

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

### **Décision ABC-2022-C/C-21 du 28 juin 2022 en application de l'article IV.66, §1, 2° et §2, 1° du Code de droit économique**

---

Affaire n° CONC-C/C-22/0002 : Rexel / Trilec

#### **I. Procédure**

##### **I.1 Prénotification**

1. Un premier projet de notification a été déposé par la Partie notifiante auprès de l'auditorat en date du 23 décembre 2021.
2. L'auditorat a envoyé différentes demandes d'informations à la Partie notifiante. En réponse, des éléments complémentaires ont été soumis par la Partie notifiante en date du 24 janvier, 14 février, 7 mars, 21 mars, 22 avril, 29 avril, le 3 mai et le 11 mai 2022.
3. Un nouveau projet de notification a été soumis à l'auditeur en date du 5 mai 2022.
4. Afin de pouvoir juger de l'importance et des conséquences possibles de la présente concentration, l'auditorat a adressé au stade de la Prénotification des demandes de renseignements à différents acteurs du marché et a réalisé une enquête en ligne adressée à différents profils de clients<sup>1</sup>, avec l'autorisation préalable de la Partie notifiante<sup>2</sup>.

##### **I.2 Notification formelle**

5. Le 11 mai 2022, l'auditeur général a reçu notification, conformément à l'article IV.10. §1er du Livre IV du Code de droit économique (ci-après dénommé « CDE ») inséré par la loi du 3 avril 2013, et modifié par la loi du 28 février 2022 transposant la Directive (UE) 2019/1 du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2018, d'une opération de concentration au sens de l'article IV.6 du CDE par laquelle Rexel Belgium NV acquerra le contrôle exclusif de la société holding CLG NV, ainsi que de sa filiale Trilec NV.
6. Le même jour, conformément à l'article IV.27 §2 du CDE, l'Auditeur général a formellement désigné Madame Marielle Fassin comme auditeur en charge de l'instruction de cette affaire, assistée de Madame Suzanne Beguin, de Monsieur Adrien Yavo et de Monsieur Cosimo Capijerri, membres de l'Autorité belge de la concurrence (ci-après dénommée « ABC »), afin d'accomplir les devoirs d'instruction. Conformément à l'article IV.27, § 4 CDE, l'auditeur général a désigné Madame Anne-Charlotte Prévot comme auditeur-

---

<sup>1</sup> Voir pièces IV.1.1 et IV.1.2

<sup>2</sup> Voir pièce I.1.14.

conseiller. Monsieur Salahdin El Jilali, membre de l'équipe du directeur des affaires économiques, a prêté assistance à l'instruction.

7. En application de l'article IV.64 §1<sup>er</sup> du CDE, l'auditeur a déposé le 13 juin 2022 une proposition motivée de décision ainsi que le dossier de procédure auprès du président du Collège de la concurrence, après que l'auditeur-conseiller ait rendu son avis sur la proposition.

8. Le 16 juin 2022, le Président a composé le Collège de la concurrence.

9. Le 20 juin 2022, le Collège de la concurrence a entendu la partie notifiante et l'auditeur en présence du directeur des affaires économiques et des affaires juridiques.

## **II. Entreprises concernées**

### **II.1 Acquéreur<sup>3</sup>**

10. Rexel Belgium N.V. (ci-après « Rexel » ou (l'« Acquéreur »)) est une société anonyme de droit belge dont le siège social est situé à Zuiderlaan 91, à B-1731 Asse, enregistrée sous le numéro BE 0437.237.396.

11. L'Acquéreur est un distributeur-grossiste de matériel électrique aux professionnels. Ce matériel est destiné aux ouvrages résidentiels, industriels ainsi que tertiaires, et comprend (i) le matériel d'installation électrique, (ii) l'éclairage, (iii) les câbles et réseaux, (iv) le génie climatique (« HVAC<sup>4</sup> »), (v) les produits de communication et sécurité, ainsi que (vi) l'électroménager.

