Nederlandse Mededingingsautoriteit

BESLUIT

Besluit van de Raad van Bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit als bedoeld in artikel 37, eerste lid, van de Mededingingswet.

Nummer 7432 / 23
Betreft zaak: 7432 / Ahold - Jumbo Activa

I. MELDING

1. Op 19 juni 2012 heeft de Raad van Bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit een melding ontvangen van een voorgenomen concentratie in de zin van artikel 34 van de Mededingingswet. Hierin is medegedeeld dat Koninklijke Ahold N.V. (hierna: Ahold), een onderdeel van de Ahold Groep, voornemens is zeggenschap te verkrijgen, in de zin van artikel 27, eerste lid, onder b, van de Mededingingswet, over 82 supermarkten van Jumbo Groep Holding B.V. (hierna: Jumbo Activa).

2. Van de melding is mededeling gedaan in Staatscourant 13016 van 25 juni 2012. Naar aanleiding van de mededeling in de Staatscourant zijn geen zienswijzen ingediend.

II. PARTIJEN

3. Ahold is een naamloze vennootschap naar Nederlands recht. Ahold, haar dochterondernemingen en deelnemingen zijn actief op het gebied van de detailhandel in levensmiddelen (onder andere via de Europese supermarktketens Albert Heijn, Albert / Hypernova, ICA, Pingo Doce); speciaalzaken voor de detailhandel in drogisterijartikelen (Etos) en slijterijartikelen (Gall & Gall) in Nederland. Ahold exploiteert eigen winkels en zij levert goederen en diensten aan franchiseondernemers. Daarnaast biedt Ahold producten aan van Albert Heijn, Etos en Gall & Gall via het online platform Albert.nl. Recentelijk heeft Ahold de online winkel bol.com overgenomen.

4. Jumbo Activa bestaat uit 82 supermarkten.[1*] Vier van de 82 supermarkten zijn eigen filialen. Van de vier eigen filialen worden twee winkels onder de naam ‘Jumbo’ en twee winkels

---

[1] [...]

[*] In deze openbare versie van het besluit zijn delen van de tekst vervangen of weggelaten om reden 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.

onder de naam 'C1000' geëxploiteerd. Van de 78 franchisewinkels worden twee winkels onder de naam 'Jumbo' en 76 onder de naam 'C1000' geëxploiteerd.

5. Twaalf[2] van de over te dragen winkels maken onderdeel uit van de gewijzigde melding in de zaak 7323/Jumbo - C1000[3]. Voor deze twaalf winkels heeft de NMa in een besluit van 19 juli 2012 goedkeuring verleend aan Ahold als koper.

III. DE GEMELDE OPERATIE

6. De voorgenomen transactie houdt in dat Ahold middels een aandelentransactie uitsluitende zeggenschap verwerft over Jumbo Activa. Het voornemen blijkt uit een door partijen bij de melding overgelegde concept Sale and purchase agreement[4] van 26 april 2012.

IV. TOEPASSELIJKHEID VAN HET CONCENTRATIETOEZICHT

7. De gemelde operatie is een concentratie in de zin van artikel 27, eerste lid, onder b, Mededingingswet. De hierboven, onder punt 6 omschreven transactie leidt ertoe dat Ahold uitsluitende zeggenschap verkrijgt over Jumbo Activa.

8. Betrokken ondernemingen zijn Ahold en Jumbo Activa.

9. Gelet op de omzetgegevens van de betrokken ondernemingen moet de transactie worden beschouwd als een concentratie met een communautaire dimensie in de zin van artikel 1 van Verordening (EG) nr. 139/2004 betreffende de controle op concentraties van ondernemingen.[5] Op 11 mei 2012 heeft Ahold bij de Europese Commissie op grond van artikel 4, vierde lid van de Concentratieverordening een verzoek ingediend tot verwijzing naar de Lid-Staat Nederland.[6] Bij beschikking van 25 januari 2010 heeft de Commissie de zaak in zijn geheel verwezen naar de

---

[2] Het gaat hierbij om de supermarkten in Baarle-Nassau, Beilen, Bleiswijk, Bunde (Meerssen), Bunschoten-Spakenburg, Dedemsvaart, Dokkum, Grave, Kampen, Oirschot, Raamsdonksveer en Surhuisterveen.

