

## Nederlandse Mededingingsautoriteit

# BESLUIT

Besluit van de directeur-generaal van de Nederlandse Mededingingsautoriteit als bedoeld in artikel 37, eerste lid van de Mededingingswet.

Nummer 4354 / 16

Betreft zaak: Groothandel van der Laan - Groothandel Zuid-Nederland

### I. MELDING

1. Op 12 november 2004 heeft de directeur-generaal van de Nederlandse Mededingingsautoriteit een melding ontvangen van een voorgenomen concentratie in de zin van artikel 34 van de Mededingingswet. Hierin is medegedeeld dat Groothandel in tabaksartikelen van der Laan B.V. voornemens is zeggenschap te verkrijgen, in de zin van artikel 27, onder b, van de Mededingingswet, over Tabaks- & Zoetwaren Groothandel Zuid-Nederland B.V. Van de melding is mededeling gedaan in Staatscourant 222 van 17 november 2004. Naar aanleiding van de mededeling in de Staatscourant zijn geen zienswijzen van derden naar voren gebracht. Ambtshalve zijn vragen gesteld aan verschillende marktpartijen.

### II. PARTIJEN

2. Groothandel in tabaksartikelen van der Laan B.V. (hierna: Groothandel van der Laan) is een besloten vennootschap naar Nederlands recht. Zij is de moedermaatschappij van een aantal vennootschappen die opereren onder de handelsnaam "Lekker van der Laan Dekker". Groothandel van der Laan is een groothandel die actief is op het gebied van tabaksproducten, zoetwaren, frisdranken, koffie, thee en overige horecabenoedigheden alsmede diverse aanverwante producten, zoals onder andere telefoonkaarten. Daarnaast exploiteert zij frisdrank-, snack- en sigarettenautomaten.

3. Tabaks- & Zoetwaren Groothandel Zuid-Nederland B.V (hierna: Groothandel Zuid-Nederland) is een besloten vennootschap naar Nederlands recht. Groothandel Zuid-Nederland is een groothandel die actief is op het gebied van tabaksproducten, zoetwaren, frisdranken, koffie, thee en overige horecabenoedigheden alsmede diverse aanverwante producten, zoals onder andere telefoonkaarten. Daarnaast exploiteert zij frisdrank-, snack- en sigarettenautomaten.

### III. DE GEMELDE OPERATIE

4. De gemelde operatie betreft de verwerving van alle aandelen van Groothandel Zuid-Nederland door Groothandel van der Laan zoals neergelegd in de “intentie-overeenkomst” d.d. 28 oktober 2004.

#### IV. TOEPASSELIJKHEID VAN HET CONCENTRATIE TOEZICHT

5. De gemelde operatie is een concentratie in de zin van artikel 27, onder b, van de Mededingingswet. De hierboven, onder punt 4, omschreven transactie leidt er toe dat Groothandel Zuid-Nederland zeggenschap verkrijgt over Groothandel van der Laan.

6. Betrokken ondernemingen zijn Groothandel van der Laan en Groothandel Zuid-Nederland.

7. Uit de bij de melding ter beschikking gestelde omzetgegevens blijkt dat de gemelde concentratie binnen de werkingssfeer van het in hoofdstuk 5 van de Mededingingswet geregelde concentratietoezicht valt.

#### V. BEOORDELING

##### A. RELEVANTE MARKTEN

Relevante productmarkten

8. Beide partijen zijn actief op het gebied van (a) groothandel in *food*- en gerelateerde *non-food*-producten en (b) automatenexploitatie van *food*- en gerelateerde *non-food*-producten.

##### a. Groothandel in *food*- en gerelateerde *non-food*-producten

9. In eerdere besluiten<sup>1</sup> is een aantal mogelijke onderverdelingen van de markt voor groothandel van *food* en gerelateerde *non-food*-producten genoemd. Eén mogelijkheid is om de groothandelsmarkt onder te verdelen naar de plaats van consumptie door de eindgebruiker. Een andere mogelijke onderverdeling bestaat erin om de groothandelsmarkt nader onder te verdelen naar zelfbedienings- en bezorgingsgroothandels. Een laatste mogelijkheid die in één ander besluit<sup>2</sup> is genoemd is het mogelijk onderscheid naar type product.