### **II.2 Entreprise cible<sup>5</sup>**

#### **II.2.1 CLG N.V. (ci-après « CLG »)**

12. CLG est une société anonyme de droit belge dont le siège social est situé à Industrieweg 11, à B-9420 Erpe-Mere, Belgique, enregistrée sous le numéro BE 0695.536.619.

13. CLG est une société holding détenant des participations contrôlantes ou non-contrôlantes dans plusieurs sociétés<sup>6</sup>. Elle fournit des services tels que ceux d'entreposage, informatiques et de soutien aux entreprises, notamment par l'intermédiaire de la plateforme de commande en ligne « Triconnect » et des services de hardware.

#### **II.2.2 Trilec N.V. (ci-après « Trilec »)**

14. Trilec est une société anonyme de droit belge, filiale à 100 % de la société CLG, dont le siège social est situé à Industrieweg 11, à B-9420 Erpe-Mere, Belgique, enregistrée sous le numéro BE 0508.595.348.

15. Trilec est un distributeur-grossiste de matériel électrique aux professionnels. Ce matériel est destiné aux ouvrages résidentiels, industriels ainsi que tertiaires, et comprend (i) le matériel d'installation électrique, (ii) l'éclairage, (iii) les câbles et réseaux, (iv) le génie climatique et (v) les produits de communication et sécurité.

16. Conjointement CLG et Trilec sont dénommées ci-après la « Cible ».

---

<sup>3</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, sections 2.1.1 et 2.1.2, pts.3 et 4.

<sup>4</sup> Heating Ventilation Air Conditioning.

<sup>5</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, sections 2.2.1 et 2.2.2, pts. 9 à 12.

<sup>6</sup> Il s'agit des sociétés Trilec NV et Trischot BV. Trischot est hors du périmètre de la concentration, elle n'est détenue qu'à 33,33% par CLG et ces parts seront transférés à un tiers avant le closing. Cette condition est prévue à l'article 5.1 (iii) du SPA.

## **II.3 Représentants**

17. La Partie notifiante est représentée par Maître Dirk Van Liedekerke, du cabinet CMS DeBacker dont les bureaux sont situés à la Chaussée de la Hulpe 178, à B-1170 Watermael-Boitsfort<sup>7</sup>.

18. La Cible est représentée par Maître Piet D’Hooghe, du Cabinet D’Hooghe, dont les bureaux sont situés Altebijstraat 21, à B-8310 Brugge-Sint-Kruis<sup>8</sup>.

## **III. Proposition de décision**

19. L’auditeur a déposé la proposition de décision qui suit : «

### **III.1 Description de l’opération**<sup>9</sup>

16. En vertu de la convention<sup>10</sup> signée le 29 novembre 2021, Rexel acquiert, au sens de l’art. IV.6, §1, 2° CDE, le contrôle exclusif de (i) CLG et (ii) Trilec.

17. La concentration notifiée porte sur l’ensemble des actions de la société CLG et de sa filiale Trilec.

### **III.2 Raisons stratégiques et économiques de la concentration**

18. Selon l’Acquéreur, l’opération notifiée lui permettra de renforcer son activité dans les secteurs du commerce de gros d’appareils électroménagers et du commerce de gros d’autres machines et équipements. Cette démarche s’inscrit dans le cadre de la stratégie de croissance de l’Acquéreur, et lui permettra d’élargir sa base de clientèle existante afin de préserver ses positions sur le marché<sup>11</sup>.

19. La Partie notifiante indique que la concentration proposée permettra de générer « des synergies au niveau de l’ancrage national et de l’organisation logistique ». L’acquisition permettra notamment à Rexel de disposer d’un second centre de distribution et d’optimiser ses achats, son réseau d’agences, sa structure organisationnelle et son système informatique<sup>12</sup>.

