingsgebieden van de in-uitmethode waarbij alle winkels zijn meegenomen boven de 200 m2 in plaats van de gebruikelijke 400 m2. Zoals bij de andere methode zijn hierbij alleen de winkels opgenomen waarbij Partijen een hoger marktaandeel hebben dan 25% en het increment boven de 2% in één van de drie verschillende groottes van verzorgingsgebieden.

III.1 Colruyt Group

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
SPAR Wasseiges	7	[90-100%]	[0-10%]	[90-100%]	9	[90-100%]	[0-10%]	[90-100%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Kruisem	6	[50-60%]	[40-50%]	[90-100%]	7	[70-80%]	[20-30%]	[90-100%]	8	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Wevelgem	5	[70-80%]	[0-10%]	[70-80%]	6	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	8	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Léglise	10	[70-80%]	[0-10%]	[70-80%]	11	[60-70%]	[20-30%]	[80-90%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Houffalize	10	[50-60%]	[0-10%]	[50-60%]	13	[50-60%]	[0-10%]	[50-60%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Galmaarden	10	[30-40%]	[20-30%]	[50-60%]	12	[30-40%]	[20-30%]	[50-60%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Nieuwpoort	11	[30-40%]	[10-20%]	[50-60%]	14	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	18	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]
OKay Nazareth	9	[40-50%]	[0-10%]	[40-50%]	10	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	12	[40-50%]	[0-10%]	[40-50%]
SPAR Nazareth	8	[40-50%]	[0-10%]	[40-50%]	9	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	9	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]
SPAR Wanze	8	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	9	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	12	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]
OKay Middelkerke	9	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	11	[40-50%]	[0-10%]	[50-60%]	15	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]
SPAR Lendeledé	4	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	6	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	7	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]
SPAR Koksijde, Leopold II Laan	9	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	12	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	17	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Yvoir	12	[40-50%]	[0-10%]	[40-50%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Gavere	7	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	9	[40-50%]	[0-10%]	[50-60%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Gavere	9	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	10	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	13	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]
OKay Profondeville	10	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
OKay Lievegem, Bredestraat Kouter	10	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Bredene	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	23	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Bredene	10	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Huy	18	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	20	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	25	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Compact Gent, Sint-Niklaasstraat	9	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Kruisem	9	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
OKay Sint-Lievens-Houtem	8	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	9	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Bornem	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Gent, Kortrijksepoortstraat	10	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Andenne	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	15	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	17	[20-30%]	[20-30%]	[40-50%]
Colruyt Huy	14	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	19	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
Colruyt Wareme	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	14	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	16	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
SPAR Gent, Beekstraat	8	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	10	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Couvin	18	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	20	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	27	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
SPAR Compact Geraardsbergen	7	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	7	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	9	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
Colruyt Binche, Route de Charleroi	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Wetteren	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Izegem	11	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Compact Leuven, Brusselsestraat	5	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
OKay Evergem, Kwadeweg	8	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Torhout	13	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Gent, Mariakerksesteenweg	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Beersel	11	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Mons, Chaussée de Binche	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Wetteren	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Oudenaarde	15	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Leuven, Tiensestraat	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Lede	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR De Haan	10	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Brugellette	11	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Leuven, Tiensesteenweg	15	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Gembloux	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Viroinval	15	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	20	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	27	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
SPAR Mons, Chaussée de Maubeuge	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Sombreffe	9	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	10	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Wavre	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Veurne	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	21	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Bio-Planet Halle	20	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	23	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	27	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Braine-l'Alleud	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Mont-Saint-Guibert	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Leuven, Lombaardenstraat	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	30	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Evergem, Elslo	8	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Waasmunster	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	12	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Evere, Haachtsesteenweg	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
SPAR Middelkerke	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Koksijde	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Colruyt Zelzate	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Assenede	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Leuven, Groenveldstraat	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Compact Leuven, Diestsestraat	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	23	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Gent, Kortrijksesteenweg	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	23	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Deinze	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Amay	13	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	14	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	17	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Bastogne	19	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	26	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Ohey	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	14	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]
Colruyt Namur, Chaussée de Dinant	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Halle	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	25	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Gent, Botestraat	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Bio-Planet Mont-Saint-Guibert	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	20	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Blankenberge	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	25	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Mons, Rue des Viaducs	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
SPAR Compact Ottignies-Louvain-la-Neuve	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Enghien	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[40-50%]	[0-10%]	[40-50%]	17	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]
Bio-Planet Braine-l'Alleud	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	20	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Hannut	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Zottegem	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Gent, Drongensesteenweg	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	24	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	28	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Villers-la-Ville	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Grez-Doiceau	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Mons, Place de Cuesmes	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Colruyt Nivelles	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	17	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	21	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Gent, Kortrijksesteenweg	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Bio-Planet Destelbergen	18	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	21	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	24	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Zottegem	8	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	9	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	10	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
Colruyt Gent, Edmond Van Hoorebekestraat	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Compact Gent, Sint-Pietersnieuwstraat	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Colruyt Kuurne	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Colruyt Lokeren	12	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
SPAR Lichtervelde	10	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	13	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]
SPAR Oudenaarde	7	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	8	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Courcelles	6	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	7	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	9	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
OKay Gent, Voskenslaan	9	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
OKay Compact Gent, Krommewal	8	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	24	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

III.2 Match-Smatch-Louis Delhaize-winkels

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Louis Delhaize Chaudfontaine	4	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]	4	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]	8	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Smatch Sint-Gillis-Waas	7	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]	7	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]	13	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Smatch Lede	6	[0-10%]	[90-100%]	[90-100%]	7	[0-10%]	[40-50%]	[40-50%]	8	[30-40%]	[20-30%]	[50-60%]
Smatch Nieuwpoort	7	[30-40%]	[10-20%]	[50-60%]	8	[30-40%]	[10-20%]	[50-60%]	10	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]
Smatch Galmaarden	8	[20-30%]	[20-30%]	[50-60%]	9	[20-30%]	[20-30%]	[40-50%]	11	[30-40%]	[10-20%]	[50-60%]
Smatch Gavere	9	[40-50%]	[0-10%]	[50-60%]	11	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Smatch Bertogne	13	[40-50%]	[0-10%]	[40-50%]	15	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	22	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Waremmes, Place de Gérardmer	6	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	8	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	9	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]
Smatch Zwalm	9	[20-30%]	[20-30%]	[40-50%]	10	[20-30%]	[20-30%]	[40-50%]	13	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]
Louis Delhaize Lendeledes	5	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	5	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	9	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]
Smatch Wevelgem	5	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]	7	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	7	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Andenne	12	[10-20%]	[20-30%]	[40-50%]	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	15	[20-30%]	[10-20%]	[40-50%]
Smatch Evergem	8	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	10	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Match Anderlecht	4	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	5	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]	7	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Louis Delhaize Zottegem	10	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	13	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Brugge	5	[0-10%]	[30-40%]	[30-40%]	7	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Match Waremmes, Rue de Huy	10	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	11	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	13	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]
Match Braine-l'Alleud	8	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Huy	12	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	13	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
Smatch Puurs-Sint-Amands	12	[30-40%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

Winkels	80%-verzorgingsgebieden				85%-verzorgingsgebieden				90%-verzorgingsgebieden			
	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen	Minuten	Markt-aandeel Colruyt	Markt-aandeel Louis Delhaize	Markt-aandeel Partijen
Match Burdinne	11	[10-20%]	[20-30%]	[30-40%]	12	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	14	[10-20%]	[10-20%]	[30-40%]
Louis Delhaize Open Market Gembloux	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	12	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Match Leuven	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	20	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	25	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Mons	10	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Smatch De Haan	11	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	19	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	66	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Zulte	8	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	9	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Smatch Gent	7	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	8	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	10	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Ath	13	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	18	[10-20%]	[0-10%]	[0-10%]
Smatch Oudenaarde	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	14	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Smatch Vaux-sur-Sûre	8	[0-10%]	[20-30%]	[20-30%]	11	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	16	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Namur, Chaussée de Dinant	9	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	11	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	15	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
Match Sint-Gillis	4	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	4	[0-10%]	[20-30%]	[30-40%]	4	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]
Match Couvin	13	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	16	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]	19	[0-10%]	[10-20%]	[20-30%]
Match Florennes	13	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	16	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]	18	[20-30%]	[0-10%]	[30-40%]
Smatch Wachtebeke	8	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	9	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	10	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]
Match Fleurus	6	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	7	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	9	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]

Bijlage B bij de Beslissing

**Bijlage B bij het Gemotiveerd Voorstel van Beslissing
in toepassing van artikel IV.64 Wetboek Economisch Recht
Zaak nr. MEDE-C/C-23/0036
Codevco XIV NV, Retail Partners Colruyt Group NV en Colim NV / Profi NV en Match NV**

Inhoud

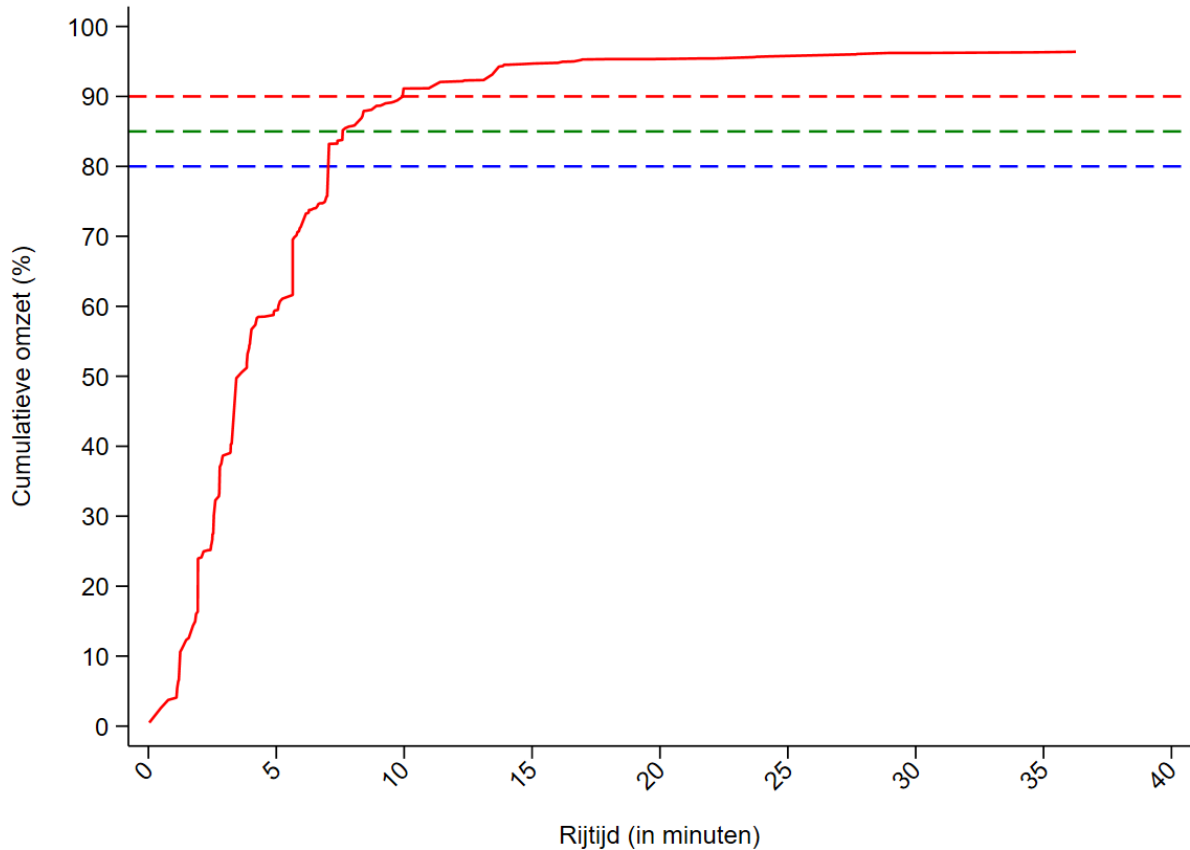
I. Problematische locaties	2
I.1 Marktonderzoek aangaande Nieuwpoort	2
I.1.1 Lokale marktconcentratie rond Louis Delhaize Nieuwpoort	2
I.1.2 Lokale marktconcentratie rond Okay Middelkerke	4
I.1.3 Lokale marktconcentratie rond Colruyt Nieuwpoort	6
I.2 Marktonderzoek aangaande Galmaarden	8
I.2.1 Lokale marktconcentratie rond Smatch Galmaarden.....	8
I.2.2 Lokale marktconcentratie rond SPAR Compact Geraardsbergen.....	10
I.2.3 Lokale marktconcentratie rond OKay Galmaarden	12
I.3 Marktonderzoek aangaande Zwalm	14
I.3.1 Lokale marktconcentratie rond Smatch Zwalm	14
I.3.2 Lokale marktconcentratie rond SPAR Zottegem.....	16
I.3.3 Lokale marktconcentratie rond OKay Gavere.....	18
II. Gemiddelde omzet per m ² van Partijen per Gewest	20

I. Problematische locaties

I.1 Marktonderzoek aangaande Nieuwpoort

I.1.1 Lokale marktconcentratie rond Louis Delhaize Nieuwpoort

1. De onderstaande grafiek geeft de cumulatieve distributiefunctie van rijtijd. De curve vlakt af rond de 85%, dus gebruikt het auditoraat de marktaandeelen voor het verzorgingsgebied van 85%.



2. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethodologie, op groepsniveau.

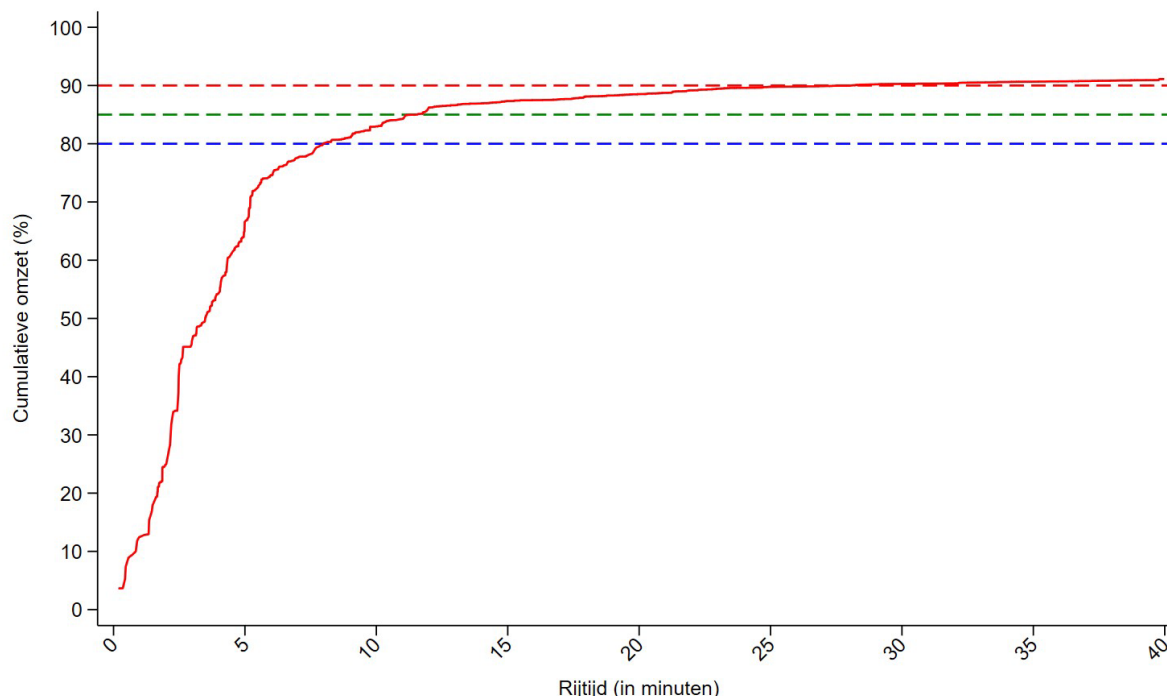
Winkels	Cirkel WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[1000-1500]	[5-10]	[30-40%]
(S)match	[500-1000]	[0-5]	[10-20%]
Partijen	[1500-2000]	[5-10]	[40-50%]
Carrefour	[500-1000]	[0-5]	[10-20%]
Ahold Delhaize	[500-1000]	[5-10]	[10-20%]
ALDI	[500-1000]	[0-5]	[10-20%]
Lidl	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Jumbo	[0-500]	[0-5]	[0-10%]

3. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandelen op basis van de cirkelmethodologie, op het niveau van individuele winkels.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Cirkel WVO (m ²)	Marktaandeel
Smatch Nieuwpoort, Kaai	0	[500-1000]	[500-1000]	[10-20%]
Carrefour market Nieuwpoort, Kaai	1	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Nieuwpoort, Jozef Cardijnlaan	3	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Nieuwpoort, Albert I laan	3	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
OKay Middelkerke, Nieuwpoortlaan	5	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Proxy Delhaize Nieuwpoort, Albert I laan	6	[0-500]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Middelkerke, Distellaan	10	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour express Koksijde, Leopold II Laan	10	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Proxy Delhaize Middelkerke, Kerkstraat	13	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Koksijde, Zeelaan	14	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
SPAR Middelkerke, Paul de Smet de Naeyerstraat	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Koksijde, Robert Vandammestraat	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Koksijde, Robert Vandammestraat	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Proxy Delhaize Koksijde, Leopold II Laan	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Veurne, Nieuwpoortkeiweg	15	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Middelkerke, Rietstraat	15	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Middelkerke, Oostendelaan	15	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Veurne, Vaartstraat	16	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Middelkerke, Oostendelaan	16	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour Hyper Koksijde, Strandlaan	16	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Veurne, Monnikshoekstraat	16	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Jumbo Veurne, Monnikshoekstraat	17	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Andere		[7000-7500]	[0-500]	[0-10%]

I.1.2 Lokale marktconcentratie rond Okay Middelkerke

De onderstaande grafiek geeft de cumulatieve distributiefunctie van rijtijd na correctie voor toerisme. De curve vlakt af rond de 85%, dus gebruikt het auditoraat de marktaandelen voor het verzorgingsgebied van 85%.¹



4. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandelen op basis van de cirkelmethode, op groepsniveau.