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

---

<sup>1</sup> Zie onder andere het besluit van 15 juni 1999 in zaak 1312/ *Ahold – Gastronom*, het besluit van 11 januari 2001 in zaak 2204/ *Lekkerland – CTN*, punt 14 en het besluit van 2 september 2004 in zaak 4169/ *Sigro – Ven*, punt 21.

<sup>2</sup> Zie het besluit in zaak 2204/ *Lekkerland – CTN*, reeds aangehaald, punt 23.

voor de positie op de inkoopmarkt en is aparte aandacht voor de inkoopmarkt niet noodzakelijk. Aangezien partijen geen onderdeel uitmaken van inkoopcombinaties, zal in de onderhavige zaak niet separaat worden ingegaan op inkoopaspecten.

### *Onderscheid naar de binnenhuis- en buitenhuismarkt*

11. In eerdere besluiten<sup>3</sup> is aangegeven dat de markt van groothandel van *food*- en gerelateerde *non-food* producten mogelijk dient te worden onderverdeeld naar de plaats van consumptie door de eindgebruiker. Dit leidt tot een mogelijke markt voor groothandel voor binnenhuiselijke consumptie (vooral de levensmiddelenhandel) en een mogelijke markt voor groothandel voor buitenhuiselijke consumptie (overige afnemers, zoals horeca, cateringbedrijven, en institutionele grootverbruikers zoals gezondheids- en onderwijsinstellingen).

12. In de onderhavige zaak bevestigen (markt)partijen het hierboven beschreven onderscheid naar de plaats van consumptie door de eindgebruiker. Beide markten dienen in de ogen van (markt)partijen van elkaar te worden onderscheiden omdat de leveringscondities sterk van elkaar verschillen. Levering voor de binnenhuismarkt vindt plaats op basis van andere volumes, assortimenten en verpakkingen dan levering voor de buitenhuismarkt, aldus (markt)partijen. In onderhavige zaak zal, net als in eerdere besluiten<sup>4</sup>, worden uitgegaan van afzonderlijke markten voor groothandel voor binnenhuiselijke consumptie en voor groothandel voor buitenhuiselijke consumptie.

### *Mogelijke nadere onderverdeling van de buitenhuismarkt naar categorieën van afnemers*

13. In eerdere besluiten<sup>5</sup> is aangegeven dat er binnen de groothandelsmarkt voor buitenhuiselijke consumptie nog een nader onderscheid kan worden gemaakt naar categorieën van afnemers. Partijen geven aan dat er naar hun mening binnen de groothandelsmarkt voor buitenhuiselijke consumptie geen nader onderscheid gemaakt dient te worden tussen de diverse categorieën van afnemers (horeca, benzinstations, gemakswinkels, facilitaire horeca e.d.). Als argumenten ter staving van deze stelling dragen partijen aan dat de meeste groothandels aan alle afnemerscategorieën leveren, dat de verschillen in assortimenten tussen de diverse klantencategorieën gering zijn en aanpassingen van het assortiment op korte termijn kunnen plaatsvinden, dat het onderscheid tussen de klantencategorieën steeds meer vervaagt, en dat de logistieke ondersteuning en de verpakkingen niet of nauwelijks per afnemerscategorie verschillen.

14. Het marktonderzoek in het kader van onderhavige zaak bevestigt de door partijen in deze zaak aangedragen argumenten. Marktpartijen geven daarbij aan dat binnen de bezorging van

---

<sup>3</sup> Zie het besluit in zaak 1312/ *Ahold - Gastronom*, reeds aangehaald, punten 14, 24 en 25, besluit in zaak 2204/ *Lekkerland – CTN*, reeds aangehaald, punt 14 en het besluit in zaak 4169/ *Sigro – Ven*, reeds aangehaald, punt 14.

<sup>4</sup> Zie bijvoorbeeld het besluit in zaak 4169/ *Sigro – Ven*, reeds aangehaald, punt 12.