### **III.3 Délais d’instruction après notification**

Notification de la concentration	Le 11 mai 2022
Début du délai d’instruction	le 12 mai 2022
20 <sup>ème</sup> jour ouvrable	le 13 juin 2022
25 <sup>ème</sup> jour ouvrable	le 20 juin 2022
Date du dépôt de projet de décision au Collège	le 13 juin 2022
Fin de la première phase	le 11 juillet 2022

<sup>7</sup> Formulaire de notification pièce I.2.1.2, sections 2.1.3, pt. 5 et pièce I.2.2.2

<sup>8</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 2.2.1, pt. 9.

<sup>9</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 1, pts.1 et 2.

<sup>10</sup> Voir SPA, pièce I.2.2.3 et Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 1, pt.1.

<sup>11</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 3.1, pt.27.

<sup>12</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 3.1, pt.27.

## **IV. Seuils<sup>13</sup>**

20. Conformément à l'article IV.7 CDE, une opération de concentration est notifiable lorsque les entreprises concernées totalisent ensemble en Belgique un chiffre d'affaires de plus de 100 millions d'euros et qu'au moins deux des entreprises réalisent chacune en Belgique un chiffre d'affaires d'au moins 40 millions d'euros

21. En 2020, les entreprises concernées ont réalisé les chiffres d'affaires suivants :

Entreprises	Chiffres d'affaires 2020 (EUR)		
	Belgique	EU	Mondial
<b>Groupe Rexel</b>	[CONFIDENTIEL]	[CONFIDENTIEL]	[CONFIDENTIEL]
<b>Cible<sup>14</sup></b>	[CONFIDENTIEL]	[CONFIDENTIEL]	[CONFIDENTIEL]

22. Les seuils visés à l'article IV.7 CDE, sont donc atteints mais les seuils européens ne le sont pas. L'opération envisagée est donc valablement notifiée auprès de l'Autorité belge de la Concurrence.

## **V. Activités des Parties**

### **V.1 Description des activités des Parties**

#### **V.1.1 Activités de Rexel<sup>15</sup>**

23. L'Acquéreur est un distributeur-grossiste de matériel électrique aux professionnels actif dans le secteur de la distribution et du commerce de gros de matériel électrique. Ce matériel est destiné aux ouvrages résidentiels, industriels ainsi que tertiaires, et comprend (i) le matériel d'installation électrique, (ii) l'éclairage, (iii) les câbles et réseaux, (iv) le génie climatique (HVAC2), (v) les produits de communication et sécurité, ainsi que (vi) l'électroménager.

24. L'Acquéreur est une filiale du groupe français Rexel<sup>16</sup>.

25. En Belgique, l'Acquéreur distribue ses produits par l'intermédiaire d'un centre logistique de distribution, de 38 points de vente, de 35 sas de nuit liés ou non à des points de vente, ainsi que via la plateforme de commande en ligne « Netstore ».

#### **V.1.2 Activités de CLG<sup>17</sup>**

26. CLG est un fournisseur de services d'entreposage, informatiques et de soutien aux entreprises, notamment par sa plateforme de commande en ligne « Triconnect » et des services de hardware.

<sup>13</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 3.1, pt.29.

<sup>14</sup> Chiffres d'affaires cumulés des entités Trilec et CLG.

<sup>15</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 2.1.2, pt.4.

<sup>16</sup> Rexel, expert mondial de la distribution professionnelle multicanale de produits et services pour le monde de l'énergie, est présent sur trois marchés : résidentiel, tertiaire et industriel. Le groupe accompagne ses clients pour leur permettre de gérer au mieux leurs activités en leur offrant une gamme adaptée et évolutive de produits et services de maîtrise de l'énergie pour la construction, la rénovation, la production et la maintenance. Présent dans 24 pays, à travers un réseau de plus de 1.900 agences, Rexel compte plus de 26.000 collaborateurs. Son chiffre d'affaires a atteint 14,7 milliards d'euros en 2021. 2022.

<sup>17</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 2.2.3, pt.11.