Winkels	Cirkel WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[3000-3500]	[5-10]	[30-40%]
(S)match	[500-1000]	[0-5]	[0-10%]
Partijen	[3500-4000]	[5-10]	[30-40%]
Ahold Delhaize	[1500-2000]	[10-15]	[10-20%]
Carrefour	[1000-1500]	[5-10]	[10-20%]
ALDI	[1000-1500]	[5-10]	[10-20%]
Lidl	[500-1000]	[5-10]	[0-10%]
Jumbo	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Spegelaere	[0-500]	[0-5]	[0-10%]

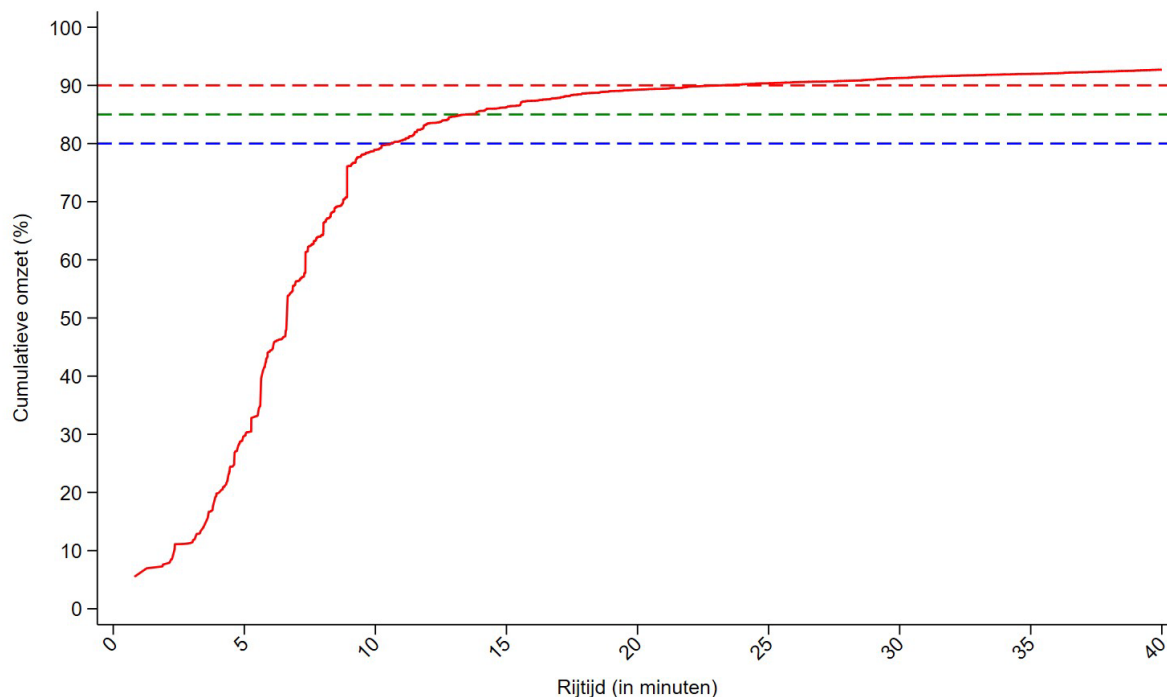
¹ De grafiek is een door het Auditoraat herberekende grafiek na correctie voor toerisme.

5. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandelen op basis van de cirkelmethodologie, op het niveau van individuele winkels.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Cirkel WVO (m ²)	Marktaandeel
OKay Middelkerke, Nieuwpoortlaan	0	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
AD Delhaize Middelkerke, Distellaan	5	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
Smatch Nieuwpoort, Kaai	5	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
Carrefour market Nieuwpoort, Kaai	5	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Nieuwpoort, Jozef Cardijnlaan	6	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Nieuwpoort, Albert I laan	7	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Proxy Delhaize Middelkerke, Kerkstraat	9	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
SPAR Middelkerke, Paul de Smet de Naeyerstraat	9	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Proxy Delhaize Nieuwpoort, Albert I laan	9	[0-500]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Middelkerke, Rietstraat	11	[1000-1500]	[500-1000]	[0-10%]
Colruyt Middelkerke, Oostendelaan	11	[2000-2500]	[500-1000]	[0-10%]
ALDI Middelkerke, Oostendelaan	11	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour express Koksijde, Leopold II Laan	15	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Oostende, Nieuwpoortsesteenweg	17	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Oostende, Torhoutsesteenweg	18	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Koksijde, Zeelaan	18	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Veurne, Vaartstraat	18	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Spegelaere Oostende, Torhoutsesteenweg	18	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Veurne, Monnikshoekstraat	18	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Albert Heijn Oostende, Torhoutsesteenweg	18	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Delhaize Oostende, Northlaan	18	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Veurne, Nieuwpoortkeiweg	19	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Oostende, Torhoutsesteenweg	19	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Jumbo Veurne, Monnikshoekstraat	19	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Oostende, Torhoutsesteenweg	19	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Jumbo Oostende, Torhoutsesteenweg	19	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Gistel, Nieuwpoortse Steenweg	20	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Oostende, Alfons Pieterslaan	20	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour Hyper Koksijde, Strandlaan	20	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Andere		[14500-15000]	[500-1000]	[0-10%]

I.1.3 Lokale marktconcentratie rond Colruyt Nieuwpoort

6. De onderstaande grafiek geeft de cumulatieve distributiefunctie van rijtijd na correctie voor toerisme. De curve vlt af rond de 85%, dus gebruikt het auditoraat de marktaandelen voor het verzorgingsgebied van 85%.²



7. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandelen op basis van de cirkelmethode, op groepsniveau.

Winkels	Cirkel WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[3500-4000]	[5-10]	[30-40%]
(S)match	[500-1000]	[0-5]	[0-10%]
Partijen	[4000-4500]	[10-15]	[30-40%]
Ahold Delhaize	[1500-2000]	[5-10]	[10-20%]
Carrefour	[1500-2000]	[5-10]	[10-20%]
ALDI	[1000-1500]	[0-5]	[10-20%]
Lidl	[500-1000]	[5-10]	[0-10%]
Jumbo	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Spegelaere	[0-500]	[0-5]	[0-10%]

² De grafiek is een door het Auditoraat herberekende grafiek na correctie voor toerisme.

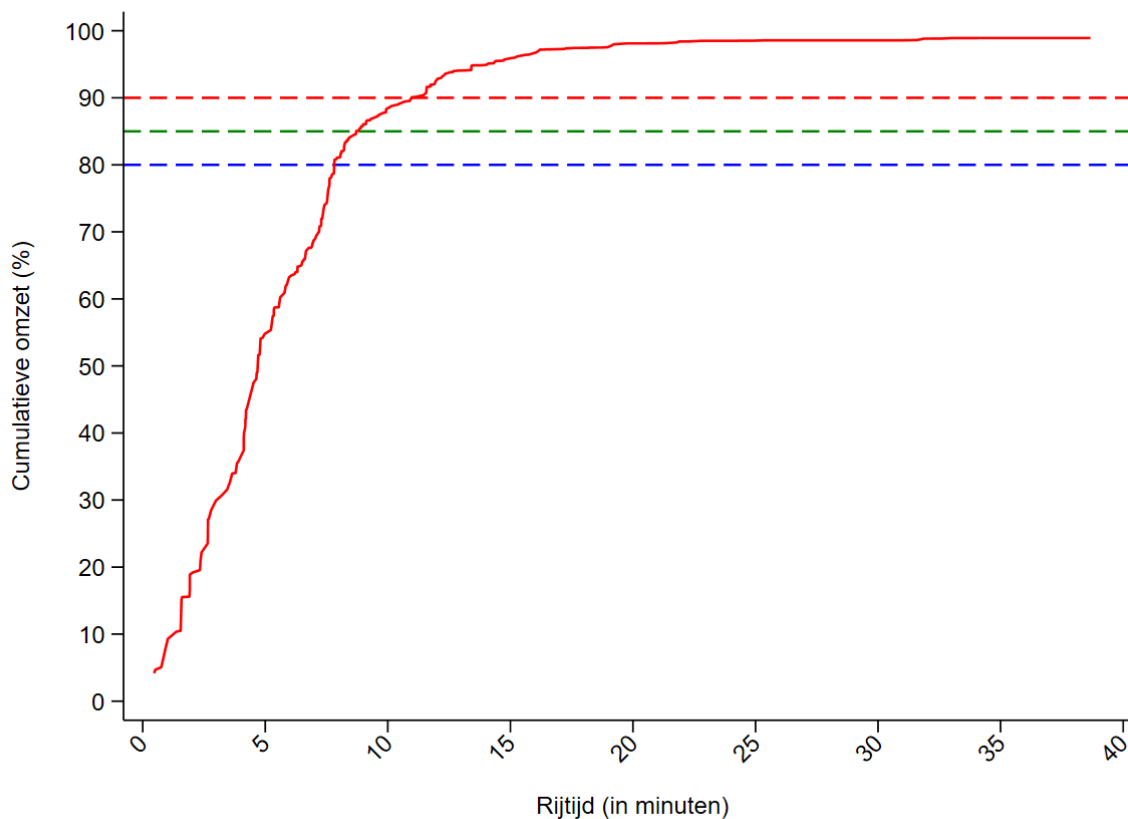
8. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethodologie, op het niveau van individuele winkels.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Cirkel WVO (m ²)	Marktaandeel
Colruyt Nieuwpoort, Jozef Cardijnlaan	0	[1000-1500]	[1000-1500]	[10-20%]
ALDI Nieuwpoort, Albert I laan	2	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
Smatch Nieuwpoort, Kaai	2	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
Carrefour market Nieuwpoort, Kaai	3	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
Proxy Delhaize Nieuwpoort, Albert I laan	5	[0-500]	[0-500]	[0-10%]
OKay Middelkerke, Nieuwpoortlaan	6	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour express Koksijde, Leopold II Laan	11	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Middelkerke, Distellaan	12	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Koksijde, Zeelaan	14	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Proxy Delhaize Koksijde, Leopold II Laan	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Koksijde, Robert Vandammestraat	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Koksijde, Robert Vandammestraat	15	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Proxy Delhaize Middelkerke, Kerkstraat	15	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
SPAR Middelkerke, Paul de Smet de Naeyerstraat	16	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour Hyper Koksijde, Strandlaan	17	[2000-2500]	[500-1000]	[0-10%]
ALDI Veurne, Nieuwpoortkeiweg	17	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
SPAR Koksijde, Guido Gezelleplein	17	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Middelkerke, Rietstraat	17	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Middelkerke, Oostendelaan	17	[2000-2500]	[500-1000]	[0-10%]
Proxy Delhaize Koksijde, Koninklijke Baan	17	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Veurne, Vaartstraat	17	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Middelkerke, Oostendelaan	18	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Veurne, Monnikshoekstraat	18	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Jumbo Veurne, Monnikshoekstraat	18	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize De Panne, De Pannelaan	20	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Albert Heijn Veurne, Koksijdestraat	21	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Gistel, Nieuwpoortse Steenweg	22	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Jumbo Oostende, Torhoutsesteenweg	23	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Andere		[18000-18500]	[500-1000]	[0-10%]

1.2 Marktonderzoek aangaande Galmaarden

1.2.1 Lokale marktconcentratie rond Smatch Galmaarden

9. De onderstaande grafiek geeft de cumulatieve distributiefunctie van rijtijd. De curve vlakt af rond de 85%, dus gebruikt het auditoraat de marktaandeelen voor het verzorgingsgebied van 85%.



10. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandelen op basis van de cirkelmethode, op groepsniveau.

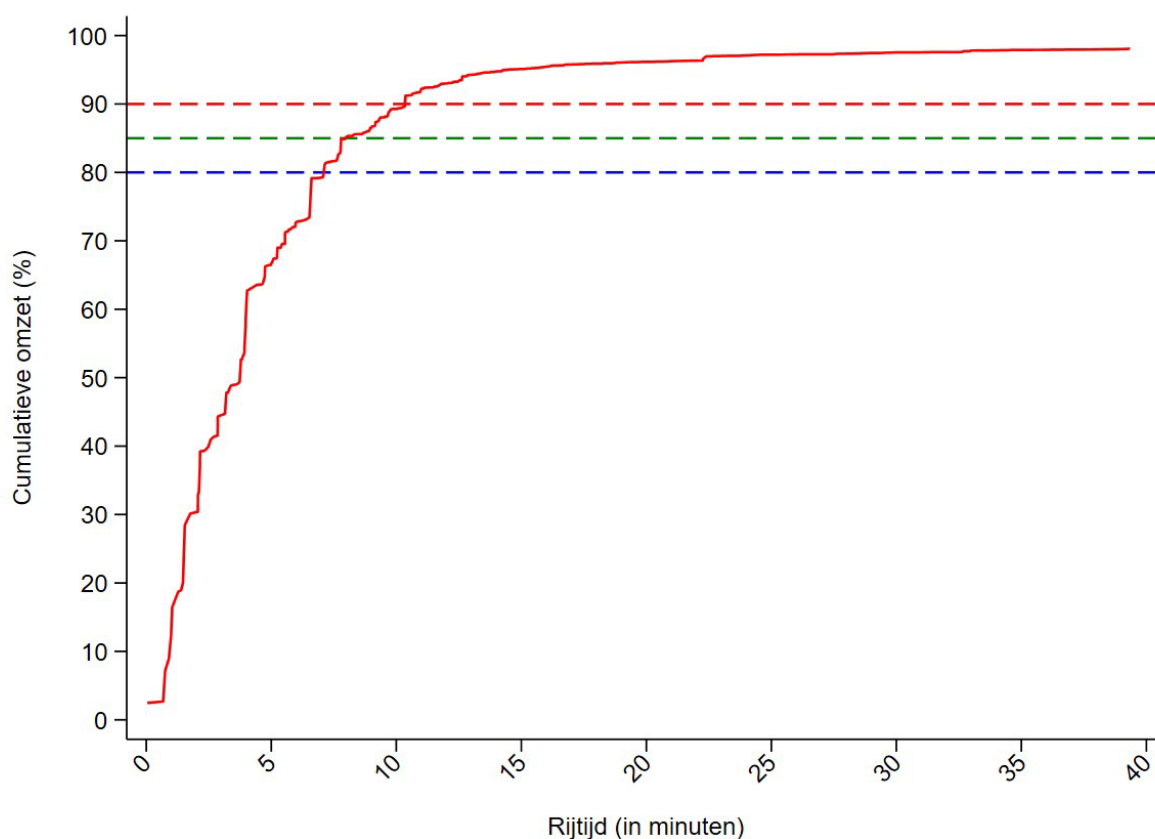
Winkels	Cirkel WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[1000-1500]	[5-10]	[20-30%]
(S)match	[500-1000]	[0-5]	[10-20%]
Partijen	[1500-2000]	[5-10]	[40-50%]
Ahold Delhaize	[1000-1500]	[0-5]	[30-40%]
Carrefour	[0-500]	[0-5]	[10-20%]
ALDI	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Lidl	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Intermarché	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Sequoia	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Jumbo	[0-500]	[0-5]	[0-10%]

11. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethodologie, op het niveau van individuele winkels.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Cirkel WVO (m ²)	Marktaandeel
Smatch Galmaarden, Nieuwstraat	0	[500-1000]	[500-1000]	[10-20%]
AD Delhaize Galmaarden, Marktplein	1	[1000-1500]	[500-1000]	[10-20%]
SPAR Compact Geraardsbergen, Moerbekeplein	6	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
OKay Galmaarden, Ninoofsesteenweg	9	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Geraardsbergen, Zonnebloemstraat	12	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Delhaize Enghien, Square de la Dodane	13	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour express Enghien, Rue de Bruxelles	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
SPAR Ninove, Edingssesteenweg	14	[0-500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Enghien, Rue d'Hoves	14	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Enghien, Chaussée d'Ath	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Geraardsbergen, Astridlaan	15	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Geraardsbergen, Astridlaan	15	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Geraardsbergen, Oudenaardsestraat	16	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Geraardsbergen, Astridlaan	16	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Ninove, Halsesteenweg	18	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Geraardsbergen, Groteweg	19	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Ninove, Polderbaan	21	[3000-3500]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour Hyper Ninove, Albertlaan	22	[2500-3000]	[0-500]	[0-10%]
Andere		[10500-11000]	[0-500]	[0-10%]

I.2.2 Lokale marktconcentratie rond SPAR Compact Geraardsbergen

12. De onderstaande grafiek geeft de cumulatieve distributiefunctie van rijtijd. De curve vlt af rond de 85%, dus gebruikt het auditoraat de marktaandeelen voor het verzorgingsgebied van 85%.



13. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethodologie, op groepsniveau.

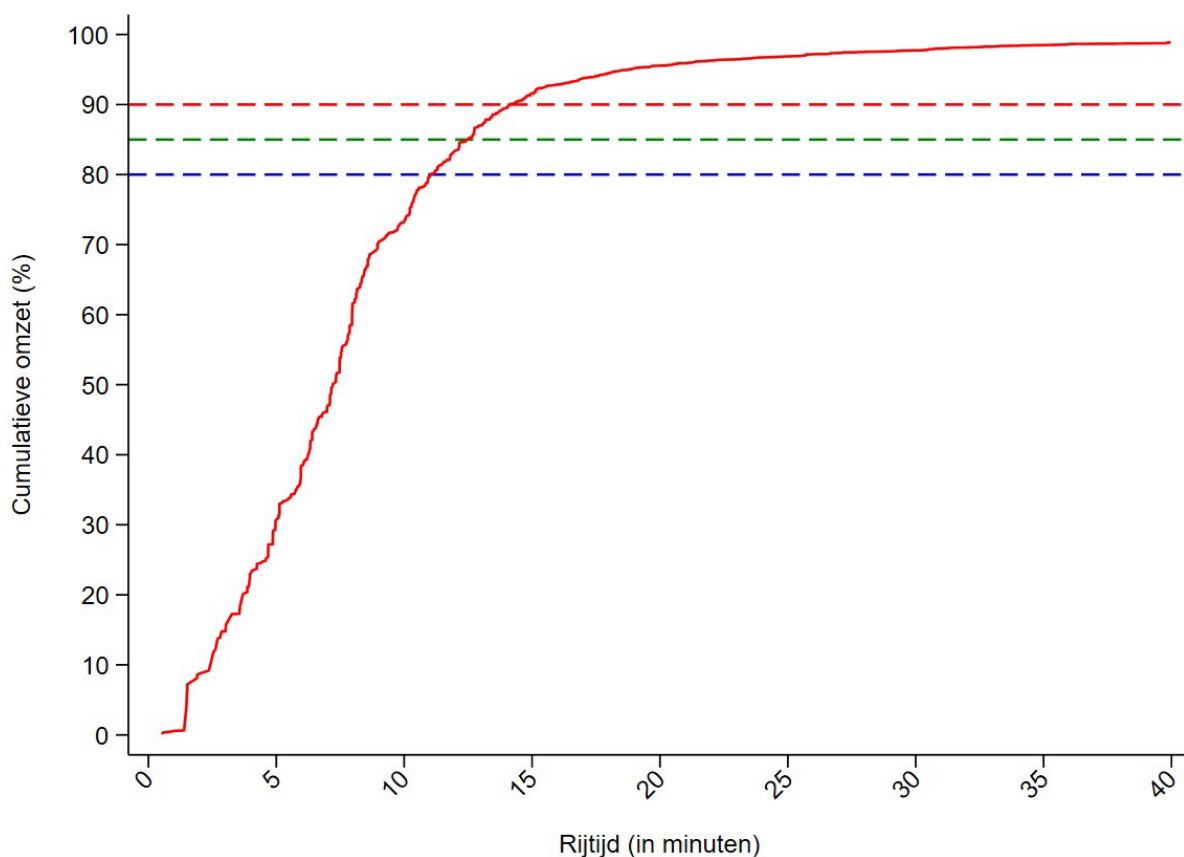
Winkels	Cirkel WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[500-1000]	[0-5]	[20-30%]
(S)match	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Partijen	[1000-1500]	[5-10]	[30-40%]
Ahold Delhaize	[1000-1500]	[5-10]	[30-40%]
Carrefour	[500-1000]	[0-5]	[10-20%]
Lidl	[0-500]	[0-5]	[10-20%]
ALDI	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Intermarché	[0-500]	[0-5]	[0-10%]

14. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethode, op het niveau van individuele winkels.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Cirkel WVO (m ²)	Marktaandeel
SPAR Compact Geraardsbergen, Moerbekeplein	0	[500-1000]	[500-1000]	[10-20%]
AD Delhaize Galmaarden, Marktplein	5	[1000-1500]	[0-500]	[10-20%]
Carrefour market Geraardsbergen, Zonnebloemstraat	6	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Smatch Galmaarden, Nieuwstraat	6	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Geraardsbergen, Astridlaan	9	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Geraardsbergen, Astridlaan	9	[1500-2000]	[0-500]	[10-20%]
Carrefour market Geraardsbergen, Oudenaardsestraat	10	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Geraardsbergen, Astridlaan	10	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Geraardsbergen, Groteweg	13	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
OKay Galmaarden, Ninoofsesteenweg	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Lessines, Chaussée de Grammont	14	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Lessines, Chaussée de Grammont	15	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Geraardsbergen, Leopoldlaan	15	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Delhaize Lessines, Chaussée de Grammont	15	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Delhaize Enghien, Square de la Dodane	17	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Enghien, Rue d'Hoves	18	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Andere		[3500-4000]	[0-500]	[0-10%]

I.2.3 Lokale marktconcentratie rond OKay Galmaarden

15. De onderstaande grafiek geeft de cumulatieve distributiefunctie van rijtijd. De curve vlt af rond de 85%, dus gebruikt het auditoraat de marktaandeelen voor het verzorgingsgebied van 85%.



16. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethodologie, op groepsniveau.

Winkels	Cirkel WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[2000-2500]	[10-15]	[30-40%]
(S)match	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Partijen	[2500-3000]	[10-15]	[30-40%]
Ahold Delhaize	[2000-2500]	[5-10]	[20-30%]
Carrefour	[500-1000]	[5-10]	[10-20%]
ALDI	[500-1000]	[0-5]	[10-20%]
Lidl	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Jumbo	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Intermarché	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Sequoia	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Alvo	[0-500]	[0-5]	[0-10%]

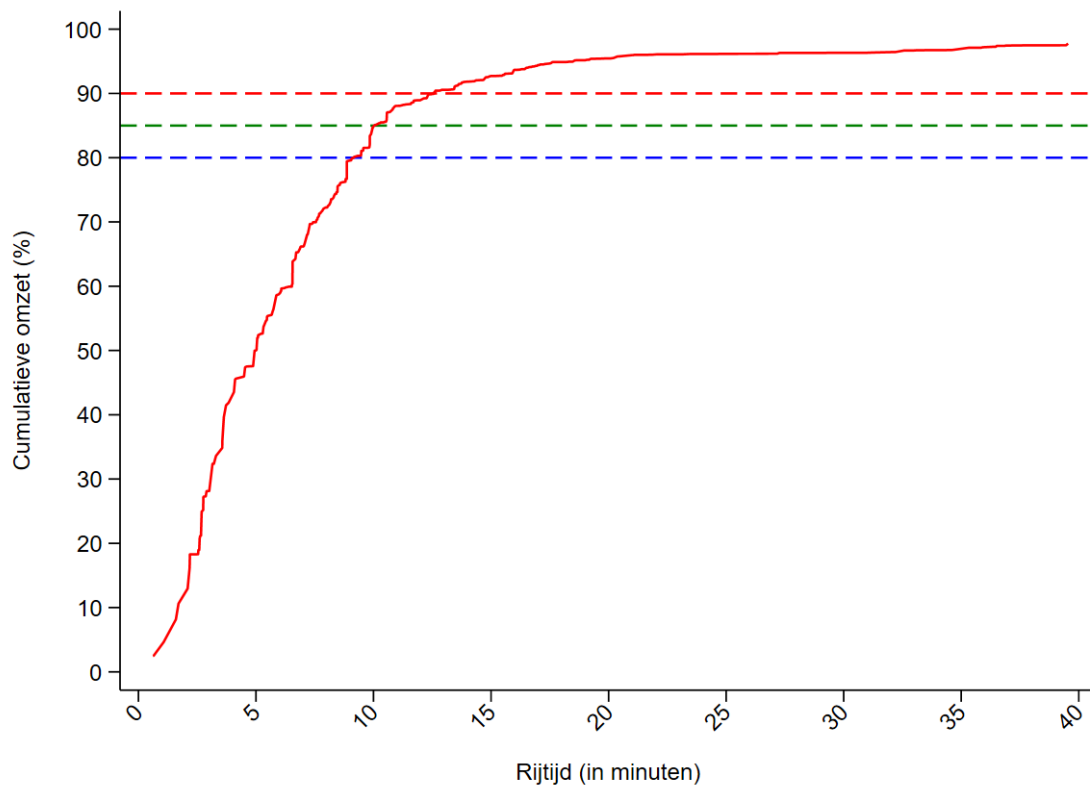
17. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethode, op het niveau van individuele winkels.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Cirkel WVO (m ²)	Marktaandeel
OKay Galmaarden, Ninoofsesteenweg	0	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
SPAR Ninove, Edingsesteenweg	7	[0-500]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Galmaarden, Marktplein	9	[1000-1500]	[500-1000]	[0-10%]
Smatch Galmaarden, Nieuwstraat	9	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Delhaize Enghien, Square de la Dodane	12	[2000-2500]	[500-1000]	[0-10%]
Carrefour express Enghien, Rue de Bruxelles	13	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Enghien, Rue d'Hoves	13	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Enghien, Chaussée d'Ath	13	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Ninove, Halsesteenweg	13	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
SPAR Compact Geraardsbergen, Moerbekeplein	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Sequoia Enghien, Pavé de Soignies	15	[0-500]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Gooik, Edingsesteenweg	16	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Ninove, Ring-West	17	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
OKay Pepingen, Ninoofsesteenweg	17	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Albert Heijn Ninove, Ring-West	17	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Ninove, Graanmarkt	17	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Ninove, Polderbaan	18	[3000-3500]	[500-1000]	[0-10%]
ALDI Ninove, Vuurkruisersstraat	18	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Delhaize Ninove, Vuurkruisersstraat	19	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour Hyper Ninove, Albertlaan	19	[2500-3000]	[0-500]	[0-10%]
Intermarché Super Rebecq, Chaussée d'Enghien	19	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Jumbo Ninove, Brakelsesteenweg	20	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Ninove, Brakelsesteenweg	20	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Geraardsbergen, Zonnebloemstraat	20	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Rebecq, Route de Quenast	21	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Andere		[19500-20000]	[0-500]	[0-10%]

I.3 Marktonderzoek aangaande Zwalm

I.3.1 Lokale marktconcentratie rond Smatch Zwalm

18. De onderstaande grafiek geeft de cumulatieve distributiefunctie van rijtijd. De curve vlt af rond de 85%, dus gebruikt het auditoraat de marktaandeelen voor het verzorgingsgebied van 85%.



19. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethodologie, op groepsniveau.

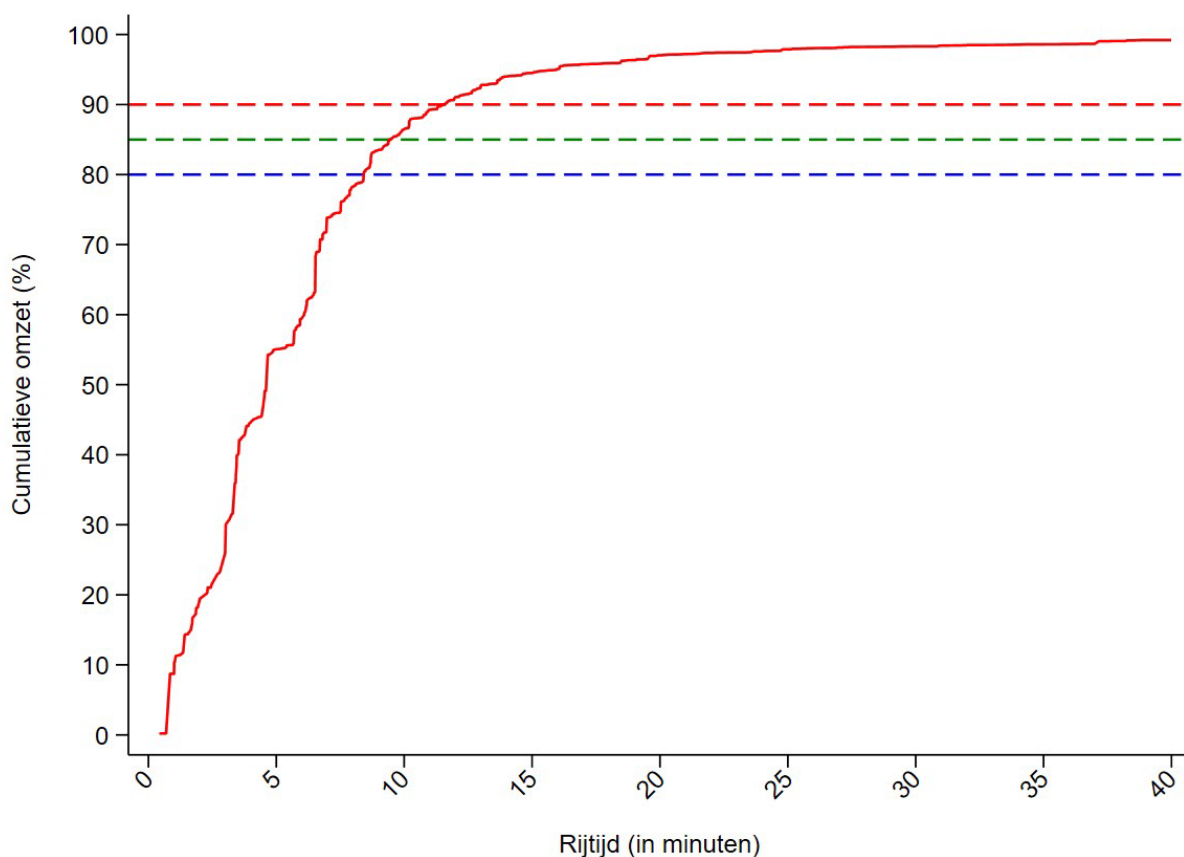
Winkels	Cirkel WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[1500-2000]	[5-10]	[20-30%]
(S)match	[500-1000]	[0-5]	[0-10%]
Louis Delhaize - Targets	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Partijen	[25000-3000]	[10-15]	[30-40%]
ALDI	[1500-2000]	[5-10]	[20-30%]
Ahold Delhaize	[1000-1500]	[5-10]	[20-30%]
Lidl	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Carrefour	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Alvo	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Maranni	[0-500]	[0-5]	[0-10%]

20. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandelen op basis van de cirkelmethodologie, op het niveau van individuele winkels.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Cirkel WVO (m ²)	Marktaandeel
Smatch Zwalm, Noordlaan	0	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
ALDI Zwalm, Hundelgemsebaan	3	[1000-1500]	[500-1000]	[10-20%]
SPAR Zottegem, Opstalstraat	7	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
OKay Gavere, Molenstraat	12	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Gavere, Molenstraat	12	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Oudenaarde, Nedereanamestraat	13	[2000-2500]	[500-1000]	[0-10%]
OKay Kruisem, Alfred Amelotstraat	13	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Proxy Delhaize Kruisem, Kruiskensstraat	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Zottegem, Heldenlaan	14	[0-500]	[0-500]	[0-10%]
Albert Heijn Zottegem, Spelaanstraat	15	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Gavere, Kasteeldreef	15	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Zottegem, Buke	15	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Zottegem, Vandendriesschestraat	15	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Zottegem, Bijlokestraat	15	[2500-3000]	[0-500]	[0-10%]
louis delhaize Zottegem, Buke	16	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Alvo Oosterzele, Rooigemstraat	16	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
SPAR Oudenaarde, Wijnendale	16	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Oosterzele, Stationsstraat	16	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Brakel, Geraardsbergsestraat	16	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Brakel, Geraardsbergsestraat	16	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Herzele, Provincieweg	17	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Brakel, Kasteelstraat	17	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Oudenaarde, Molenstraat	17	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Zottegem, Langestraat	18	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Merelbeke, Hundelgemsesteenweg	19	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Oudenaarde, Gentstraat	19	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Oudenaarde, Tacambaroplein	20	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Andere		[12500-13000]	[0-500]	[0-10%]

I.3.2 Lokale marktconcentratie rond SPAR Zottegem

21. De onderstaande grafiek geeft de cumulatieve distributiefunctie van rijtijd. De curve vlt af rond de 85%, dus gebruikt het auditoraat de marktaandeelen voor het verzorgingsgebied van 85%.



22. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethodologie, op groepsniveau.

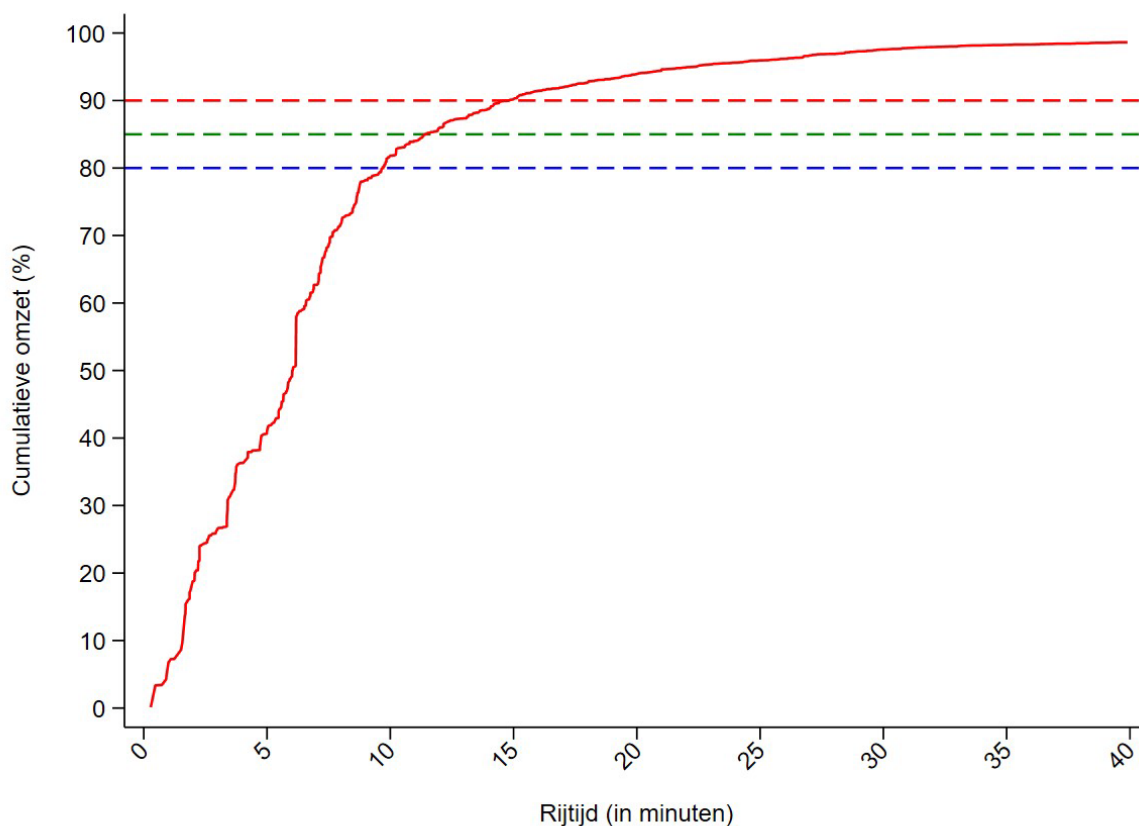
Winkels	Cirkel WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[1500-2000]	[10-15]	[20-30%]
(S)match	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Louis Delhaize - Targets	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Partijen	[2000-2500]	[10-15]	[30-40%]
Ahold Delhaize	[1500-2000]	[5-10]	[20-30%]
ALDI	[1000-1500]	[0-5]	[10-20%]
Lidl	[500-1000]	[0-5]	[0-10%]
Carrefour	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Alvo	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Super Discount Sonck	[0-500]	[0-5]	[0-10%]
Maranni	[0-500]	[0-5]	[0-10%]

23. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethode, op het niveau van individuele winkels.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Cirkel WVO (m ²)	Marktaandeel
SPAR Zottegem, Opstalstraat	0	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
ALDI Zwalm, Hundelgemsebaan	4	[1000-1500]	[500-1000]	[0-10%]
Carrefour market Zottegem, Heldenlaan	7	[0-500]	[0-500]	[0-10%]
Smatch Zwalm, Noordlaan	7	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Albert Heijn Zottegem, Spelaanstraat	8	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Zottegem, Buke	8	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Zottegem, Vandendriesschestraat	8	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Zottegem, Bijlokestraat	9	[2500-3000]	[500-1000]	[10-20%]
louis delhaize Zottegem, Buke	9	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Alvo Oosterzele, Rooigemstraat	9	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
OKay Sint-Lievens-Houtem, Polbroek	10	[0-500]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Herzele, Provincieweg	10	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Herzele, Provincieweg	11	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Zottegem, Langestraat	11	[2000-2500]	[500-1000]	[0-10%]
Proxy Delhaize Sint-Lievens-Houtem, Edgard Tinelstraat	12	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
OKay Herzele, Provincieweg	13	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
SUPER DISCOUNT SONCK Herzele, Groenlaan	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Herzele, Kerkstraat	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
OKay Gavere, Molenstraat	15	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Gavere, Molenstraat	15	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Oudenaarde, Nederenamestraat	15	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Andere		[17000-17500]	[0-500]	[0-10%]

I.3.3 Lokale marktconcentratie rond OKay Gavere

24. De onderstaande grafiek geeft de cumulatieve distributiefunctie van rijtijd. De curve vlt af rond de 85%, dus gebruikt het auditoraat de marktaandeelen voor het verzorgingsgebied van 85%.



25. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandeelen op basis van de cirkelmethodologie, op groepsniveau.

Winkels	Cirkel WVO (m ²)	Aantal winkels	Marktaandeel
Colruyt	[2000-2500]	[10-15]	[20-30%]
(S)match	[500-1000]	[0-5]	[0-10%]
Partijen	[2500-3000]	[15-20]	[30-40%]
Ahold Delhaize	[1500-2000]	[10-15]	[20-30%]
Carrefour	[1000-1500]	[5-10]	[10-20%]
ALDI	[1000-1500]	[5-10]	[10-20%]
Lidl	[500-1000]	[5-10]	[0-10%]
MARANNI	[0-500]	[0-5]	[0-10%]

26. De onderstaande tabel toont de resultaten van de berekening van marktaandelen op basis van de cirkelmethode, op het niveau van individuele winkels.

Winkels	Reistijd (min)	WVO (m ²)	Cirkel WVO (m ²)	Marktaandeel
OKay Gavere, Molenstraat	0	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
ALDI Gavere, Molenstraat	0	[1000-1500]	[500-1000]	[0-10%]
Carrefour market Gavere, Kasteeldreef	3	[500-1000]	[500-1000]	[0-10%]
Smatch Gavere, Stationsstraat	6	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Nazareth, Steenweg	10	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
SPAR Nazareth, Steenweg	10	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Zwalm, Hundelgemsebaan	10	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
OKay Kruisem, Alfred Amelotstraat	11	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Proxy Delhaize Kruisem, Kruiskensstraat	12	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Smatch Zwalm, Noordlaan	12	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
OKay Nazareth, Oudenaardseheerweg	13	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Nazareth, Savaanstraat	14	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Oosterzele, Stationsstraat	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Oudenaarde, Nederennamestraat	14	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
SPAR Zottegem, Opstalstraat	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour market Nazareth, Deinzestraat	14	[500-1000]	[0-500]	[0-10%]
ALDI Oudenaarde, Molenstraat	15	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Albert Heijn Oudenaarde, Westerring	16	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Merelbeke, Hundelgemsesteenweg	17	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Lidl Oudenaarde, Gentstraat	18	[1000-1500]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Oudenaarde, Tacambaroplein	18	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Albert Heijn Gent, Ottergemsesteenweg-Zuid	18	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Delhaize Oudenaarde, Meerspoort	18	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Merelbeke, Gaversesteenweg	19	[1500-2000]	[0-500]	[0-10%]
Colruyt Gent, Edmond Van Hoorebekestraat	20	[2000-2500]	[0-500]	[0-10%]
Carrefour Hyper Gent, Kortrijksesteenweg	21	[3500-4000]	[0-500]	[0-10%]
AD Delhaize Deinze, Gentssesteenweg	22	[2500-3000]	[0-500]	[0-10%]
Andere		[34000-34500]	[0-500]	[10-20%]

II. Gemiddelde omzet per m² van Partijen per Gewest

GEWEST	Winkels	Aantal	Gemiddelde	sd	min	max
Brussel Hoofdstedelijk Gewest	Bio-Planet	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	Colruyt	[10-15]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	Match	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	OKay	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	OKay Compact	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	Smatch	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
Région Wallonne	Bio-Planet	[5-10]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	Colruyt	[50-100]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	Match	[15-20]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	OKay	[25-30]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	OKay Compact	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	SPAR	[50-60]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	SPAR Compact	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	Smatch	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	louis delhaize	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	louis delhaize Open Market	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
Vlaams Gewest	Bio-Planet	[20-25]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	CoMarkt	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	Colruyt	[100-150]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	Match	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	OKay	[100-150]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	OKay Compact	[5-10]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	SPAR	[100-150]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	SPAR Compact	[15-20]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	Smatch	[15-20]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]
	louis delhaize	[0-5]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]	[vertrouwelijk]

Bijlage C bij de Beslissing

Schriftelijke opmerkingen van de aanmeldende partij ingediend op 22 maart 2024

1. INLEIDING

1. De aanmeldende partijen (hierna "**Partijen**") verwijzen naar de Ontwerpbeslissing van de Auditeur van 8 maart 2024 in overeenstemming met Art. IV.64, §1 WER (hierna de "**Ontwerpbeslissing**") in zaak MEDE-CC-23/0036, omtrent de overname van 57 Match/Smatch supermarkten door Colruyt Group. De Partijen stellen vast dat de Ontwerpbeslissing drie locaties aanduidt, waarvoor het Auditoraat van oordeel is dat de uitgevoerde analyses de vrees voor mededingingsbeperkende gevolgen niet hebben weggenomen. Het gaat over de locaties te **Munkzwalm**, **Galmaarden** en **Nieuwpoort**.
2. Partijen begrijpen dat er geen bezorgdheden zijn voor de andere locaties en sluiten zich, voor wat die locaties betreft, aan bij deze positieve conclusie van het Auditoraat.
3. De Partijen bieden met het oog op de goedkeuring van de transactie als verbintenis aan om de huidige Louis Delhaize locatie te **Nieuwpoort** uit de perimeter van de transactie te lichten en bijgevolg geen controle te verwerven over deze locatie. De Partijen hebben de verkopers uitgenodigd om hiermee akkoord te gaan en deze hebben hun akkoord hiermee bevestigd.
4. Het verzoek van de Partijen om de locatie te Nieuwpoort uit de perimeter van de transactie te lichten is ingegeven door hun recente kennisname van feiten met betrekking tot deze locatie. Zij meenden begrepen te hebben dat er, anders dan voor de locaties te Munkzwalm en Galmaarden, op een bepaald ogenblik in de zoektocht van de verkopers naar potentiële overnemers interesse was geuit door één andere supermarktketen. Naderhand is gebleken dat het om **[Vertrouwelijk]** ging. Partijen meenden begrepen te hebben dat **[Vertrouwelijk]**. Op basis van deze informatie gingen Partijen ervan uit dat er geen reële en concrete overnemer was voor de betrokken locatie.
5. Het verzoek om inlichtingen van de Auditeur dd. 6 maart 2024 bracht evenwel aan het licht dat **[Vertrouwelijk]**. Partijen menen dan ook dat de Auditeur terecht in de Ontwerpbeslissing stelt dat er geen zekerheid is dat, indien deze locatie niet wordt overgenomen door de Partijen, de counterfactual voor Nieuwpoort het verdwijnen van een supermarkt op de betrokken locatie zou zijn.

6. Gezien Partijen de counterfactual als een niet noodzakelijk doorslaggevend, maar toch belangrijk onderdeel zien van hun argumentatie, willen zij aan het College een helder dossier (ontdaan van twijfel aangaande de counterfactual) voorleggen. Waar deze twijfel er onmogelijk kan zijn voor Munkzwalm en Galmaarden, kunnen Partijen niet anders dan vaststellen dat deze twijfel er wel kan zijn voor Nieuwpoort. Partijen hebben er alle begrip voor dat de verkopers hen niet in detail kunnen en willen betrekken bij hun gesprekken of plannen met derden. Dit maakt echter dat Partijen niet over de elementen beschikken om een heldere en van iedere twijfel ontdane counterfactual aan het College voor te leggen. Het is om die reden dat Partijen bij de verkopers hebben aangedrongen om akkoord te gaan met het reduceren van de perimeter van de transactie door de locatie van Nieuwpoort eruit te lichten.
7. Rekening houdend met het voormelde, gaan hieronder de schriftelijke opmerkingen van Partijen op de Ontwerpbeslissing bij toepassing van Art. IV.65 §1 WER. Ten eerste wordt het feitelijk kader toegelicht. Vervolgens wordt de huidige stand van zaken besproken, gelinkt aan de bevindingen van het Auditoraat in de Ontwerpbeslissing. Tot slot wordt dieper ingegaan op de *theory of harm*, die dan specifiek wordt toegepast op de weerhouden locaties te **Munkzwalm** en **Galmaarden**. Hierbij zullen de Partijen aantonen dat de overname van deze twee locaties niet zal leiden tot enige unilaterale mededingingsbeperkende effecten die de conclusie kunnen schragen dat de overname van voormelde twee locaties tot gevolg heeft 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 van een machtspositie.