[3] Besluit van de NMa van 21 februari 2012 in zaak 7323/Jumbo - C1000, punt 112.

[4] Agreement for the sale and purchase of all the issued and outstanding shares in the capital of Valk Holding B.V., bijlage 4 bij de melding van 19 juni 2012.

[5] Verordening (EG) nr. 139/2004 van de Raad van 20 januari 2004 betreffende de controle op concentraties van ondernemingen (PbEG 2004, L 24/1), hierna aangeduid als de Concentratieverordening.

[6] Bijlage 1 bij de melding.

NMa.[7] Als gevolg hiervan is het in Hoofdstuk 5 van de Mededingingswet geregelde concentratietoezicht van toepassing op deze transactie.

V. BEOORDELING

A. RELEVANTE MARKTEN

Relevante productmarkten

10. De activiteiten van partijen overlappen op de volgende drie gebieden: (i) de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via supermarkten, (ii) de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen voor afzet via de detailhandel en (iii) het aanbieden van franchisediensten op het gebied van supermarkten.

(i) Verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via supermarkten

11. Evenals in eerdere besluiten van de NMa[8] en in beschikkingen van de Europese Commissie[9] zal in deze zaak worden uitgegaan van een afzonderlijke markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via supermarkten waarbij geen nader onderscheid is gemaakt tussen supermarkten, hypermarkten en discounters. Wel is bij de beoordeling van de gevolgen van de concentratie rekening gehouden met de grootte van de vloeroppervlakte van de winkels.[10] Bij de berekening van de (gezamenlijke) marktaandelen van partijen en hun concurrenten is uitgegaan van de grootte van het verkoopvloeroppervlak (hierna: vvo) en waar mogelijk ook van omzetgegevens.

---

[7] Beschikking van de Europese Commissie van 19 juni 2012 inhoudende een volledige verwijzing van zaak COMP/M.6588 – KONINKLIJKE AHOLD/VALK HOLDING naar de bevoegde autoriteiten van het Koninkrijk der Nederlanden, in de zin van artikel 4,vierde lid, van de Concentratieverordening.

[8] Zie bijvoorbeeld het besluit van de NMa van 5 maart 2001 in zaak 6879/ Schuitema - SdB Activa, punt 11, het besluit van de NMa van 4 december 2009 in zaak 6802/ Jumbo - Super de Boer, punt 12 en het besluit van de NMa in zaak 7323/Jumbo - C1000, reeds aangehaald, punt 11.

[9] Zie de beschikking van de Europese Commissie van 20 november 1996 in zaak IV/M.784 – Kesko/Tuko, de beschikking van 27 augustus 1996 in zaak IV/M.803 – Rewe/Billa, de beschikking van 15 januari 1998 in zaak IV/M.1071 – Spar/Pro, de beschikking van 3 februari 1999 in zaak IV/M.1221 – Rewe/Meinl en de beschikking van 25 januari 2000 in zaak IV/M.1684 – Carrefour/Promodes.

[10] Supermarkten met een verkoopvloeroppervlak van minder dan 500 m2 heeft de NMa buiten de beoordeling gelaten, omdat deze over het algemeen een beperkter assortiment hebben en daarom door consumenten niet worden gezien als volwaardig alternatief voor grotere supermarkten, zoals de winkels van partijen. Zie ook het besluit van de NMa in zaak 7323/Jumbo - C1000, reeds aangehaald, voetnoot 5.

(ii) Inkoop van dagelijkse consumptiegoederen voor afzet via de detailhandel

12. Evenals in eerdere besluiten[11] zal in deze zaak worden uitgegaan van een aparte markt voor de inkoop van dagelijkse consumptiegoederen voor de afzet via de detailhandel, waarbij rekening wordt gehouden met de verschillen tussen productgroepen. In deze zaak kan echter in het midden worden gelaten of een eventuele nadere onderverdeling van de markt in productgroepen dient te worden gemaakt omdat de uiteindelijke beoordeling van de zaak hierdoor niet wordt beïnvloed.