### **V.1.3 Activités de Trilec<sup>18</sup>**

27. Trilec est un distributeur-grossiste de matériel électrique aux professionnels actif dans le secteur de la distribution et du commerce de gros de matériel électrique. Ce matériel est destiné aux ouvrages résidentiels, industriels ainsi que tertiaires, et comprend (i) le matériel d'installation électrique, (ii) l'éclairage, (iii) les câbles et réseaux, (iv) le génie climatique (HVAC2), (v) les produits de communication et sécurité, ainsi que (vi) l'électroménager.

28. En Belgique, Trilec possède un centre de distribution semi-automatique, 15 points de vente disposant chacun d'un sas de nuit. La société exerce également une activité de vente en ligne via la plateforme de commande en ligne « Triconnect ».

## **VI. Marchés de produits en cause**

### **VI.1 Introduction<sup>19</sup>**

29. L'opération concerne les secteurs du commerce de gros de matériel électrique et d'outillage professionnel en Belgique. La Commission européenne et les Autorités belge et française de la Concurrence ont déjà examiné lesdits secteurs lors d'opérations de concentration diverses.

#### **VI.1.1 Normes**

30. Les secteurs du commerce de gros de matériel électrique et d'outillage professionnel en Belgique sont concernés par différentes normes européennes :

- 1) Le marquage CE est apposé sur le matériel électrique qui remplit les conditions de plusieurs Directives s'appliquant pour garantir la sécurité du matériel électrique ;
- 2) La Directive « machines<sup>20</sup> », vise à améliorer la sécurité des machines mises sur le marché en Europe en fixant les exigences essentielles de santé et de sécurité relatives à la conception et à la construction, et vise à faciliter la libre circulation de ces machines sur le marché de l'Union européenne. La directive a été transposée en droit belge par l'arrêté royal du 12 août 2008<sup>21</sup>.
- 3) La Directive « CEM<sup>22</sup> », celle-ci s'applique à tout équipement électrique ou électronique susceptible de perturber l'environnement électromagnétique, ou d'être perturbé par celui-ci ;
- 4) La Directive « basse tension<sup>23</sup> » concerne les appareils électriques avec une tension d'entrée ou de sortie entre 50 V et 1000 V et ceux entre 75 V et 1500 V. La Directive définit les objectifs de sécurité auxquels doivent répondre les appareils électriques. En Belgique, la tension de réseau normale est de 230 V. Par conséquent, presque tous les appareils électriques sont concernés par la directive.

---

<sup>18</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 2.2.3, pt.12.

<sup>19</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 3.1, pt.25.

<sup>20</sup> Directive 2006/42/CE Du Parlement Européen et du Conseil du 17 mai 2006 relative aux machines et modifiant la directive 95/16/CE.

<sup>21</sup> Arrêté royal du 12 août 2008 concernant la mise sur le marché des machines

<sup>22</sup> Directive 2014/30/UE du Parlement Européen et du Conseil du 26 février 2014 relative à l'harmonisation des législations des États membres concernant la compatibilité électromagnétique.

<sup>23</sup> Directive 2014/35/UE du Parlement Européen et du Conseil du 26 février 2014 relative à l'harmonisation des législations des États membres concernant la mise à disposition sur le marché du matériel électrique destiné à être employé dans certaines limites de tension.

### **VI.1.2 Fonctionnement de la chaîne de distribution**

31. La partie notifiante<sup>24</sup> identifie au sein de la chaîne de valeur quatre types d'acteurs dans le secteur du commerce de gros de matériel électrique, dont principalement : (i) les fabricants et les importateurs, (ii) les distributeurs-grossistes, (iii) les clients professionnels (installateurs électriciens et intégrateurs) et (iv) les utilisateurs finaux.