2. FEITELIJK KADER

8. **Steekkaarten** – Op 4 oktober 2023 werd aan de BMA een presentatie overgemaakt, welke meer dan 350 slides omvatte.¹ In deze presentatie werd het gecombineerd marktaandeel voor elk van de verzorgingsgebieden alsook de specifieke elementen die de impact van de transactie beïnvloeden, geschetst. Dit document omvatte een volledig overzicht van de concurrentiële situatie per supermarkt locatie *in scope* van de voorgenomen transactie, in het licht van de gekende beslissingspraktijk. Deze presentatie werd vervolgens op 5 oktober 2023 uiteengezet tijdens een fysieke meeting met de Auditeur-generaal, de Auditeur en het case-team, evenals de raadsleden van verkopers en Partijen.
9. **Verzoek om inlichtingen I** – Het VOI I werd op 18 oktober 2023 voorgelegd aan Partijen. Het werd beantwoord op respectievelijk 3 november 2023, 13 november en 22 november 2023.

¹ I.A.1.2 2023.10.04 Steekkaarten – presentatie Colruyt BMA 05.10.2023.

10. **Ontwerp aanmelding** – Het ontwerp aanmeldingsformulier werd op 22 november 2023 overgemaakt aan de BMA.
11. **Verzoek om inlichtingen II** – Het VOI II werd op 8 december 2023 voorgelegd aan Partijen. Het werd beantwoord op respectievelijk 20 december 2023, 21 december 2023 en 12 januari 2024.
12. **Aanvullende vragen** – Op 15 januari 2024 werden per mail nog enkele aanvullende vragen aan Partijen gesteld. Deze vragen werden beantwoord op respectievelijk 22 januari 2024 en 23 januari 2024.
13. **Formele aanmelding** – De formele aanmelding werd op 2 februari 2024 overgemaakt aan de BMA.
14. **Verzoek om inlichtingen III** – Het VOI III werd op 13 februari 2024 voorgelegd aan Partijen. Het werd beantwoord op respectievelijk 16 februari 2024 en 19 februari 2024.
15. **Verzoek om inlichtingen IV** – Het VOI IV werd op 21 februari 2024 voorgelegd aan Partijen. Het werd beantwoord op respectievelijk 22 februari 2024 en 23 februari 2024.
16. **State-of-play meeting** – Op 22 februari 2024 vond online de *state-of-play* meeting plaats, in aanwezigheid van de Auditeur-generaal, Auditeur Antoon Kyndt, het case team en raadsleden van verkopers en Partijen, respectievelijke Allen & Overy (Louis Delhaize) en Faros (Colruyt Group). Tijdens deze meeting werden een aantal slides getoond, welke door het Economisch Team van de BMA werden toegelicht.²
17. **Verzoek om inlichtingen V** – Het VOI V werd op 23 februari 2024 voorgelegd aan Partijen, en werd beantwoord op 27 februari 2024.

² Een aantal van de slides waren afkomstig van Partijen en derhalve gekend. Een aantal andere slides bevatten bijkomende analyses die zijn toegepast op de aangeleverde cijfers, evenals de toelichting omtrent de zogenaamde 'cirkelmethode' welke (in tegenstelling tot de "in/out" methode) een gewicht zou geven aan concurrenten buiten het verzorgingsgebied. De informatie opgenomen in deze andere slides (met inbegrip van de nieuwe 'cirkelmethode') was niet gekend bij Partijen. Aangezien het om volstrekt nieuwe informatie ging en het tijdens de *state-of-play* meeting aan tijd ontbrak om hier zelfs maar in enige mate van detail door te lopen, hebben Partijen toen gevraagd om deze slides te mogen ontvangen. De Auditeur heeft toen vermeld dat hij binnen het team zou overleggen of de slides konden worden gedeeld, maar de vraag bleef verder onbeantwoord. In hun brief van 29 februari 2024 (zie punt 19) stelden Partijen vast dat de slides niet waren meegedeeld en dat zij, in het licht hiervan, ervan uitgingen dat de Auditeur geen verder beroep zou doen op deze nieuwe informatie. Op die basis gaven zij aan niet langer te insisteren dat de desbetreffende slides zouden worden bezorgd (ervan uitgaande dat het Auditoraat deze nieuwe informatie niet langer zou inroepen in een ontwerpbeslissing). Dit gezegd zijnde, merken Partijen op dat deze nieuwe informatie toch het voorwerp uitmaakt van de Ontwerpbeslissing, hoewel ze tijdens de prenotificatie- en de aanmeldingsprocedure geen voorwerp van toelichting of debat hebben uitgemaakt.

18. **Verzoek tot gedeeltelijke ontheffing uitvoeringsverbod.** Op 27 februari 2024 werd een verzoek tot gedeeltelijke ontheffing van het uitvoeringsverbod voor 52 van de 57 supermarkten *in scope* van de voorgenomen transactie voorgelegd aan de BMA. Volgende vijf locaties vielen niet in het verzoek, aangezien zij volgens de BMA op het tijdstip van het verzoek nog verder onderzoek behoeften: Smatch Gavere, Smatch Oordegem, Smatch Galmaarden, Smatch Munkzwalm en Louis Delhaize Nieuwpoort. Het verzoek werd goedgekeurd door de dienstdoende Voorzitter op 29 februari 2024.
19. **Artikel IV.63, §2 WER brief** – Deze brief werd op 29 februari 2024 voorgelegd aan Partijen. In dit schrijven werd geen beroep gedaan op nieuwe informatie die niet gekend was bij Partijen (zijnde, de cirkelmethode). Uit de brief begrepen Partijen dat drie locaties werden weerhouden, zijnde Munkzwalm, Galmaarden en Nieuwpoort, en dat er voor de andere locaties geen bezorgdheden waren (inclusief Smatch Gavere en Smatch Oordegem). De brief werd op 6 maart 2024 beantwoord door Partijen.
20. **Verzoek om inlichtingen VI** – Het VOI VI werd op 6 maart 2024 voorgelegd aan verkopers, en werd beantwoord op 7 maart 2024.
21. **Ontwerpbeslissing** – De Ontwerpbeslissing werd op 8 maart 2023 overgemaakt aan Partijen. In lijn met de Artikel IV.63, §2 brief van 29 februari 2024 worden drie locaties weerhouden, zijnde Munkzwalm, Galmaarden en Nieuwpoort. Voor de andere locaties stellen Partijen vast dat er geen bezorgdheden zijn.

3. HUIDIGE STAND VAN ZAKEN

22. Aansluitend bij de zienswijze van het Auditoraat zijn Partijen het eens dat **52 locaties** in de voorgenomen transactie als niet-probleematisch zijn gekwalificeerd, gelet op de goedkeuring van de *waiver* (zie hierboven, punt 18). Eveneens in lijn met de Art. IV.63, §2 brief van 29 februari 2024 en de Ontwerpbeslissing van 8 maart 2024, zijn Partijen het eens met het Auditoraat dat ook de **2 locaties** te Oordegem en Gavere geen bezorgdheden opleveren.
23. Partijen zijn het eens met het Auditoraat over een hele reeks punten die zijn opgenomen in de Ontwerpbeslissing. Teneinde het debat voor het College te vereenvoudigen, lijkt het goed de belangrijkste van deze punten kort te vermelden:
 - Partijen zijn het eens met het Auditoraat dat de voorgenomen transactie geen mededingingsbeperkende verticale effecten met zich meebrengt, in de vorm van bronafscherming of klantafscherming, zoals aangegeven in **randnummer 37** van de Ontwerpbeslissing.

- Partijen gaan akkoord met de scope van de productmarkt die het Auditoraat weerhoudt, zijnde een *"afzonderlijke markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen van moderne distributiekkanalen in winkels met een oppervlakte in principe groter dan 400 m²; met uitzondering van bio-winkels en cash-and-carry winkels"*, zoals aangegeven in **randnummer 77** van de Ontwerpbeslissing. Eén en ander is in lijn met de eerdere beslissingspraktijk van zowel de BMA als de Europese Commissie, hetgeen ook door het Auditoraat wordt bevestigd.³
- Partijen zijn het eens met het Auditoraat dat zelfs bij een louter kwantitatieve analyse er rekening dient te worden gehouden met de concurrentiedruk die op een verzorgingsgebied kan worden uitgeoefend door marktspelers die zich buiten dit gebied bevinden, zoals aangegeven in **randnummer 124** van de Ontwerpbeslissing. Het Auditoraat verwijst naar de argumentatie die hiertoe door Partijen is aangeleverd, hetgeen gebeurde in de vorm van "happenkaarten". Deze happenkaarten tonen letterlijk aan hoe het verzorgingsgebied van een concurrent die zich buiten het besproken verzorgingsgebied bevindt, "een hap neemt" uit het verzorgingsgebied in kwestie.⁴
- Partijen zijn het eens met het Auditoraat dat er twee manieren zijn waarop horizontale concentraties de daadwerkelijke mededinging kunnen beperken, zoals aangegeven in **randnummer 139** van de Ontwerpbeslissing, welke verwijst naar de Richtsnoeren van de Europese Commissie.⁵ Deze richtsnoeren verwijzen in eerste instantie naar het risico op niet-gecoördineerde of unilaterale effecten (zoals prijsverhogingen en/of kwaliteitsverminderingen⁶). Daarnaast verwijzen deze Richtsnoeren naar het risico op gecoördineerde effecten.
 - o Wat de gecoördineerde effecten betreft, zijn Partijen het eens met het Auditoraat dat de voorgenomen transactie weinig risico op dergelijke gecoördineerde effecten met zich meebrengt, zoals aangegeven in **randnummer 141** van de Ontwerpbeslissing.
 - o Wat de niet-gecoördineerde effecten betreft, zijn Partijen het eens met het Auditoraat (zie **randnummer 205** van de Ontwerpbeslissing) dat het op zich niet problematisch is dat Colruyt Group zich in de breedte versterkt op lokaal niveau

³ Ontwerpbeslissing, §76.

⁴ Bij wijze van voorbeeld, zie Aanmeldingsformulier, §177.

⁵ Richtsnoeren van de Europese Commissie voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, P.E.U., 31 maart 2004, §22.

⁶ Ontwerpbeslissing, §140.

met de uitbreiding van het aantal winkels in hun bestaande portfolio indien er na de concentratie nog voldoende concurrentie overblijft met een voldoende breed aanbod om lokale consumentenvoorkeuren te bedienen, wat ook gereflecteerd wordt in het beperkt aantal weerhouden risicolocaties. Daarnaast nemen Partijen nota van het feit dat het Auditoraat voor de weerhouden locaties (in het bijzonder Galmaarden en Munkzwalm) aangeeft dat de overname van deze locaties door Colruyt Group negatieve unilaterale effecten tot gevolg zal hebben, in de vorm van verhoogde prijszetting (of bijvoorbeeld minder inzetten op het volgen van promotieacties), verminderde kwaliteit, productaanbod en/of dienstverlening. Echter, op dit punt kunnen Partijen de zienswijze van het Auditoraat niet bijtreden.

- Partijen treden de vaststellingen van het Auditoraat bij dat Ahold/Delhaize de grootste speler is (en post-transactie blijft) op zowel de nationale als Vlaamse markt, gelet op hun marktaandelen op basis van winkelvloeroppervlakte ("**WVO**"). Dit wordt aangegeven in **randnummer 147 e.v.** van de Ontwerpbeslissing (en gemakshalve hieronder opgenomen). Het gebruik van vloeroppervlakte voor de berekening van marktaandelen van supermarkten in de kwantitatieve analyse is in lijn met de gangbare beslissingspraktijk, hetgeen ook door het Auditoraat wordt bevestigd.⁷

Marktaandeel (WVO)	Colruyt Group	Target	Ahold Delhaize	Carrefour	Aldi	Lidl
Nationaal (pre-transactie)	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]
Nationaal (post-transactie)	[20-30%]		[20-30%]	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]
Vlaams gewest (pre-transactie)	[20-30%]	[0-10%]	[20-30%]	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]
Vlaams gewest (post-transactie)	[20-30%]		[20-30%]	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]

- Partijen zijn het eens met het Auditoraat dat de concurrentiedynamiek telkens moet worden afgetoetst aan de lokale situatie, zoals aangegeven in **randnummer 201** van de Ontwerpbeslissing. Dit standpunt werd ook bevestigd door Test Aankoop, die aangaf dat de naastheid van concurrentie van verschillende winkelconcepten winkel per winkel zou moeten worden bepaald.⁸

⁷ Ontwerpbeslissing, §118.

⁸ Ontwerpbeslissing, §201.

24. Een aantal andere zaken in de Ontwerpbeslissing behoeven volgens Partijen een (lichte) correctie (hoewel geen van hen een impact van betekenis heeft op de uitkomst van de analyse):

- In afwijking van wat staat vermeld in **randnummer 52** van de Ontwerpbeslissing omschrijven Partijen de relevante geografische markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen als Europees (en niet als nationaal).⁹ Zoals aangegeven in de formele aanmelding, zijn Partijen echter van mening dat in het midden kan worden gelaten of de inkoopmarkt als nationaal dan wel supranationaal dient te worden beschouwd, aangezien dit de materiële beoordeling niet beïnvloedt.¹⁰ Dit punt wordt bevestigd door het Auditoraat in haar Ontwerpbeslissing.¹¹ Met dit laatste zijn Partijen het dan ook eens.
- In **randnummer 103** van de Ontwerpbeslissing stelt het Auditoraat dat Colruyt Group een dominante positie zou hebben op de verkoopmarkt voor dagelijkse consumptiegoederen. Hiervoor verwijst het Auditoraat naar marktcijfers op basis van omzet, die zijn aangeleverd door Gondola en die in randnummer 144 van de Ontwerpbeslissing worden uiteengezet. Deze tabel verwijst naar een marktaandeel van Colruyt Group van **[20-30%]** en **[20-30%]** (respectievelijk inclusief en exclusief *near food*). Partijen zijn het absoluut oneens dat deze marktcijfers tot een kwalificatie van dominantie leiden en begrijpen niet hoe de stelling in randnummer 103 kan gestaafd worden door een verwijzing naar de tabel in randnummer 144. Inderdaad, de Richtsnoeren van de Europese Commissie¹² stellen dat slechts in geval van een marktaandeel >50% er een (weerlegbaar) vermoeden van dominantie geldt. Daarenboven gelden de principes dat een marktaandeel <40% waarschijnlijk niet leidt tot enige dominantie, en een marktaandeel tussen 40-50% geen afdoend bewijs biedt hiertoe, maar een onderzoek van aanvullende factoren vereist.
- In afwijking van wat staat genoteerd in **randnummer 208** wensen Partijen aan te stippen dat de prijszetting van OKay **[Vertrouwelijk]**.
- Partijen zijn het niet eens dat winkels met een vloeroppervlakte vanaf 200 m² worden meegenomen in de kwantitatieve analyse voor de berekening van de marktaandelen in het kader van de sensitiviteitsanalyse, zoals door het Auditoraat wordt gesteld in **randnummer 125** van de Ontwerpbeslissing. Zoals hierboven reeds aangegeven,

⁹ Aanmeldingsformulier, §128.

¹⁰ Aanmeldingsformulier, §129.

¹¹ Ontwerpbeslissing, §55-56.