<sup>5</sup> Zie bijvoorbeeld het besluit in zaak 2204/ *Lekkerland – CTN*, reeds aangehaald, punt 14.

tabakswaren en snacks en zoetwaren geen onderscheid gemaakt wordt naar type afnemer. Daarenboven is gebleken dat steeds meer groothandels, net als partijen, aan alle categorieën afnemers leveren. Er zijn in Nederland geen groothandels die slechts één type afnemer hebben.

15. Gelet op het bovenstaande zal in de onderhavige zaak voor de beoordeling van de gevolgen van de concentratie binnen de groothandelsmarkt voor buitenhuiselijke consumptie geen nader onderscheid worden gemaakt naar de verschillende typen afnemers.

### *Onderscheid naar de zelfbedienings- en bezorgingsgroothandel*

16. In eerdere besluiten<sup>6</sup> is in het midden gelaten of er een nader onderscheid gemaakt moest worden naar type groothandel: enerzijds zelfbedieningsgroothandel (ook bekend als “*cash & carry*”), waar afnemers zelf voor het transport zorgdragen, en anderzijds de bezorgingsgroothandel, waar groothandelsbedrijven hun klanten op bestelling bedienen met de aflevering van de gevraagde producten.

17. In een eerder besluit<sup>7</sup> is aangegeven dat er aanwijzingen zijn dat er geen nader onderscheid hoeft te worden gemaakt naar zelfbedienings- en bezorgingsgroothandels aangezien steeds meer groothandels actief zijn op zowel de markt voor zelfbedienings- als de markt voor bezorgingsgroothandels. Een precieze beantwoording van de vraag of er sprake is van mogelijk afzonderlijke markten voor zelfbedienings- en bezorgingsgroothandels kan in het onderhavige geval in het midden blijven omdat de materiële beoordeling hierdoor niet wordt beïnvloed (zie punt 33 en 43).

### *Onderscheid naar type product*

18. In een eerder besluit<sup>8</sup> is in het midden gelaten of er een specifieke afbakening van een groothandelsmarkt naar de productgroepen tabakswaren en snacks en zoetwaren gemaakt moet worden. Mogelijk kan er binnen deze segmenten nog een nader onderscheid gemaakt worden naar verschillende producten.

19. Evenals in een eerder besluit<sup>9</sup> is er geen reden om binnen het segment van tabakswaren een nader onderscheid te maken naar verschillende producten. Marktonderzoek in de onderhavige zaak heeft bevestigd dat groothandels in tabakswaren voor circa 95% hetzelfde assortiment voeren. Er zijn geen gespecialiseerde groothandels in bijvoorbeeld sigaretten, shag of sigaren. Marktonderzoek in de onderhavige zaak heeft bevestigd dat groothandels in snacks en

---

<sup>6</sup> Zie het besluit in zaak 1312/ *Ahold - Gastronomie*, reeds aangehaald, punt 11, het besluit in zaak 2204/ *Lekkerland – CTN*, reeds aangehaald, punt 14 en het besluit in zaak 4169/ *Sligro – Ven*, reeds aangehaald, punt 21.

<sup>7</sup> Zie het besluit in zaak 4169/ *Sligro – Ven*, reeds aangehaald, punt 21.

<sup>8</sup> Zie het besluit in zaak 2204/ *Lekkerland – CTN*, reeds aangehaald, punt 12.

<sup>9</sup> Idem.

zoetwaren voor een groot deel hetzelfde assortiment voeren. Het assortiment van partijen wijkt niet af van hetgeen gebruikelijk is.

20. In het onderhavige geval kan in het midden worden gelaten of de groothandelsmarkt nader gespecificeerd dient te worden naar de verschillende producten binnen de productgroep snacks en zoetwaren aangezien de materiële beoordeling hierdoor niet wordt beïnvloed (zie de punten 30 tot 46).

### **b. Automatenexploitatie in *food*- en gerelateerde *non-food*-producten**

21. De activiteiten van partijen overlappen ook op het gebied van de exploitatie van sigaretten-, zoetwaren- en frisdrankenautomaten. Partijen zijn nauwelijks actief als exploitant van zoetwaren- en frisdrankenautomaten. Deze activiteiten zullen verder dan ook buiten beschouwing worden gelaten.