- Les fabricants sont des groupes industriels, internationaux ou nationaux, qui développent et fabriquent les équipements électriques, comme Schneider, ABB, Siemens, Legrand<sup>25</sup>, Hager, General Electric ou encore Niko et Deltalight. Ils se spécialisent dans la production d'une ou plusieurs catégories de produits électriques.
- Les importateurs tels que par exemple Stagobel Electro et Engels sont des entreprises qui achètent des produits électriques auprès de fabricants basés à l'étranger pour les revendre sur leur marché national. Les fabricants recourent aux importateurs lorsqu'ils n'ont pas de volumes suffisants pour créer leur propre réseau de représentation international.
- Les distributeurs-grossistes sont des acteurs qui proposent une palette de catégories et de marques de produits électriques (au sens large) à des clients professionnels (intégrateurs et installateurs électriciens). Outre leur fonction de distribution des produits des fabricants (qui leur vaut l'appellation de « box movers »), ils ont également un rôle de conseil et de sélection des produits afin de répondre aux besoins de leurs clients. Au sein de la catégorie des grossistes, il y a lieu de distinguer les distributeurs-grossistes généralistes des distributeurs-grossistes spécialistes. Les premiers sont considérés comme des acteurs qui proposent un large éventail de catégories et de marques de produits électriques aux clients professionnels, les seconds sont des acteurs dotés d'une expertise approfondie dans une gamme de produits bien déterminée (exemple : grossiste spécialisé en luminaires).
- Les intégrateurs sont des professionnels qui assemblent et intègrent différents composants électriques. Parmi les intégrateurs, l'on retrouve notamment les cuisinistes qui intègrent des lave-vaisselles, fours, et micro-ondes dans les cuisines qu'ils placent, les tableautiers qui installent des disjoncteurs dans des tableaux de distribution électrique, les constructeurs de voiture qui placent des capteurs dans leur chaîne de production, ou encore les entreprises de construction qui font du clé sur porte.
- Les installateurs électriciens sont des professionnels qui installent les équipements électriques pour les utilisateurs finaux. On en dénombre plus de 12.000 en Belgique allant de l'artisan individuel à l'entreprise possédant plus de 15 salariés (avec éventuellement un bureau d'étude intégré). Les installateurs électriciens peuvent également être classés en fonction des utilisateurs finaux auxquels ils s'adressent : (i) les installateurs résidentiels, (ii) les installateurs industriels, et (iii) les installateurs tertiaires.
- Les utilisateurs finaux sont les propriétaires des bâtiments et autres constructions dans lesquels le matériel électrique est installé / intégré. Le secteur distingue généralement plusieurs types d'utilisateurs finaux en fonction du segment de marché dans lequel ils sont actifs : (i) le segment résidentiel, (ii) le segment industriel, et (iii) le segment tertiaire (institutionnel et commercial). Il peut donc s'agir de particuliers, d'industries, de commerces, d'entreprises, d'hôtels, d'hôpitaux ou encore d'administrations publiques.