¹² Richtsnoeren van de Europese Commissie voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, P.E.U., 31 maart 2004, §17.

houdt het verlagen van de ondergrens van 400 m² naar 200 m² een wezenlijke afwijking in van de bestaande beslissingspraktijk. Partijen hebben dan ook de indruk dat hier artificiële grenzen worden getrokken die met name niet aansluiten bij de beslissingspraktijk van de BMA (waarvan bij de aanvang van de prenotificatiegesprekken nochtans werd gesteld dat zij de basis zou vormen voor de toetsing van de individuele locaties). Zo stelde de BMA in haar ITM beslissing (2022) dat:

*"De même, l'ABC a **exclu** du marché de produits les **magasins d'une surface inférieure à 400 m²**, étant donné que ceux-ci disposent en général d'un assortiment plus limité et ne sont dès lors pas considérés par les consommateurs comme des alternatives suffisantes aux supermarchés. **Si les supermarchés et hypermarchés exercent bel et bien une pression concurrentielle sur ces petits magasins, l'inverse n'est pas vérifié.**"¹³*

Vrij vertaald:

*"Evenzo heeft de BMA **winkels met een oppervlakte van minder dan 400 m² uitgesloten** van de productmarkt, aangezien deze over het algemeen een beperkter assortiment hebben en daarom niet door consumenten worden beschouwd als voldoende alternatieven voor supermarkten. **Hoewel supermarkten en hypermarkten inderdaad concurrentiedruk uitoefenen op deze kleine winkels, wordt het omgekeerde niet bevestigd.**"*

De vaststelling van een ondergrens van 400 m² is met andere woorden niet willekeurig en vloeit voort uit de beslissingspraktijk en is hierin gemotiveerd. Een alternatieve ondergrens van 200 m² strookt niet alleen niet met de beslissingspraktijk van de BMA, zij vindt al evenmin aansluiting bij de praktijk van de mededingingsautoriteiten in de ons omringende landen (Ontwerpbeslissing, **randnummers 63 - 69**). Partijen zijn het dan ook oneens met het Auditoraat waar het voor doeleinden van de marktaandeelberekening in deze zaak plots afwijkt van de relevante markt zoals die gedefinieerd wordt in de vaststaande beslissingspraktijk.

- Op het punt van de verschuiving van omzet tussen de Colruyt Group enseignes (post-transactie) wensen Partijen aan te stippen dat het Auditoraat in **randnummer 252** en **randnummer 316** van de Ontwerpbeslissing (respectievelijk voor Galmaarden en Munkzwalm) de gegevens mogelijk niet geheel correct inschat. Dit punt is uitdrukkelijk aan bod gekomen tijdens een video conferentie met de geo-data specialisten van Colruyt Group en is vervolgens verder toegelicht in een schrijven aan het Auditoraat dd. 29 februari 2024.¹⁴ Verschuiving verwijst naar het fenomeen waarbij de omzet van een bestaande supermarkt binnen de Colruyt Group zou verminderen als gevolg van de

¹³ Beslissing van de BMA van 9 november 2022, 22-C/C-35 - ITM Alimentaire Belgium / Mestdagh, para 73.

¹⁴ Zie I.B.19.1. 2024.02.29 Mail met PV's vergadering 15.02.2024 en toelichting begrippen totale en schadelijke verschuiving.

opening van een nieuwe supermarkt door Colruyt Group in de buurt. In het geval dat de omzet van een bestaande winkel significant zou dalen als gevolg van het openen van een nieuw filiaal, wordt er gesproken van 'schadelijke verschuiving'. Een schadelijke verschuiving treedt in de modellen van Colruyt Group theoretisch op wanneer de omzet in één van de omliggende winkels met meer dan **[Vertrouwelijk]** (OKay of Spar) of **[Vertrouwelijk]** (CLP) zou dalen én de out-of-pocket ("OOP") onder **[Vertrouwelijk]** zakt. Als dit niet het geval is, duidt dit erop dat het openen van het nieuwe filiaal als complementair wordt beschouwd ten opzichte van de reeds bestaande winkels in de buurt en bijgevolg *businesswise* zinvolle efficiënties oplevert. In ieder geval moet het percentage worden berekend op basis van het 'verlies' van omzet voor alle afzonderlijke bestaande Colruyt Group enseignes in de buurt. Het percentage van de ingeschatte omzet van een nieuw enseigne dat wordt teweeggebracht door de verschuiving, zoals wordt berekend in randnummers 252 en 316, leidt niet meteen tot bijzondere inzichten (minstens voor wat Partijen betreft).

- **Randnummer 332** van de Ontwerpbeslissing geeft enkele bedenkingen van concurrenten weer, welke o.a. **[Vertrouwelijk]**.

25. Tot slot wensen Partijen nog een voorafgaande bedenking te formuleren bij **randnummer 215** van de Ontwerpbeslissing, waarbij het Auditoraat verwijst naar **[Vertrouwelijk]**. Dergelijke vermelding behoeft toelichting. De Partijen vrezen immers dat de Ontwerpbeslissing onterecht garen poogt te spinnen¹⁵ uit deze vermeldingen:

- **[Vertrouwelijk]**.
- **[Vertrouwelijk]**.
- **[Vertrouwelijk]**.¹⁶

26. Ook de hierop volgende aanname van de Auditeur in **randnummer 216** van de Ontwerpbeslissing is niet correct. In dit randnummer gaat de Auditeur er letterlijk 'van uit' dat Colruyt Group bepaalde winkels niet bij de voorgenomen transactie heeft betrokken omwille van het risico om geen toelating te krijgen van de BMA, aangezien er 27 Match/Smatch supermarkten niet in de scope van de transactie zitten. Dit is niet het geval en Partijen begrijpen niet op welke basis de Ontwerpbeslissing dit (ogenschijnlijk speculatief) stelt. Zoals meerdere keren door Partijen toegelicht, werd de scope vastgelegd op basis van een onderhandeld

¹⁵ Ontwerpbeslissing, §260, §291, §324.

¹⁶ Zie I.A.19.1 2024.01.23 Mail BMA betreffende long list potentieel problematische winkels. In deze mail worden de 5 (van de 57) winkels opgelijst die verder onderzoek behoeven. De overige 52 winkels worden als niet problematische beschouwd.

totaalpakket, waarbij zowel de verkopers als Partijen hun wensen hebben op tafel gelegd. Voor Colruyt Group was het belangrijk dat de mogelijke overname van alle 57 winkels (als onderhandeld totaalpakket) de nodige economische return opleverde. Partijen hebben hierbij geen locaties uitgesloten vanuit overwegingen dat de BMA deze mogelijk niet zou toelaten.

4. THEORY OF HARM

27. Zoals hierboven reeds toegelicht, volgt het Auditoraat de *theory of harm* zoals deze wordt uiteengezet in de Richtsnoeren van de Europese Commissie¹⁷. Deze stellen dat horizontale concentraties de daadwerkelijke mededinging op twee manieren kunnen beïnvloeden, namelijk door niet-gecoördineerde (unilaterale) en gecoördineerde effecten. Zowel het Auditoraat als Partijen zijn het eens dat de voorgenomen transactie weinig risico op gecoördineerde effecten met zich meebrengt. Ook wat de niet-gecoördineerde effecten betreft, zijn het Auditoraat en Partijen het eens dat de overname van 54 van de 57 locaties door Colruyt Group geen dergelijke negatieve effecten zal bewerkstelligen. Voor 3 uitstaande locaties (zijnde, Nieuwpoort, Munkzalm en Galmaarden - hetgeen wordt teruggebracht naar 2 locaties gelet op het lichten van Nieuwpoort uit de perimeter) geeft het Auditoraat aan dat de overname door Colruyt Group negatieve unilaterale effecten tot gevolg zal hebben, in de vorm van verhoogde prijszetting (of bijvoorbeeld minder inzetten op het volgen van promotieacties), verminderde kwaliteit, productaanbod en/of dienstverlening.
28. Partijen zijn echter van mening dat de overname van deze twee locaties te Munkzalm en Galmaarden niet leidt tot dergelijke unilaterale effecten en al zeker niet tot unilaterale effecten die maken dat er enige redelijke bezorgdheid kan bestaan dat deze aan de wettelijke test voldoen (zijnde 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 van een machtspositie). Eén en ander wordt hieronder verder toegelicht, op basis van een analyse per locatie.
29. In dat opzicht begrijpen Partijen dat het Auditoraat de overname van deze winkels ook per locatie heeft geanalyseerd, met als uitgangspunt de marktaandeelen van de relevante partijen per locatie op basis van hun winkelverkoopvloeroppervlakte. Partijen begrijpen vervolgens dat deze aandelen werden gecorrigeerd via de cirkelmethode en dat daarnaast een vergelijking werd gemaakt met de marktaandeelen op basis van omzet/m². Ook heeft het Auditoraat de ingeschatte 'verschuiving' van bestaande omzet binnen Colruyt Group enseignes naar de nieuwe locatie in rekening genomen. Het valt Partijen op dat het hier op ieder van deze punten om een louter kwantitatieve analyse gaat en dat de kwalitatieve dimensies die in de loop van de

¹⁷ Richtsnoeren van de Europese Commissie voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen, P.E.U., 31 maart 2004.

prenotificatiegesprekken uitvoerig zijn aan bod gekomen en eveneens het voorwerp hebben uitgemaakt van meerdere vragen van het Auditoraat in de verzoeken om inlichtingen nauwelijks tot niet zijn betrokken. Verder stellen Partijen vast dat het Auditoraat voor ieder van de beide locaties als "relevante counterfactual" weerhoudt dat de betrokken Smatch locatie wordt overgenomen door een "effectieve concurrent van de Colruyt Group" (zie, onder andere, Ontwerpbeslissing, **randnummers 254 en 317**).

30. Partijen zijn van mening dat het Auditoraat, ondanks de uitvoering van meerdere (louter) cijfermatige en eerder abstracte analyses, het effectieve risico op enige beweerde negatieve unilaterale effecten als gevolg van de transactie niet concreet aantoot en nalaat om het integrale dossier bij de analyse te betrekken. Hierna zullen Partijen voor ieder van de beide locaties in detail ingaan op volgende punten:

- De situatie 'as is' (i.e. pre-transactie), met bijzondere aandacht voor de bewijsvoering inzake de concurrentiedruk die op dat ogenblik geldt. Dit is belangrijk omdat het wegvallen van concurrentiedruk een factor van belang kan zijn bij de beoordeling van mogelijke unilaterale effecten en een juiste inschatting van de concurrentiedruk noodzakelijk is voor een vergelijking tussen de situatie pre- en post-transactie.
- De situatie post-transactie, met bijzondere aandacht voor de bewijsvoering inzake de toekomstige prijszetting van het nieuwe enseigne (OKay voor zowel Galmaarden als Munkzwalm) en de concurrentiële druk die het nieuwe enseigne zal ervaren.
- De counterfactual, i.e. wat zal de concurrentiële situatie zijn als de transactie niet wordt goedgekeurd voor de betrokken locaties.

1. Situatie as is

31. Zowel in Munkzwalm als in Galmaarden worden momenteel Smatch winkels uitgebaat. In lijn met de *theory of harm* zouden er negatieve unilaterale effecten kunnen zijn indien de voorgenomen transactie een negatieve impact zou hebben op de prijszetting, promoties en/of het assortiment van de bestaande winkels in de buurt, en dan specifiek van de Colruyt Group enseignes. Dergelijke effecten kunnen zich enkel veruitwendigen indien het vandaag objectief aantoonbaar is dat de Smatch winkels in zowel Munkzwalm als Galmaarden een impact hebben op de prijszetting, promoties en/of het assortiment van de winkels van Colruyt Group in de buurt. Inderdaad, enkel indien er vandaag een effectieve concurrentiële druk wordt uitgeoefend door de Smatch winkels op de bestaande Colruyt Group winkels, kan deze in de toekomst wegvallen als gevolg van de transactie. Indien dergelijke concurrentiële druk vandaag niet aanwezig is, kan deze als gevolg van de voorgenomen transactie ook niet wegvallen en

wordt de concurrentiële situatie niet in negatieve zin veranderd. Deze conclusie is des te meer geldig nu onmiskenbaar vaststaat dat er geen enkel redelijk vooruitzicht is dat de Louis Delhaize groep zich in de toekomst concurrentiël zal en zelfs kan opstellen.

32. Ten eerste wat de **prijzetting** betreft, werd door Partijen meermaals en onderbouwd toegelicht dat de prijzen van de Colruyt Group enseignes rond respectievelijk Smatch Munkzwalm en Smatch Galmaarden op geen enkele manier beïnvloed worden door deze Smatch winkels. Bij het onderzoek hieromtrent kan naar twee elementen worden gekeken: prijsafstand en prijsintensiteit. Het element van prijsafstand¹⁸ vertaalt zich in het prijsverschil tussen de prijzen van een Colruyt Group enseigne en dit van een bepaalde concurrent, bijv. Smatch. Het element van prijsintensiteit¹⁹ geeft daarnaast een indicatie van de mate waarin een concurrent prijs-leidend is geweest voor de betrokken OKay of Spar-vestiging en dus neerwaartse prijsdruk heeft uitgeoefend.

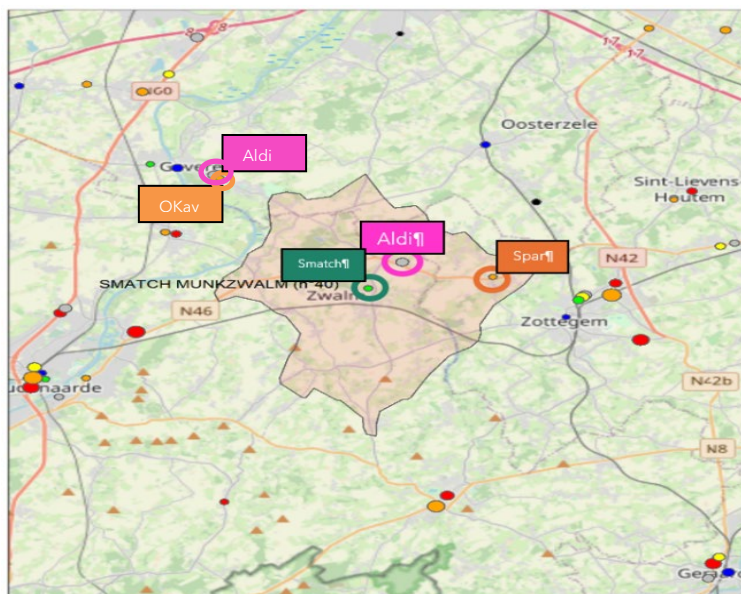
Smatch Munkzwalm

33. De twee Colruyt Group enseignes die in de Ontwerpbeslissing door het Auditoraat worden meegenomen in de analyse met betrekking tot Smatch Munkzwalm zijn Spar Zottegem (die op 4,8 km ligt) en OKay Gavere (die op 7,7 km ligt) (Ontwerpbeslissing, **randnummers 305-313**). De respectievelijke aandelen van deze winkels (berekend aan de hand van vloeroppervlakte binnen het verzorgingsgebied) gaan hieronder, evenals een visuele voorstelling van hun locatie:

Winkel	Vvo (m ²)	Reistijd (min)	MA 80% Verzorgingsgebied	MA 85% Verzorgingsgebied	MA 90% Verzorgingsgebied
LD (Smatch Munkzwalm)	[500-100]	/	[20-30%]	[20-30%]	[10-20%]
Aldi Zwalm	[1000-1500]	3	[50-60%]	[50-60%]	[30-40%]
Colruyt (Spar Zottegem)	[500-100]	7	[20-30%]	[20-30%]	[10-20%]
Colruyt (OKay Gavere)	[500-100]	12			[10-20%]
Aldi Gavere	[1000-1500]	12			[20-30%]
Gezamenlijk aandeel (CLT+LD)	/	/	[40-50%]	[40-50%]	[40-50%]

¹⁸ De prijsafstand geeft aan wat het gewogen prijsverschil is tussen de OKay/Spar en een bepaalde concurrent. **[Vertrouwelijk]**. Zie Aanmeldingsformulier, Bijlage 7.3.1.o.

¹⁹ De prijsintensiteit geeft een indicatie van het deel van het assortiment van de OKay/Spar waarvan de prijs door de concurrent effectief wordt bepaald. **[Vertrouwelijk]**. Zie Aanmeldingsformulier, Bijlage 7.3.1.o.