#### *Exploitatie van sigarettenautomaten*

22. Bij de exploitatie van sigarettenautomaten sluit de exploitant een contract met de uitbater van een locatie<sup>10</sup> voor de plaatsing van de sigarettenautomaat. De exploitant van sigarettenautomaten onderhoudt en vult de sigarettenautomaten op de locatie. Onderzoek in onderhavige zaak heeft uitgewezen dat in uitzonderlijke gevallen de exploitant van sigarettenautomaten een kleine vergoeding betaalt per verkocht pakje sigaretten aan de uitbater van een locatie. Een uitbater van een locatie kan er ook voor kiezen om zelf een sigarettenautomaat te exploiteren. Daarnaast heeft onderzoek in de onderhavige zaak ook bevestigd dat fabrikanten van sigaretten zelf ook sigarettenautomaten kunnen exploiteren.

23. De concurrentieparameters op de markt voor de exploitatie van sigarettenautomaten (met name de consumentenverkoopprijs) worden in grote mate bepaald door de sigarettenfabrikanten. In Nederland zijn de meeste automatenexploitanten geen eigenaar van de automaten, maar huren zij de sigarettenautomaten van de sigarettenfabrikant British American Tobacco. Partijen zijn niet actief op het gebied van de productie en ontwikkeling van sigarettenautomaten.

24. Een exacte beantwoording van de vraag of de exploitatie van sigarettenautomaten een aparte relevante markt vormt, kan in het midden blijven aangezien de materiële beoordeling hierdoor niet wordt beïnvloed (zie punten 47 tot 50).

#### *Relevante geografische markten*

### **a. Bezorgingsgroothandel in *food*- en gerelateerde *non-food*-producten**

---

<sup>10</sup> De locatie van sigarettenautomaten zijn voor het merendeel horecagelegenheden.

25. In eerdere besluiten<sup>11</sup> werd er van uitgegaan dat de geografische markten voor de bezorgingsgroothandel in *food*- en gerelateerde *non-food*-producten, al dan niet nader onderverdeeld, nationaal zijn aangezien de belangrijkste concurrentieparameters hoofdzakelijk op landelijk niveau worden vastgesteld.

26. De in het kader van het onderzoek in onderhavige zaak geraadpleegde concurrenten hebben eveneens aangegeven dat de geografische markt nationaal is. Daarnaast zijn verschillende spelers landelijk actief. Ook is er een grote mate van overlap van de verzorgingsgebieden van de verschillende distributiecentra in Nederland. In de onderhavige zaak zal daarom voor de mogelijke (deel)markten voor de bezorgingsgroothandel in *food*- en gerelateerde *non-food*-producten worden uitgegaan van een nationale markt.

#### **b. Exploitatie van sigarettenautomaten**

27. Partijen zijn van mening dat de geografische markt voor de exploitatie van sigarettenautomaten regionaal is. Partijen wijzen op het feit dat het merendeel van hun afnemers binnen een straal van 20 kilometer van hun distributiecentrum liggen. Partijen hebben aangegeven dat de straal waarin sigarettenautomaten geëxploiteerd worden groter kan zijn indien de verruiming van de straal winstgevend kan gebeuren.

28. Onderzoek in de onderhavige zaak heeft uitgewezen dat de omvang van het gebied waarbinnen wordt geleverd vooral wordt bepaald door de ligging van een distributiecentrum. Marktpartijen hebben aangegeven dat de omvang van de regionale markt kan worden vergroot tot een nationale markt door gebruik te maken van “*remote distributing*”. Hierbij wordt er vanuit een centraal distributiecentrum geleverd aan kleine afnemers die de sigaretten opslaan (bijvoorbeeld in een garagebox) en van daaruit één tot twee keer per week de sigarettenautomaten bijvullen. Marktpartijen hebben aangegeven dat de concurrentieparameters vooral op een landelijk niveau worden vastgesteld en dat verschillende partijen in geheel Nederland sigarettenautomaten exploiteren.