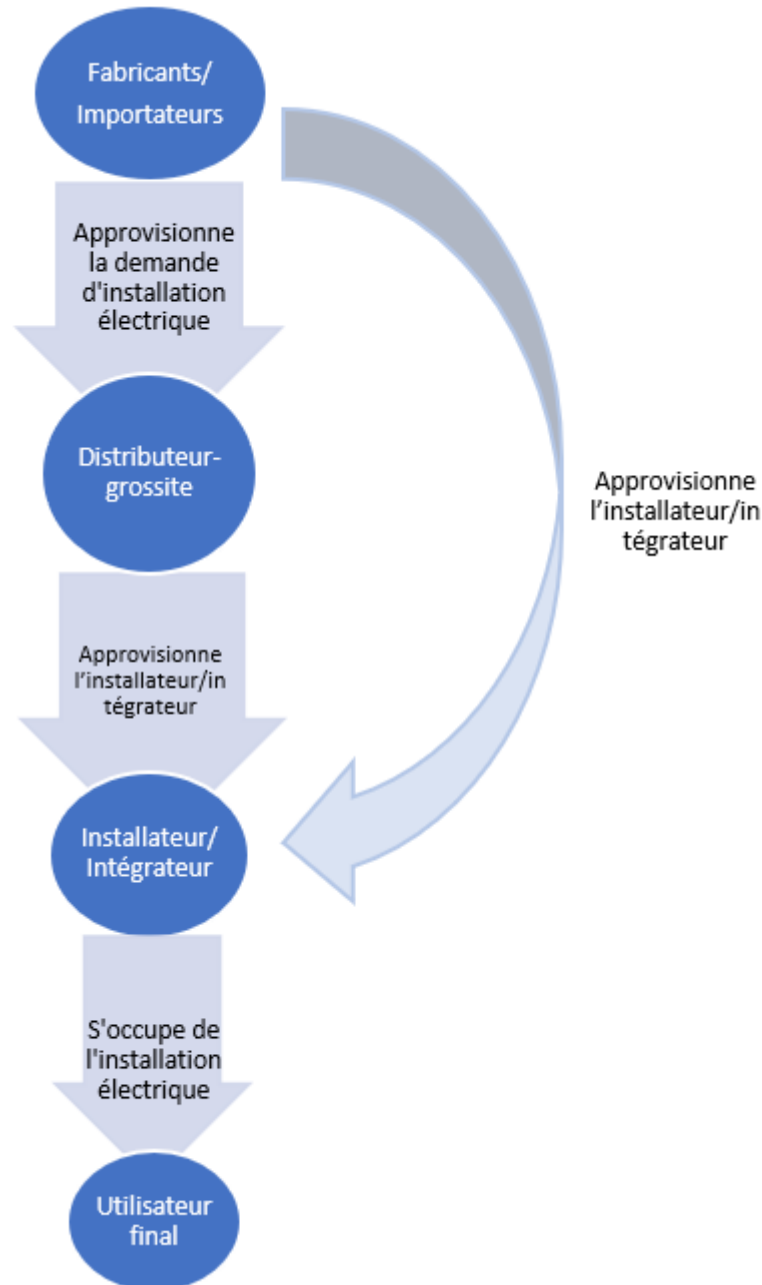
---

<sup>24</sup> Voir Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 6.1, pt. 56.

<sup>25</sup> À la suite d'une question soulevée par l'auditorat dans sa demande de renseignement du 4 février 2022, la Partie notifiante précise qu'à sa connaissance, la société Legrand n'a pas de liens capitalistiques (participation ou contrôle) avec un distributeur-grossiste actif sur le marché belge. La Partie notifiante remarque d'autant plus que, selon les informations publiques disponibles, il ne s'agit pas d'un modèle pratiqué dans le secteur belge du commerce de matériel électrique.

32. De « nouveaux » acteurs apparaissent également sur ce marché, il s'agit d'acteurs qui ne sont présents que sur internet. Ces acteurs sont identifiés comme des « pure players ». Au sein de cette catégorie, l'auditorat distingue les pure players généralistes tel qu'Amazon, Bold.com, des pure players spécialistes il s'agit de pure players spécialisés dans la distribution de matériel électrique (tels qu'Elektramat, Omnielectric, Gigatek, Zelektro, etc.)

Figure 1: Chaîne de distribution



Source : auditorat<sup>26</sup>

33. Pour la majorité des commandes, la chaîne de distribution est caractérisée par une demande provenant de l'utilisateur final en aval, qui confie la conception d'une installation électrique à un installateur et/ou à

<sup>26</sup> Réalisé sur base des informations fournies par les parties dans le formulaire de notification et des réponses des fabricants, concurrents et clients à l'enquête de marché. Voir réponses des fournisseurs, pièces III, à la question 11, réponses des

un intégrateur. Une fois la conception de l'installation électrique définie, le matériel électrique est généralement sélectionné, acheté et placé par l'installateur et /ou l'intégrateur qui, dans la plupart des cas, s'approvisionne auprès d'un distributeur grossiste ou d'un fabricant/importateur. Ce distributeur grossiste est lui-même approvisionné par différents fabricants de matériel électrique (ou éventuellement par des importateurs) en amont.