(iii) Aanbieden van franchisediensten op het gebied van supermarkten

13. In eerdere zaken is een aparte markt voor het aanbieden van franchisediensten op het gebied van supermarkten in Nederland onderscheiden.[12]

14. Op het totale aantal franchisesupermarkten in Nederland is het marktaandeel van Ahold circa [10-20]%.[13] Op deze markt zijn meerdere concurrenten actief, zoals Jumbo (marktaandeel circa [20-30]%), Plus (circa [10-20]%) en Spar (circa [20-30]%). Als gevolg van de overname van de 78 franchisesupermarkten van Jumbo neemt het marktaandeel van Ahold op de franchisemarkt toe met circa [0-10]% tot een totaal van circa [10-20]%. Gezien de beperkte toename van het marktaandeel zal in het hiernavolgende niet verder worden ingegaan op de markt voor het aanbieden van franchisediensten op het gebied van supermarkten.[14]

Relevante geografische markten

(i) Verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via supermarkten

15. Evenals in eerdere besluiten[15] kan in deze zaak in het midden worden gelaten of de markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via supermarkten een nationale of een lokale dimensie heeft aangezien dit voor de beoordeling van de concentratie geen verschil maakt. Voor de beoordeling van de gevolgen van de concentratie zijn hieronder zowel de effecten van de

---

[11] Zie bijvoorbeeld de besluiten van de NMa in zaak in zaak 6879/ Schuitema - SdB Activa, reeds aangehaald, punt 12, in zaak 6802/ Jumbo - Super de Boer, reeds aangehaald, punt 13 en in zaak 7323/Jumbo - C1000, reeds aangehaald, punt 12.

[12] Zie onder meer de besluiten van de NMa in zaak 6879/ Schuitema - SdB Activa, reeds aangehaald, punt 14, en zaak 6145/ Sperwer - Sligro - Spar - Meermarkt - Attent, punten 24 en 25.

[13] Gebaseerd op gegevens van partijen en Rapport Bedrijfsvergelijking 2011 Zelfstandige levensmiddelendetailhandel, te raadplegen via: http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Netherlands/Local%20Assets/Documents/NL/Branches/Consumentenmarkt/nl_nl_cb_bedrijfsvergelijking_2011.pdf.

[14] In lijn met eerdere besluiten van de NMa wordt hierbij uitgegaan van een geografische markt die nationaal van omvang is.

[15] Zie onder meer de besluiten van de NMa in zaak in zaak 6879/ Schuitema - SdB Activa, reeds aangehaald, punt 13, in zaak 6802/ Jumbo - Super de Boer, reeds aangehaald, punt 16 en in zaak 7323/Jumbo - C1000, reeds aangehaald, punt 16.

concentratie op de mogelijke landelijke markt als de effecten op de mogelijke regionale/lokale markten in kaart gebracht.

16. Voor de afbakening van mogelijke lokale markten is in deze zaak als vertrekpunt gekozen het gebied dat binnen een straal van 15 minuten reistijd per auto rond een winkel van Ahold of Jumbo Activa ligt.[16] Dit gebied is vervolgens ingeperkt tot de betrokken plaats waar de over te nemen winkel is gevestigd. Dit vanwege het feit dat de concurrentie binnen de woonplaats als het meest relevant moet worden beschouwd omdat de consument over het algemeen niet geneigd is om zijn dagelijkse boodschappen te doen in een andere plaats dan zijn woonplaats. Op dit uitgangspunt kan echter een uitzondering worden gemaakt als een woonplaats in feite is vastgegroeid aan een grotere plaats of als de meldende partijen duidelijke bewijzen aandragen dat consumenten ook bereid zijn om supermarkten in (een) andere nabijgelegen plaats(en) te bezoeken, ongeacht de vraag of deze plaats groter of kleiner is dan de eigen woonplaats.

(ii) Inkoop van dagelijkse consumptiegoederen voor afzet via de detailhandel

17. In deze zaak zal er, evenals in eerdere zaken, van worden uitgegaan dat de markt voor inkoop van dagelijkse consumptiegoederen voor afzet via de detailhandel, mogelijk nader onderverdeeld in productgroepen, een nationale omvang heeft.[17]

B. GEVOLGEN VAN DE CONCENTRATIE

(i) Verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via supermarkten

a) Nationale markt

18. De omvang van een Nederlandse markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via supermarkten was in 2010 circa EUR 33 miljard.[18] Op basis van omzet bedraagt het marktaandeel van Ahold op deze markt circa [30-40]%. De omzet van de 82 over te nemen winkels van Jumbo bedraagt circa EUR [...] miljard; dit komt neer op een marktaandeel van circa [0-10]%. Het marktaandeel van Ahold op de (mogelijke) gehele Nederlandse markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via supermarkten komt hiermee op circa [30-40]%.