29. In het onderhavige geval kan echter in het midden blijven of de mogelijke markt voor de exploitatie van sigarettenautomaten nationaal of regionaal is aangezien de materiële beoordeling hierdoor niet wordt beïnvloed (zie de punten 48 tot 50).

### **B. GEVOLGEN VAN DE CONCENTRATIE**

#### **a. Groothandel in *food*- en gerelateerde *non-food*-producten**

##### *Tabakswaren*

---

<sup>11</sup> Zie het besluit in zaak 4169/ *Sigro – Ven*, reeds aangehaald, punt 22 en het besluit in zaak 1312/ *Ahold - Gastronomie*, reeds aangehaald, punt 31.

30. De omvang van de totale Nederlandse markt voor de verkoop van tabakswaren door groothandels in 2003 bedraagt circa EUR 3,2 miljard<sup>12</sup>. Groothandel van der Laan had in Nederland in 2003 een marktaandeel op de mogelijke markt van verkoop van tabakswaren van circa 15%. Het marktaandeel van Groothandel Zuid-Nederland op de mogelijke markt van de verkoop van tabakswaren in Nederland in 2003 bedraagt circa [0-10]%. Het gezamenlijke marktaandeel van partijen in Nederland in 2003 bedraagt derhalve circa [10-20]%.

*Onderscheid naar de binnenhuis- en buitenhuismarkt*

31. De omvang van de mogelijke (deel)markt voor de verkoop van tabakswaren door groothandels aan de binnenhuiselijke markt in 2003 in Nederland bedraagt circa EUR 1,9 miljard<sup>13</sup>. Groothandel van der Laan had in 2003 in Nederland een marktaandeel van circa [10-20]% op de mogelijke (deel)markt voor de verkoop van tabakswaren aan de binnenhuiselijke markt. Groothandel Zuid-Nederland heeft op de mogelijke (deel)markt van de verkopen van tabakswaren aan de binnenhuiselijke markt in Nederland in 2003 een marktaandeel van circa [0-10]%. Het gezamenlijke marktaandeel van partijen bedroeg in Nederland in 2003 derhalve circa [10-20]%.

32. De omvang van de mogelijke (deel)markt voor de verkoop van tabakswaren door groothandels aan de buitenhuiselijke markt in 2003 in Nederland bedraagt circa EUR 1,3 miljard<sup>14</sup>. Groothandel van der Laan had in 2003 in Nederland een marktaandeel van circa [10-20]% op de mogelijke markt voor de verkoop van tabakswaren aan de buitenhuiselijke markt. Groothandel Zuid-Nederland heeft op de mogelijke markt van de verkopen van tabakswaren aan de buitenhuiselijke markt in Nederland in 2003 een marktaandeel van circa [0-10]%. Het gezamenlijke marktaandeel van partijen bedroeg in Nederland in 2003 derhalve circa [20-30]%.

*Onderscheid naar de zelfbedienings- en bezorgingsgroothandels*

33. Aangezien partijen alleen actief zijn op de mogelijke markt voor bezorgingsgroothandels in tabakswaren zal in de onderhavige zaak de mogelijke markt voor zelfbedieningsgroothandel verder buiten beschouwing worden gelaten.

34. Partijen schatten dat de mogelijke markt voor bezorgingsgroothandels in tabakswaren ongeveer 60% omvat van de totale markt voor groothandel in tabakswaren. De door partijen aangegeven percentages zijn in lijn met schattingen van concurrenten. Ook in eerder besluit<sup>15</sup> is

---

<sup>12</sup> Gebaseerd op het "Jaarboek 2004", ACNielsen (2004), p. 257.

\* In deze openbare versie van het besluit zijn delen van de tekst vervangen of weggelaten om redenen van vertrouwelijkheid. Vervangen of weggelaten delen zijn met vierkante haken aangegeven. In het geval van getallen of percentages kan de vervanging hebben plaatsgevonden in de vorm van vermelding van bandbreedtes.

<sup>13</sup> Idem.

<sup>14</sup> Idem.