34. Selon la Partie notifiante, une partie significative des produits offerts par les fabricants ne passe pas par les distributeurs-grossistes et/ou par les importateurs.

### **VI.1.3 Marchés de produits en cause concernés**

35. Les parties sont toutes les deux actives sur les marchés amont de l'approvisionnement en matériel électrique, et sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique. Sur ces marchés, il y a des chevauchements horizontaux. Sur le marché de la production du câblage électrique, il existe également une potentielle relation verticale limitée dans la mesure où Rexel a une activité limitée de production de câbles à destination de ses clients professionnels. Il ne fournit cependant pas de concurrent.

## **VI.2 Les marchés amont de l'approvisionnement en matériel électrique**

### **VI.2.1 Marché de produits**

#### **VI.2.1.a Pratique décisionnelle de la Commission européenne**

36. La Commission européenne (ci-après la « Commission ») identifie dans sa pratique décisionnelle cinq familles de produits<sup>27</sup> :

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

37. La Commission analyse chacune de ces familles de produits comme des marchés distincts, dans la mesure où les fabricants produisent généralement un nombre limité de produits et les conditions de concurrence diffèrent fortement d'une famille de produits à l'autre<sup>28</sup>.

---

concurrents, pièces II, à la question 8, réponses des clients, pièces IV.1.6, à la question 22 et pièces IV.2, de la demande de renseignements des clients adjudicateurs, question 9.

<sup>27</sup> Commission européenne, Affaire M.2034, Hagemeyer/WF Electrical, du 17 juillet 2000 ; Affaire M.4949, Sonepar/Hagemeyer, du 8 février 2008, Affaire M.5029, Sonepar/Rexel Germany, du 8 février 2008 ; Affaire M.4963, Rexel/Hagemeyer, du 22 février 2008 ; Affaire M.8469, Sonepar Italia/Sacchi, du 18 mai 2017.

<sup>28</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 6.1.1, pt.57.



38. La Commission analyse les marchés de l'approvisionnement auprès des fabricants comme comprenant tant les achats effectués par les distributeurs-grossistes que les achats par les grandes surfaces de bricolage (ci-après « GSB ») et le Do-it-Yourself (DIY)<sup>29</sup>.

39. En revanche, elle considère que les ventes effectuées directement par des fabricants à des consommateurs industriels (ci-après « ventes directes ») ne sont pas en concurrence avec les ventes aux distributeurs-grossistes. Les achats effectués directement par des clients professionnels auprès des fabricants ne doivent pas être intégrés dans ces marchés<sup>30</sup>.

#### **VI.2.1.b Pratique décisionnelle de l'Autorité belge de la Concurrence**

40. La pratique décisionnelle de l'ABC est conforme à la pratique décisionnelle de la Commission mais a cependant envisagé une sixième catégorie de produits : (vi) l'approvisionnement en électroménager. Cette catégorie reste une activité limitée voire marginale pour les grossistes<sup>31</sup>.

41. Dans la décision Cebeo/Cheyne, l'auditeur a également considéré qu'en ce qui concerne la prise en compte des ventes directes par les fabricants, l'exclusion des ventes directes des fabricants des marchés amont ne nuisait pas à une représentation vraisemblable du marché. Pour l'auditeur (i) un acheteur industriel ou tertiaire qui s'approvisionne directement auprès d'un fabricant n'était pas un concurrent des distributeurs-grossistes, (ii) les achats étaient réalisés selon des procédures ou par des clients spécifiques (marchés publics, tableautiers, industrie lourde), (iii) la taille et la complexité des projets différaient, et (iv) les fabricants n'offraient pas (toujours) la totalité de leur assortiment en vente directe<sup>32</sup>.

#### **VI.2.1.c Pratique de l'Autorité française de la Concurrence**

42. La pratique décisionnelle de l'Autorité française de la Concurrence (ci-après ADLC) se rapproche de celle de la Commission en ce sens qu'elle segmente également le secteur amont de l'approvisionnement en matériel électrique en cinq marchés distincts<sup>33</sup>. Contrairement à la Commission, l'ADLC choisit toutefois d'exclure de ces marchés les achats effectués auprès des fabricants par les grandes surfaces de bricolages<sup>34</sup>.