- Wat **OKay Gavere** betreft, [**Vertrouwelijk**]. Wat OKay Gavere betreft, ligt de prijsafstand tussen hun producten en deze van Smatch Munkzwalm op meer dan [**Vertrouwelijk**]. [**Vertrouwelijk**]. Met andere woorden, de prijsintensiteit²⁰ in de relatie tussen OKay Gavere en Smatch Munkzwalm is [**Vertrouwelijk**]. Deze cijfers werden door Partijen reeds in het aanmeldingsformulier aan het Auditoraat kenbaar gemaakt.²¹
- Wat alle Spar filialen betreft (incl. **Spar Zottegem**), [**Vertrouwelijk**]. Op het vlak van prijsafstand liggen deze prijzen over het algemeen [**Vertrouwelijk**] lager dan deze van Smatch. Voor huismerken gaat dit zelfs tot [**Vertrouwelijk**]. Als gevolg van deze significante prijsafstand, worden de prijzen van Smatch (incl. Smatch Munkzwalm) [**Vertrouwelijk**]. Deze informatie werd door Partijen ook reeds aan het Auditoraat kenbaar gemaakt in het aanmeldingsformulier²², en vervolgens op 16 februari 2024 verder toegelicht in hun antwoord op het derde VOI.²³

Smatch Galmaarden

De twee Colruyt Group enseignes die in de Ontwerpbeslissing door het Auditoraat in detail worden meegenomen in de analyse met betrekking tot Smatch Galmaarden zijn OKay Vollezele (die op 5,7 km ligt) en Spar Compact Geraardsbergen (ook Spar Moerbeke genoemd - die op 4,3 km ligt) (Ontwerpbeslissing, **randnummers 239 -247**). De respectievelijke marktaandeelen van deze winkels gaan hieronder, evenals een visuele voorstelling van de locatie van de winkels.

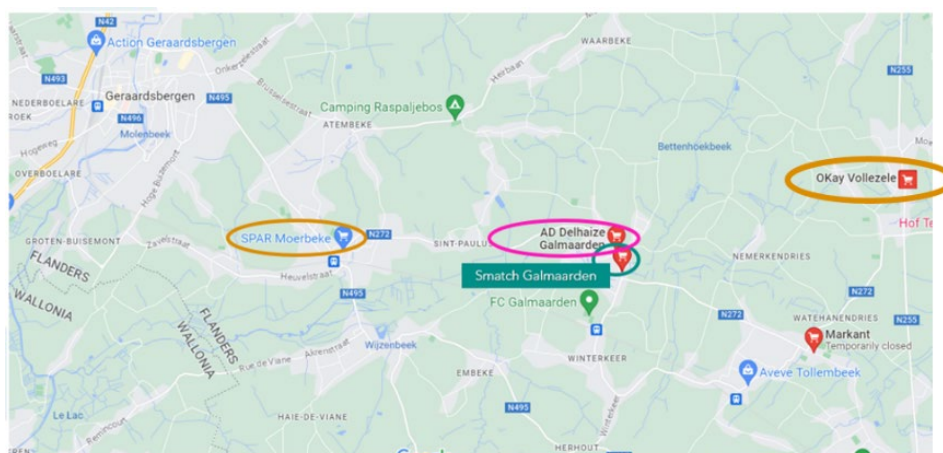
²⁰ De prijsintensiteit voor OKay Gavere is als volgt : [**Vertrouwelijk**].

²¹ Aanmeldingsformulier, Bijlage 7.3.1.o.

²² Aanmeldingsformulier, §172, derde streep; §191, eerste streep.

²³ Bijlage 3 (VOI 3 BMA) - RAP31211 rapport wekelijkse index - Spar CG.

Winkel	Vvo (m ²)	Reistijd (min)	MA 80% Verzorgingsgebied	MA 85% Verzorgingsgebied	MA 90% Verzorgingsgebied
LD (Smatch Galmaarden)	[500-1000]	/	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]
Ahold Delhaize (AD Delhaize)	[1000-1100]	1	[40-50%]	[40-50%]	[30-40%]
Colruyt (Spar Moerbeke)	[500-1000]	6	[20-30%]	[20-30%]	[10-20%]
Colruyt (OKay Vollezele)	[500-1000]	9			[20-30%]
Gezamenlijk aandeel (CLT+LD)	/	/	[50-60%]	[50-60%]	[60-70%]



- Wat **Spar Moerbeke** betreft, stelt de Auditeur in de Ontwerpbeslissing expliciet dat deze winkel - ondanks de overlap met het verzorgingsgebied van Smatch Galmaarden - niet als een risicolocatie wordt beschouwd.²⁴ Partijen verwijzen in dat opzicht ten overvloede naar bovenstaande toelichting omtrent de prijszetting van de Spar filialen (hetgeen evenzeer van toepassing is op Spar Moerbeke) en het gebrek aan enige concurrentiële druk van Smatch filialen hierop. Partijen nemen dan ook aan dat op deze basis deze locatie geen verdere behandeling vergt.
- Wat **OKay Vollezele** betreft, [**Vertrouwelijk**]. [**Vertrouwelijk**], beïnvloeden de prijzen van Smatch (en dus *a fortiori* de prijzen van Smatch Galmaarden) op geen enkele manier de prijszetting van het OKay enseigne. Ook deze toelichting werd reeds door Partijen in het aanmeldingsformulier aan het Auditoraat overgemaakt.²⁵

34. Bovenstaande toont ontegensprekelijk aan dat zowel de Smatch winkel in Munkzwalm als in Galmaarden geen concurrentiedruk uitoefenen op enige van de winkels die door het Auditoraat als een risicolocatie wordt omschreven. Daarvoor zijn hun prijzen merkbaar te hoog

²⁴ Ontwerpbeslissing, §247.

²⁵ Aanmeldingsformulier, §191, tweede streep; Aanmeldingsformulier, Bijlage 7.3.1.o.

en zijn het bijgevolg nooit deze winkels die prijsdruk uitoefenen op de betrokken winkels. Partijen durven te hopen dat er op dit vlak geen enkele twijfel kan bestaan en dat er zelfs niet de minste indicatie uit het onderzoek van het Auditoraat of in de Ontwerpbeslissing is naar voren gekomen waaruit het tegendeel zou blijken.

35. Omgekeerd (en hoewel dit minder relevant is voor de prospectieve analyse die dient gedaan te worden) wordt de prijszetting van de Smatch winkels ook niet beïnvloed door die van Colruyt Group winkels in de buurt, gezien **[Vertrouwelijk]**. Deze informatie werd door Partijen ook reeds aan het Auditoraat kenbaar gemaakt in het aanmeldingsformulier.²⁶
36. Ten overvloede geven Partijen hieronder mee dat ook wat het voeren van **promoacties** en **assortimentsvergelijking** betreft, de Smatch winkels te Munkzwalm en Galmaarden absoluut geen impact op hebben op enig relevant Colruyt Group enseigne in de buurt van deze winkels.
- Wat het voeren van **promoacties** betreft, wordt het promobeleid van OKay **[Vertrouwelijk]**. Dit leidt ertoe dat promoacties van Smatch Munkzwalm of Smatch Galmaarden (of van enige andere concurrenten) geen invloed hebben op de promoties van OKay vestigingen waar ook in België. Ook wat de Spar winkels in de buurt van Munkzwalm en Galmaarden betreft, worden de promoacties **[Vertrouwelijk]**. Daarenboven publiceren Smatch (en Match) **[Vertrouwelijk]**. Ook dit laatste werd reeds aan het Auditoraat meegedeeld in het aanmeldingsformulier.²⁷
 - Tot slot, hebben de Smatch winkels te Munkzwalm en Galmaarden ook geen invloed op het **assortiment** dat in de naburige OKay en Spar winkels aan de eindklanten wordt aangeboden. Zo wordt het assortiment **[Vertrouwelijk]**.
37. Samenvattend kan dan ook gesteld worden dat het objectief is aangetoond dat noch qua prijzen/promoties, noch qua assortimentspolitiek er enige aanwijsbare concurrentiedruk uitgaat van Smatch Munkzwalm op OKay Gavere of Spar Zottegem en dat hetzelfde geldt voor Smatch Galmaarden met betrekking tot OKay Vollezele. Dit impliceert dat door het overnemen van de beide Smatch winkels de betrokken winkels van de Colruyt Group onderhevig blijven aan exact dezelfde concurrentiedruk als voorheen. Deze druk gaat immers uit van andere enseignes dan Smatch. Volledigheidshalve brengen Partijen in herinnering dat Spar Moerbeke niet als een risicolocatie door het Auditoraat wordt gezien.

²⁶ Aanmeldingsformulier, §216-220.

²⁷ Aanmeldingsformulier, §172, eerste streep; §179, eerste streep; §190, eerste streep; §203.

2. Situatie post-transactie

38. In lijn met de *theory of harm* moet ook worden nagegaan of er, als gevolg van de voorgenomen transactie, een negatieve impact zou kunnen zijn op de prijszetting, promoties en/of het assortiment van de nieuwe OKay winkels die in de plaats van de huidige Smatch winkels zouden geopend worden. Dit is de analyse van de mededingingsrechtelijke situatie post-transactie. In het licht van de conclusie met betrekking tot de situatie pre-transactie is het immers niet nodig om in dit deel in te gaan op de impact van de opening van een OKay winkel in Munkzwalm en Galmaarden op de andere enseignes van de Colruyt Group in de buurt. Dit zou immers enkel maar zinvol zijn als er aantoonbare concurrentiedruk uitgaat van de Smatch winkels die ingevolge transactie zouden verdwijnen. Zoals in het vorige deel werd aangetoond is dit niet het geval.
39. Bij wijze van algemene inleiding kan gesteld worden dat er weinig discussie mogelijk is dat de toekomstige OKay enseignes een **ruimer assortiment** zullen aanbieden aan **scherpere prijzen** dan de bestaande betrokken Smatch winkels. Dit is het logische gevolg van twee factoren:
- De eerste factor is de **[Vertrouwelijk]** van de Louis Delhaize groep. Hierdoor heeft Louis Delhaize in de laatste jaren **[Vertrouwelijk]**. Deze cijfers werden door Partijen reeds in het aanmeldingsformulier aan het Auditoraat kenbaar gemaakt.²⁸ Voor een uitgebreide toelichting omtrent de **[Vertrouwelijk]** van Smatch (en Match) verwijzen Partijen naar afdeling 7.6.2, randnummer 216 e.v. van het aanmeldingsformulier.
 - De tweede factor is dat OKay **[Vertrouwelijk]**. Deze prijsstrategie zorgt er dan ook voor dat de consument in de nieuwe OKay vestigingen gegarandeerd betere prijzen krijgt dan deze die hij nu betaalt in Smatch Munkzwalm of Smatch Galmaarden.
40. Het is dan ook niet voor redelijke discussie vatbaar dat de nieuwe OKay vestigingen betere marktspelers zullen zijn dan de huidige Smatch filialen en de consument hiervan het voordeel zal genieten. Of zoals Testaankoop het stelde tijdens de marktbevraging door het Auditoraat: *"Globaal gezien is het prijsniveau van Colruyt en Okay goedkoper dan winkels van Match en Smatch. [...] Doorgaans zal de overname van Match/Smatch winkels leiden tot "goedkopere boodschappen" in die gemeentes waar "Colruyt"-winkels zich bevinden"*.²⁹

²⁸ Aanmeldingsformulier, Bijlage 7.3.1.o.; Daarenboven werd dit punt expliciet bijkomend toegelicht door Partijen aan het Auditoraat in hun schrijven van 6 februari 2024.

²⁹ Zie II.C. I. 4.2. 2023.12.21 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Test Aankoop NVV, vraag 1.

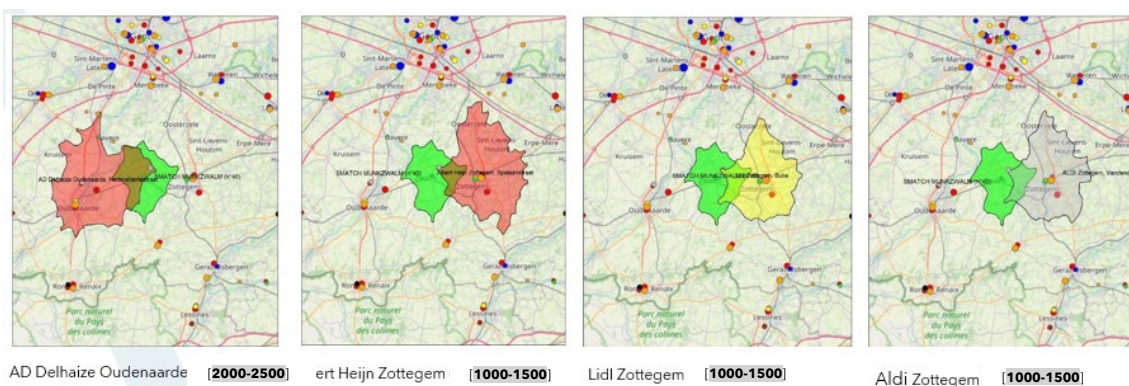
OKay Munkzwalm

41. Wat de toekomstige **OKay** betreft (**op de plaats van Smatch Munkzwalm**), zullen de prijzen **[Vertrouwelijk]**.³⁰
42. Ook zullen concurrenten buiten het verzorgingsgebied van het nieuwe OKay enseigne te Munkzwalm een significante concurrentiële druk uitoefenen op deze nieuwe winkel. Eén en ander werd in het aanmeldingsformulier³¹ reeds uitgewerkt voor de huidige Smatch winkel te Munkzwalm, waarbij deze lijn parallel kan worden doorgetrokken naar het nieuwe OKay enseigne:
- Zoals hierboven toegelicht, tonen “happenkaarten” letterlijk aan hoe het verzorgingsgebied van een concurrent die zich buiten het besproken verzorgingsgebied bevindt, “een hap neemt” uit het verzorgingsgebied van de winkel op de onderzochte locatie. Dit betekent concreet dat deze concurrent (hoewel hij zich buiten het verzorgingsgebied bevindt) klanten aantrekt die zich binnen dat verzorgingsgebied bevinden. Gezien de onderzochte locatie zich niet kan veroorloven om klanten te verliezen aan deze concurrent, zal deze laatste een disciplinerende invloed hebben (op de prijszetting) op de onderzochte locatie.
 - Op onderstaande kaarten wordt het verzorgingsgebied rond Smatch Munkzwalm afgebeeld als het groene vlak (80%). Deze situatie geldt *a fortiori* voor de 85% en 90% verzorgingsgebieden (een groter verzorgingsgebied leidt tot een grotere ‘hap’).
 - Zelfs wanneer enkel wordt gekeken naar de verzorgingsgebieden die worden toebedeeld aan AD Delhaize Oudenaarde (zijnde, het rode vlak op de uiterst linkse kaart) en Lidl Zottegem (zijnde, het gele vlak op de derde kaart) wordt het groene verzorgingsgebied van Smatch Munkzwalm als het ware al volledig ‘opgegeten’ door deze twee concurrenten.
 - Ten overvloede zien we dat ook de verzorgingsgebieden die toebehoren aan Albert Heijn Zottegem (zijnde, het rode vlak op de tweede kaart) en Aldi Zottegem (zijnde, het grijze vlak op de uiterst rechtse kaart) significante bijkomende ‘happen’ nemen uit het verzorgingsgebied van Smatch Munkzwalm.

³⁰ Zie II.B.II. 4.3. 2023.12.21 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Aldi NVV, vraag 2.15.

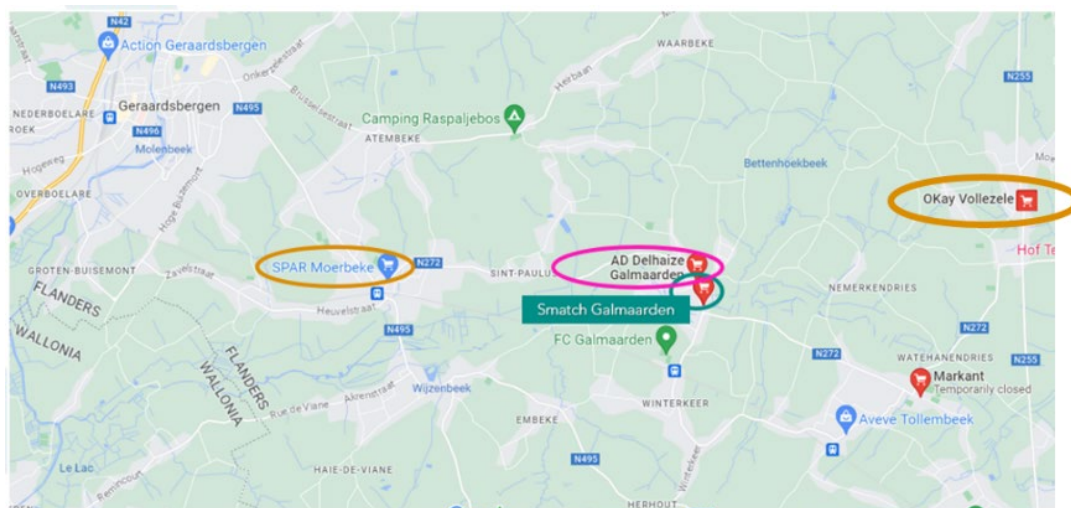
³¹ Aanmeldingsformulier, §177.