---

[16] Dit komt overeen met de benadering die bij de afbakening van de (mogelijke) geografische markt is gekozen in het besluit van de NMa in zaak 6879/ Schuitema - SdB Activa, reeds aangehaald, punt 14, het besluit van de NMa in zaak 6802/ Jumbo - Super de Boer, reeds aangehaald, punt 23 en het besluit in zaak 7323/Jumbo - C1000, reeds aangehaald, punt 15.

[17] Zie onder meer het besluit van de NMa in zaak 6879/ Schuitema - SdB Activa, reeds aangehaald, punt 15.

[18] Bron: Rapport Bedrijfsvergelijking 2011 Levensmiddelendetailhandel van Deloitte, reeds aangehaald. Cijfers over 2011 zijn niet beschikbaar. Partijen schatten in dat hun aandeel op deze markt in 2011 ongeveer gelijk is gebleven.

19. De belangrijkste concurrenten van partijen op de markt voor de verkoop van dagelijkse consumptiegoederen via supermarkten in Nederland zijn Aldi, Plus, Lidl, Samenwerkende Dirk van den Broek Bedrijven, Coop, Sligro Food Group (Em-Te, Golff, Sanders), Spar, Deen en Vomar.

20. Gelet op de beperkte toename van het marktaandeel van Ahold met circa [0-10]%, alsmede de aanwezigheid van sterke concurrenten op deze markt is er geen reden om aan te nemen dat de concentratie de daadwerkelijke mededinging op de Nederlandse markt op significante wijze zou kunnen belemmeren, met name als het resultaat van het in het leven roepen of het versterken van een economische machtspositie.

b) Regionale/lokale markten

21. Conform de benadering beschreven in punt 17 is in 18 woonplaatsen sprake van overlap tussen de activiteiten van partijen. Daarnaast is in 5 gebieden[19] sprake van overlap tussen de activiteiten van partijen wanneer als vertrekpunt het gebied wordt gekozen dat in die woonplaatsen binnen een straal van 15 minuten reistijd per auto rond een winkel van Ahold of Jumbo Activa is gelegen.

22. Marktaandelen zijn een belangrijke eerste aanwijzing voor de economische macht die een winkel op lokaal niveau heeft. Voor de beoordeling van de gevolgen van de concentratie op de mogelijke lokale markten is daarom, evenals in eerdere besluiten van de NMa en in beschikkingen van de Commissie, gekeken naar het marktaandeel van Ahold na de transactie op basis van omzet en, indien dit niet mogelijk was, op basis van vvo.[20]

23. Omdat lokale markten in de praktijk doorgaans niet volledig geïsoleerd zijn van invloeden van daarbuiten en daarom enige flexibiliteit kunnen vertonen, moet met de marktaandelen op regionale/lokale markten met de nodige voorzichtigheid worden omgegaan. Voor de (mogelijke) lokale markten waar het marktaandeel van Ahold op basis van omzet of in gevallen waarin niet alle omzetcijfers beschikbaar zijn[21], op basis van vvo beneden de 50% ligt, is ervan uitgegaan dat

---

[19] Met woonplaats wordt bedoeld de plaats waar één of meerdere winkels van partijen is / zijn gevestigd. Een gebied bestaat uit een combinatie van twee of meer woonplaatsen. De mogelijke relevante geografische markten die in dit besluit worden besproken, betreffen zowel woonplaatsen als gebieden.

[20] Overeenkomstig het besluit 6879/ Schuitema - SdB Activa, reeds aangehaald, punt 20, zaak 6802/ Jumbo - Super de Boer, reeds aangehaald, punt 23 en zaak 7323/ Jumbo - C1000, reeds aangehaald, punt 22.

[21] Lidl heeft geen omzetgegevens ter beschikking gesteld aan de NMa. Ook van nieuwbouwlocaties zijn nog geen omzetgegevens beschikbaar. Daarom is het niet mogelijk geweest om voor alle mogelijke regionale / lokale markten het marktaandeel op basis van omzet te berekenen. Zie ook het besluit in zaak 7323/Jumbo - C1000, reeds aangehaald, voetnoot 17.

de winkels van Ahold ook na de transactie voldoende zullen worden gedisciplineerd door winkels van concurrenten en er geen mededingingsprobleem aanwezig is.