<sup>15</sup> Zie het besluit in zaak 4169/ *Stigro – Ven*, reeds aangehaald, punt 33.

voor het aandeel van bezorgingsgroothandels in de markt van groothandel in *food*- en gerelateerde *non-food*-producten eenzelfde schatting gemaakt. Uitgaande van deze verdeling behalen partijen op de mogelijke markt voor bezorgingsgroothandels van tabakswaren een gezamenlijk marktaandeel van circa 30%.

### *Relativerende factoren voor de positie van partijen op de groothandelsmarkt*

35. Naast partijen zijn er in ieder geval nog twee andere grote landelijke groothandels actief op het gebied van tabakswaren. Lekkerland blijft de grootste speler in Nederland. Groothandelsorganisatie FOOX heeft ongeveer dezelfde omvang als partijen. Er zijn aanwijzingen dat de bezorgingsgroothandels in het algemeen steeds meer concurrentiedruk ondervinden van de zelfbedieningsgroothandels zoals Sigro en Makro.<sup>16</sup>

36. Ingevolge de Wet op de accijns moet de consumentenprijs door middel van een accijnszegel op de verpakking van de tabaksproducten worden kenbaar gemaakt.<sup>17</sup> Hierdoor ontstaat een situatie waardoor de groothandel en de detailhandel in belangrijke mate worden geconfronteerd met een door de leverancier vastgestelde prijs waardoor de mogelijkheden om te concurreren op de prijs beperkter zijn.

37. Marktpartijen hebben aangegeven dat de leveranciers prijzen en marges voor de groothandel en de detailhandel bepalen. De prijsverhogingen van tabakswaren zijn in belangrijke mate ten goede gekomen aan de leveranciers en niet aan de groothandel of de detailhandel. Volgens vrijwel alle marktpartijen heeft de groothandelsbranche in tabakswaren het moeilijk vanwege de snel gestegen kosten. Die kosten kunnen niet evenredig worden doorgegeven aan de volgende schakels omdat consumentenprijzen reeds door de leveranciers zijn vastgesteld. De onderhandelingspositie ten opzichte van de tabaksproducenten is daarnaast zwak vanwege de merkentrouw van de consument. Met andere woorden, de uitwijkmogelijkheden naar andere tabaksproducten zijn beperkt, aldus partijen. De tabaksproducenten kunnen mogelijk de groothandelsfuncties overnemen en rechtstreeks aan de afnemers leveren. De Europese Commissie heeft in een beschikking aangegeven dat de fabrikanten van tabakswaren als potentiële concurrenten moeten worden gezien.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Zie hiervoor ook het besluit in zaak 4169/ *Sigro – Ven*, reeds aangehaald, punten 18 tot 21.

<sup>17</sup> Ingevolge artikel 78 Wet op de accijns dienen accijnszegels te worden aangebracht op de zogenaamde kleinhandelsverpakkingen van tabaksproducten. Deze accijnszegels vermelden ingevolge genoemd artikel de kleinhandelsprijs, de soort en het aantal stuks of massa van het product. Ingevolge artikel 95 Wet op de accijns is het vervolgens verboden om tabaksproducten te verkopen of te koop aan te bieden voor een lagere prijs dan die is vermeld op de accijnszegel. Voorts is het niet toegestaan om deze producten te verkopen voor een hogere prijs, tenzij tevoren het verschil in accijns is voldaan overeenkomstig nader bepaalde voorwaarden.

<sup>18</sup> Zie de beschikking van de Commissie van 3 december 1999 in zaak IV/M. 1735/ *Seita – Tabadara*, punt 26.



38. Gelet op het voorgaande is het aannemelijk dat het marktaandeel van partijen een overschatting is van de daadwerkelijke positie van partijen op het gebied van groothandel in tabakswaren. Marktpartijen hebben daarbij aangegeven dat zij geen problemen verwachten met deze concentratie en dat er voldoende alternatieven zijn.

39. Gelet op het bovenstaande is het niet aannemelijk dat als gevolg van de onderhavige concentratie een economische machtspositie kan ontstaan of worden versterkt die tot gevolg heeft dat een daadwerkelijke mededinging op de mogelijke Nederlandse markt van de groothandel in tabakswaren op significante wijze wordt belemmerd.