- Het hele gebied wordt met andere woorden door verschillende winkels langs alle mogelijke zijden volledig (en meerdere malen) 'opgegeten'.



OKay Galmaarden

43. Wat de toekomstige **OKay** ([500-1000] m²) betreft (**op de plaats van Smatch Galmaarden**), zal de aanwezigheid van de grote AD Delhaize ([1000-1500] m²) winkel op 1 minuut significante impact hebben op de prijszetting. De prijs op een product bij de toekomstige OKay Galmaarden zal gelijk of lager zijn dan hetzelfde of gelijkaardige artikel bij AD Delhaize Galmaarden.³² Het is dan ook ontegensprekelijk dat deze aanzienlijk grotere winkel een effectieve disciplinerende werking zal hebben op de toekomstige OKay te Galmaarden,



waardoor deze het zich niet kan veroorloven haar prijzen te verhogen. In dat geval zal de klant onmiddellijk toevlucht zoeken naar de AD Delhaize, welke gemakkelijk bereikbaar is (1 minuut). Er werd daarenboven door het Auditoraat erkend dat een AD Delhaize als naaste concurrent van het OKay enseigne moet worden beschouwd.³³

³² Aanmeldingsformulier, §190, derde streep.

³³ Ontwerpbeslissing, §129.

44. Daarenboven wensen Partijen te benadrukken dat Spar Moerbeke (die in het 80% en 85% verzorgingsgebied voor een overlap zorgt), zich op een afstand van 6 minuten (4,3 km) van Smatch Galmaarden bevindt. OKay Vollezele (die in het 90% verzorgingsgebied voor een overlap zorgt) ligt zelfs nog verder, op 9 minuten reistijd (5,7 km) van Smatch Galmaarden (en dus de toekomstige OKay). De afstand van respectievelijk 6 en 9 minuten vereist dat klanten de **wagen** moeten nemen om bij Spar Moerbeke of OKay Vollezele te geraken. Als klanten van Smatch Galmaarden (en dus de toekomstige OKay) bereid zijn om 9 minuten in de auto door te brengen, zullen zij deze verplaatsing ook maken voor winkels die zich op een vergelijkbare rijafstand bevinden. Dit geldt zeker wanneer deze winkels een significante grootte hebben en zich in steden bevinden waar een batterij aan winkels aanwezig is. De route naar OKay Vollezele, bijvoorbeeld, zal klanten langs de N255 voeren. Deze loodrechte baan verbindt de steden Ninove en Edingen, hetgeen ertoe leidt dat klanten ook zeer snel in deze grootsteden terecht kunnen voor hun boodschappen. Zoals reeds aangegeven in het aanmeldingsformulier³⁴ gaat het onder meer over:

- Smatch ⇔ Carrefour Geraardsbergen ([500-1000]m²) = **12 min**
- Smatch ⇔ Delhaize Enghien ([2000-2500]m²) = **13 min**
- Smatch ⇔ Aldi Edingen ([500-1000]m²) = **14 min**
- Smatch ⇔ Lidl Geraardsbergen ([500-1000]m²) = **15 min**
- Smatch ⇔ AD Delhaize Geraardsbergen ([1500-2000]m²) = **15 min**
- Smatch ⇔ Carrefour Geraardsbergen ([1000-1500]m²) = **16 min**

45. Het bovenstaande in overweging nemend, zijn Partijen van mening dat de toekomstige OKay in Galmaarden zijn prijzen niet zomaar zal kunnen verhogen, gelet op de diverse **uitwijkmogelijkheden** beschikbaar rondom deze winkel, zelfs buiten het verzorgingsgebied van de huidige Smatch Galmaarden om. Het gaat daarenboven om een reeks sterke concurrenten (die uit de marktbevraging van het Auditoraat ook als naaste concurrenten van OKay naar voor zijn gekomen).

46. Gelet op het bovenstaande zijn Partijen ervan overtuigd dat de concurrentie ten aanzien van de toekomstige OKay filialen te Munkzwalm en Galmaarden post-transactie ten volle zal spelen. Dit is een rechtstreeks gevolg van de door OKay gevolgde prijspolitiek die het enseigne dwingt zich te richten naar de scherpste prijzen uit de omgeving. Hierdoor zullen de prijzen in ieder geval lager liggen dan de prijzen in de Smatch winkels en zal het assortiment ruimer zijn. Met andere woorden, op de betrokken locaties zal de consument beter af zijn (qua prijzen en assortiment) dan nu het geval is. Met de woorden van Test Aankoop in het kader van de marktbevraging van het Auditoraat, *"de overname van Match/Match winkels [zal] leiden tot*

³⁴ Aanmeldingsformulier, §184 e.v.

“goedkopere boodschappen”.³⁵ Het is voor Partijen volstrekt onduidelijk op grond van welke bevindingen het tegendeel zou kunnen gesteld worden.

3. Counterfactual

47. Zoals hierboven reeds toegelicht, beschouwen Partijen de counterfactual als een niet noodzakelijk doorslaggevend, maar toch belangrijk onderdeel van hun argumentatie. Zij menen immers dat de hoger aangehaalde punten op zich zouden moeten kunnen volstaan om iedere redelijke bezorgdheid weg te nemen. Mocht er evenwel nog enige resterende twijfel bestaan, dan wordt deze onmiskenbaar weggenomen door de correct geformuleerde counterfactual.
48. Zowel wat Smatch Munkzwalm als Smatch Galmaarden betreft, is het een niet te ontkennen gegeven dat indien deze locaties niet worden overgenomen door Partijen, de counterfactual het verdwijnen van een supermarkt op de betrokken locaties zal zijn. In tegenstelling tot wat staat in **randnummer 254** van de Ontwerpbeslissing (voor Smatch Galmaarden), en in **randnummer 317** van de Ontwerpbeslissing (voor Smatch Munkzwalm), is er geen sprake van een hypothese waarbij deze locaties zouden worden overgenomen door een ‘effectieve concurrent’ van Partijen. Hiervoor is er geen enkel aanknopingspunt in het dossier en het Auditoraat levert ook geen enkel concreet bewijs dat er voor die locaties enige interesse is van een concurrent van Partijen. Ook het meer algemene deel in de Ontwerpbeslissing (**randnummers 213 - 218**) spreekt met geen woord over een concurrent die een mogelijke overnemer zou zijn voor de locaties te Munkzwalm en Galmaarden.
49. Het Auditoraat heeft nochtans dit punt uitdrukkelijk gecheckt bij de concurrenten. Vraag 3.3 in het verzoek om inlichtingen dat werd gericht tot de concurrenten wordt uitdrukkelijk gevraagd: *“Heeft u zelf overwogen om winkels van de verkoper over te nemen? Gelieve uw antwoord te motiveren.”* Het Auditoraat zal niet kunnen ontkennen dat uit de beantwoording van deze vraag geen enkele concrete interesse is gebleken van een effectieve concurrent voor de locaties te Galmaarden en Munkzwalm.
50. Het Auditoraat heeft diezelfde vraag ook gericht tot de Louis Delhaize groep. Ook vanuit die hoek is uitdrukkelijk bevestigd dat er geen enkele concurrent van Partijen bereid is gevonden om de locaties te Galmaarden en Munkzwalm over te nemen.³⁶ Nochtans heeft die groep aanzienlijke inspanningen geleverd (welke werden toegelicht aan het Auditoraat) om kopers voor de diverse locaties te vinden.

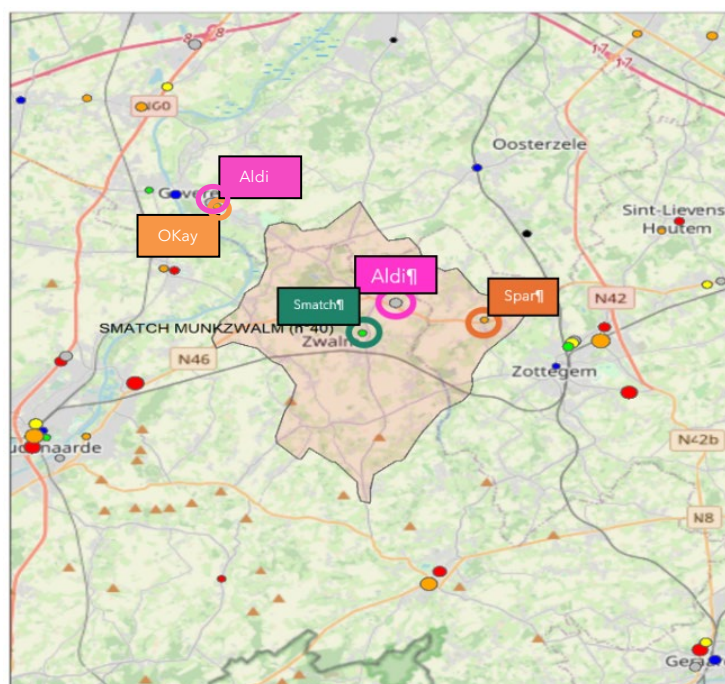
³⁵ Zie II.C. I. 4.2. 2023.12.21 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Test Aankoop NVV, vraag 1.

³⁶ Zie I.B.26.1 2024.03.07 Antwoord Louis Delhaize op Verzoek Inlichtingen 06.03.2024.

51. De enige counterfactual die door het dossier onderbouwd wordt, is dan ook dat als de transactie niet wordt goedgekeurd er op de locaties te Galmaarden en Munkzwalm geen effectieve concurrent komt en de supermarkten in kwestie zullen gesloten worden.
52. Wanneer deze counterfactual mee in overweging wordt genomen, zijn Partijen van mening dat de overnames in kwestie nu precies mogelijke negatieve effecten voor de consument opvangen en dus de belangen van de consument dienen. Test Aankoop lijkt het hiermee zeker niet oneens te zijn (zie hoger).

Smatch Munkzwalm

53. Het Auditoraat haalt in **randnummer 304** van de Ontwerpbeslissing aan dat er in Munkzwalm slechts één andere concurrent aanwezig is, zijnde discounter Aldi van significante grootte (1196 m²): “[...] blijkt dat in de nabije omgeving van de huidige Smatch [Munkzwalm] die de Aanmeldende Partij wenst om te vormen in een OKay, er enkel concurrentie overblijft van één Aldi winkel.” Zie onderstaande figuur.



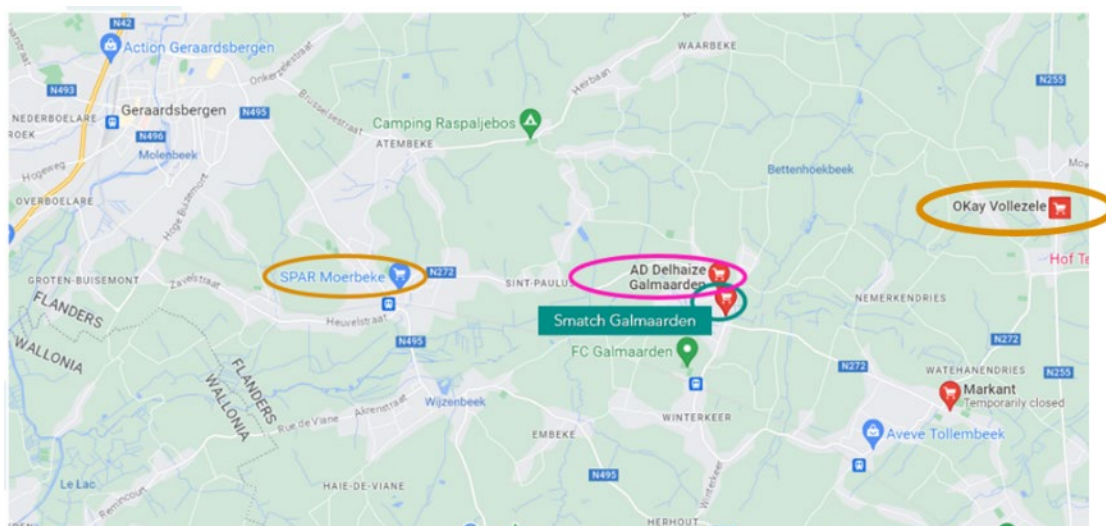
54. Indien de Smatch winkel ([**500-1000**] m²) niet kan worden omgevormd naar een OKay (en bijgevolg sluit), wordt concurrentiële druk die anders voor de grote Aldi winkel te Munkzwalm ([**1000-1500**]m²) zou gaan spelen weggenomen. Aldi meent dat zij de “1^e concurrent” is van OKay.³⁷ Als de transactie dus niet zou doorgaan, vormt dit zonder meer een cadeau voor Aldi.

³⁷ Zie II.B.II. 4.3. 2023.12.21 Antwoord Verzoek om Inlichtingen Aldi NVV, vraag 2.15.

Het risico op prijsverhogingen of de inperking van het assortiment bij Aldi wordt in die omstandigheden aanzienlijk reëler dan als er een OKay komt in de plaats van de Smatch winkel. Het niet goedkeuren van de overname leidt bijgevolg tot een duidelijke reductie van de mededinging. Het ontgaat Partijen hoe hiermee de belangen van de consument worden gediend.

Smatch Galmaarden

55. Het Auditoraat haalt in **randnummer 237** van de Ontwerpbeslissing aan dat er in Galmaarden enkel concurrentie overblijft van één Delhaize winkel, zijnde een AD Delhaize winkel van significante grootte ([**1000-1500**]m²): “[...] in de nabije omgeving van de huidige Smatch die de Aanmeldende Partij wenst om te vormen in een OKay, [blijft] er enkel concurrentie [over] van één AD Delhaize winkel van de Ahold Delhaize groep.” Zie onderstaande figuur.



56. Indien de Smatch winkel ([**500-1000**]m²) niet kan worden omgevormd naar een OKay (en bijgevolg sluit), stelt zich hetzelfde probleem als hoger aangehaald. AD Delhaize krijgt dan vrij spel in het centrum van Galmaarden. Uit de marktbevraging van het Auditoraat is gebleken dat 67% van de respondenten Delhaize zien als de meest naaste concurrent van OKay (Ontwerpbeslissing, **randnummer 190**). Het zou dan ook zonder meer een cadeau voor Delhaize zijn dat zij dankzij deze procedure zich kan ontdoen van een lastige concurrent en als enige overblijft in het centrum van Galmaarden. Opnieuw begrijpen Partijen niet dat de consument hierbij kan gebaat zijn.

OM DEZE REDENEN verzoeken de Partijen met eerbied:

- dat het College akte neemt van de verbintenis om de Louis Delhaize locatie te Nieuwpoort uit de perimeter van de aangemelde transactie te lichten en deze verbintenis te aanvaarden;
- voor het overige de aangemelde transactie goed te keuren;
- subsidiair, mochten er bij het College nog ernstige twijfels zijn over de toelaatbaarheid van de overname door Partijen van de Smatch locatie te Munkzwalm en/of de Smatch locatie te Galmaarden en deze twijfels het College er anders toe zouden brengen een tweede fase in onderhavige procedure te openen, akte te nemen van de verbintenis om de locatie(s) die deze twijfel oproep(t)(en) uit de perimeter van de aangemelde transactie te lichten, in dat geval deze verbintenis te aanvaarden en voor het overige de aangemelde transactie onvoorwaardelijk goed te keuren.

Machelen, 22 maart 2024

Frank Wijckmans

Sofie Deprez