24. Na een eerste beoordeling op basis van openbare bronnen[22] is gebleken dat in een aantal *woonplaatsen* sprake is van overlap tussen de activiteiten van partijen waarbij het gezamenlijk marktaandeel na de transactie op basis van vvo groter is dan 40%, maar kleiner dan 50% (afgerond naar hele procenten). Het gaat dan om: Helmond (46%), Kampen (45%), Oldenzaal (47%) en Franeker ([40-50]%)[23].

25. Evenzo is er in een *gebied* sprake van overlap tussen de activiteiten van partijen waarbij het gezamenlijk marktaandeel op basis van vvo groter is dan 40%, maar kleiner dan 50% (afgerond naar hele procenten). Het gaat om het gebied Nieuwegein en IJsselstein. In Nieuwegein is Ahold voornemens drie supermarkten van Jumbo over te nemen. Uitgaande van een straal van 15 minuten reistijd per auto rond deze winkels zal het gezamenlijke marktaandeel na de overname maximaal 42% bedragen.

26. Ten aanzien van alle hiervoor genoemde plaatsen en het gebied kan worden vastgesteld dat er, uitgaande van een straal van 15 minuten per auto rond de winkels van partijen, voor consumenten voldoende keuzemogelijkheden overblijven. In de hiervoor genoemde plaatsen is geen nader onderzoek verricht naar daadwerkelijke consumentenstromen omdat het gezamenlijk marktaandeel van partijen daar de 50% op basis van vvo niet overschrijdt. Gelet hierop is er geen reden om aan te nemen dat als gevolg van de concentratie de daadwerkelijke mededinging op de in de punten 24 en 25 genoemde mogelijke lokale markten op significante wijze zou kunnen worden belemmerd, met name als het resultaat van het in het leven roepen of het versterken van een economische machtspositie.

(ii) Inkoop van dagelijkse consumptiegoederen voor afzet via de detailhandel, waarbij rekening wordt gehouden met de verschillen tussen productgroepen.

27. Op de inkoopmarkt voor dagelijkse consumptiegoederen voor afzet via de detailhandel bedraagt het marktaandeel van Ahold voor alle productgroepen gezamenlijk circa [30-40]%. Het marktaandeel van Jumbo Activa op deze markt is circa [0-10]%. Het is niet aannemelijk dat de percentages van de afzonderlijke productgroepen sterk afwijken van voornoemde percentages.

---

[22] Voor de berekening van het marktaandeel op basis van vvo is gebruik gemaakt van de volgende openbare bronnen: Supermarktgids 56e editie, Ter Aar: Ondernemers Pers Nederland 2011 en Distrifood Supermarktpocket 2011, Doetinchem: Reed Business Food & Horeca 2011.

[23] In Franeker heeft Ahold het voornemen een nieuwe supermarkt te bouwen met een vvo van [...] m2. Voor de bouw van deze supermarkt is een bouwvergunning aangevraagd. Bij de berekening van het gezamenlijk marktaandeel in Franeker is deze supermarkt meegenomen.

28. Gezien de beperkte toevoeging van Jumbo Activa aan het marktaandeel van Ahold op de inkoopmarkt voor dagelijkse consumptiegoederen en de aanwezigheid van grote(re) concurrenten op deze markt, waaronder Bijeen (Jumbo en C1000) en Superunie, is er geen reden om aan te nemen dat de concentratie de daadwerkelijke mededinging op de Nederlandse markt op significante wijze zou kunnen belemmeren, met name als het resultaat van het in het leven roepen of het versterken van een economische machtspositie.

VI. CONCLUSIE

29. Na onderzoek van deze melding is de Raad van Bestuur 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 de concentratie de daadwerkelijke mededinging op de Nederlandse markt of een deel daarvan op significante wijze zou kunnen belemmeren.

30. Gelet op het bovenstaande deelt de Raad van Bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit mede dat voor het tot stand brengen van de concentratie waarop de melding betrekking heeft geen vergunning is vereist.

Datum: 26 juli 2012

De Raad van Bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit,

namens deze:

W.g.Gerard Bakker
Directeur Mededinging

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 Rechtbank te Rotterdam, sector bestuursrecht, Postbus 50951, 3007 BM Rotterdam