#### *Snacks en zoetwaren*

40. De omvang van de totale Nederlandse markt voor de verkoop van snacks en zoetwaren door groothandels in 2003 bedraagt circa EUR 2,7 miljard<sup>19</sup>. Groothandel van der Laan heeft in 2003 in Nederland een marktaandeel op de mogelijke markt voor de groothandel van snacks en zoetwaren van circa [0-10]%. Groothandel Zuid-Nederland heeft een marktaandeel op de mogelijke markt voor de groothandel van de verkopen van snacks en zoetwaren in Nederland in 2003 van circa [0-10]%. Het gezamenlijke marktaandeel van partijen bedroeg derhalve circa [0-10]%

#### *Onderscheid naar de binnenhuis- en buitenhuismarkt*

41. De omvang van de Nederlandse markt voor de verkoop van snacks en zoetwaren door groothandels aan de binnenhuiselijke markt in 2003 bedraagt circa EUR 2,0 miljard<sup>20</sup>. Groothandel van der Laan heeft in 2003 in Nederland een marktaandeel op de mogelijke (deel)markt van de verkoop via de groothandel van snacks en zoetwaren aan de binnenhuiselijke markt van circa [0-10]%. Groothandel Zuid-Nederland heeft in 2003 in Nederland een marktaandeel op de mogelijke (deel)markt van de verkoop via de groothandel van snacks en zoetwaren aan de binnenhuiselijke markt van circa [0-10]%. Het gezamenlijke marktaandeel van partijen bedroeg derhalve circa [0-10]%

42. De omvang van de Nederlandse markt voor de verkoop van snacks en zoetwaren door groothandels aan de buitenhuiselijke markt in 2003 bedraagt circa EUR 679 miljoen<sup>21</sup>. Groothandel van der Laan heeft in 2003 in Nederland een marktaandeel op de mogelijke (deel)markt van de verkoop via de groothandel van snacks en zoetwaren aan de buitenhuiselijke markt van circa [0-10]%. Groothandel Zuid-Nederland heeft in 2003 in Nederland een marktaandeel op de mogelijke (deel)markt van de verkoop via de groothandel van snacks en

---

<sup>19</sup> Gebaseerd op "De snacks en zoetwarenmarkt in Nederland 2001-2003", SSZ - Studiecentrum Snacks en Zoetwaren (2004), Zeist.

<sup>20</sup> Idem.

<sup>21</sup> Idem.

zoetwaren aan de buitenhuiselijke markt van circa [0-10]%. Het gezamenlijke marktaandeel van partijen bedroeg derhalve circa [0-10]%.

*Onderscheid naar de zelfbedienings- en bezorgingsgroothandels*

43. Aangezien partijen alleen actief zijn op de mogelijke markt voor bezorgingsgroothandels in snacks en zoetwaren zal in de onderhavige zaak de mogelijke markt voor zelfbedieningsgroothandel verder buiten beschouwing worden gelaten.

44. Partijen schatten dat de mogelijke markt voor bezorgingsgroothandels in snacks en zoetwaren ongeveer 30% omvat van de totale markt voor groothandel in snacks en zoetwaren. Uitgaande van deze verdeling behalen partijen op de mogelijke markt voor bezorgingsgroothandels van tabakswaaren een gezamenlijk marktaandeel van circa [0-10]%.

45. In punt 33 is aangegeven dat de markt voor bezorgingsgroothandels waarschijnlijk ongeveer 60% van de markt in *food*- en gerelateerde *non-food*-producten omvat. Uitgaande van dit percentage zou het gezamenlijke marktaandeel van partijen op de mogelijke markt voor bezorgingsgroothandels van tabakswaaren circa [0-10]% bedragen.

46. Gelet op het bovenstaande is het niet aannemelijk dat als gevolg van de onderhavige concentratie een economische machtspositie kan ontstaan of worden versterkt die tot gevolg heeft dat een daadwerkelijk mededinging op de Nederlandse markt van de groothandel in snacks en zoetwaren op significante wijze wordt belemmerd.

**b. Exploitatie van sigarettenautomaten**

47. In Nederland staan ongeveer 22.000 sigarettenautomaten.<sup>22</sup> Groothandel van der Laan heeft in 2003 in totaal 3500 sigarettenautomaten en groothandel Zuid-Nederland heeft 650 automaten in Nederland. Het gezamenlijke marktaandeel van partijen op de mogelijke markt voor de exploitatie van sigarettenautomaten op basis van het aantal sigarettenautomaten in Nederland in 2003 is derhalve circa 18%.

48. In punt 29 is reeds aangegeven dat de relevante geografische markt voor de exploitatie van sigarettenautomaten mogelijk regionaal is. Indien wordt uitgegaan van regionale markten is er geen overlap tussen de activiteiten van partijen, met uitzondering van de exploitatie van sigarettenautomaten in de stad Nijmegen.

49. In Nijmegen staan volgens schatting van partijen circa 120 sigarettenautomaten. Groothandel van der Laan heeft circa 30 sigarettenautomaten in Nijmegen en Groothandel Zuid-Nederland heeft circa 20 automaten in Nijmegen. Het gezamenlijke marktaandeel op de mogelijke markt voor de exploitatie van sigarettenautomaten in Nijmegen in 2003 is circa 42%.

---

<sup>22</sup> Gebaseerd op schattingen van de landelijke belangenvereniging van tabaksdistributeurs.

50. In punt 23 is reeds aangegeven dat de concurrentieparameters op de markt voor de exploitatie van sigarettenautomaten (met name de consumentenverkoopprijs) in grote mate worden bepaald door de sigarettenfabrikanten.

51. Er zijn daarnaast voor afnemers in Nijmegen voldoende alternatieven beschikbaar. Naast partijen is ook Lekkerland actief in Nijmegen. Het aandeel van Lekkerland op de mogelijke markt voor de exploitatie van sigarettenautomaten in Nijmegen in 2003 is naar schatting van partijen 40%. Naast partijen en Lekkerland zijn er ook enkele kleine onafhankelijke spelers in Nijmegen actief. In punt 22 is reeds aangegeven dat een uitbater van een locatie ook kan besluiten om of zelf een sigarettenautomaat te gaan exploiteren of om een sigarettenfabrikant te vragen om hun locatie een sigarettenautomaat te exploiteren.

52. Gelet op het bovenstaande is het niet aannemelijk dat als gevolg van de onderhavige concentratie een economische machtspositie kan ontstaan of worden versterkt die tot gevolg heeft dat een daadwerkelijk mededinging op de Nederlandse markt van de exploitatie van sigarettenautomaten op significante wijze wordt belemmerd.

## **VII. CONCLUSIE**

53. Na onderzoek van deze melding is de directeur-generaal van de Nederlandse Mededingingsautoriteit tot de conclusie gekomen dat de gemelde operatie binnen de werkingssfeer valt van het in hoofdstuk 5 van de Mededingingswet geregelde concentratietoezicht. Hij heeft geen reden om aan te nemen dat als gevolg van die concentratie een economische machtspositie kan ontstaan of worden versterkt die tot gevolg heeft dat een daadwerkelijke mededinging op de Nederlandse markt of een deel daarvan op significante wijze wordt belemmerd.

54. Gelet op het bovenstaande deelt de directeur-generaal van de Nederlandse Mededingingsautoriteit mede dat voor het tot stand brengen van de concentratie waarop de melding betrekking heeft geen vergunning is vereist.

Datum: 22 december 2004

De directeur-generaal van de Nederlandse Mededingingsautoriteit,  
voor deze:

w.g. Drs. E.J. Kloosterhuis  
Plv. directeur Concentratiecontrole

*Tegen dit besluit kan degene, wiens belang rechtstreeks bij dit besluit is betrokken, binnen zes weken na de dag van bekendmaking van dit besluit een gemotiveerd beroepschrift indienen bij de arrondissementsrechtbank te Rotterdam, sector bestuursrecht, Postbus 50951, 3007 BM Rotterdam*