43. Elle décrit l'approvisionnement en câbles comme un marché de produits qui inclut les fils électriques, câbles et canalisations (câbles, fibres optiques, gaines, conduits, etc.).

#### **VI.2.1.d Position de la Partie notificante**

44. La Partie notificante considère qu'une distinction est nécessaire entre les marchés amont de l'approvisionnement en matériel électriques selon six catégories de produits :

- (i) Câbles
- (ii) Appareils et sources d'éclairage
- (iii) Matériel technique d'installation,
- (iv) Génie climatique,

<sup>29</sup> Commission européenne M.4949, Sonepar/Hagemeyer, du 8 février 2008 pt.24 ; M.5029, Sonepar/Rexel Germany, du 8 février 2008, pt.19 ; M.4963, Rexel/Hagemeyer, du 22 février 2008, pt.23.

<sup>30</sup> Commission européenne M.4949, Sonepar/Hagemeyer, pts.17, 22 et 23 ; M.4963, Rexel/Hagemeyer, pt.22.

<sup>31</sup> Décision du Conseil belge de la concurrence n°2012 C/C-14 du 21 mai 2012, Rexel Belgium SA/La Grange Beheer, pts.35 et 36 ; Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyne, pt.26.

<sup>32</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyne, pt. 34.

<sup>33</sup> Décision de l'Autorité française de la Concurrence du 29 juin 2010 n° 10-DCC-65 relative à la prise de contrôle exclusif de la société C3F par la société Sonepar France ; Décision de l'Autorité française de la Concurrence du 5 octobre 2011 n° 11-DCC-147 relative à la prise de contrôle exclusif de la société United Refrigeration France SAS par la société G&L Beijer Ref AB ; Décision n°12-DCC-46 du 3 avril 2012 relative à la prise de contrôle des fonds de commerce de la société SCT Toutelectric par le groupe Rexel.

<sup>34</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 6.1.1, pt. 56.

- (v) Produits de communication et de sécurité, et
- (vi) Electroménager.

45. La Partie notifiante estime que pour cerner correctement ces marchés il ne faut pas se concentrer exclusivement sur les achats effectués par les distributeurs-grossistes généralistes auprès des fabricants.

46. La Partie notifiante impute cette approche à une vision traditionnelle du secteur du commerce de gros électrique selon laquelle la demande de l'utilisateur final est uniquement satisfaite par l'intermédiaire d'un distributeur-grossiste généraliste qui s'approvisionne auprès de différents fabricants de matériel électrique en amont.

47. La Partie notifiante considère que cette vision ne reflète pas la diversité des interactions entre les différents acteurs du marché situés tant en amont qu'en aval et notamment le fait qu'une partie des clients professionnels s'approvisionnent directement auprès des fabricants sans passer par les distributeurs-grossistes. Elle estime que ces achats directs peuvent représenter jusqu'à au moins [20-30] % des achats, en fonction des catégories concernées<sup>35</sup>.

#### **VI.2.1.e Instruction**

48. Les distributeurs-grossistes concurrents<sup>36</sup> et les fabricants ont été interrogés sur la définition des marchés de produits en amont de l'approvisionnement en matériel électrique. Leurs réponses sont univoques et confirment la distinction en cinq marchés de produits distincts (hors électroménager), conformément à la pratique décisionnelle susmentionnée.

49. Au regard des activités des parties, l'auditorat a centré son enquête sur les marchés amont de l'approvisionnement en câbles et en matériel technique d'installation. En effet, sur les autres marchés amont (appareils et sources d'éclairage, génie climatique, produits de communication et de sécurité, et électroménager) les parts de marché des parties sont beaucoup plus faibles et inférieures à 25%, en raison notamment d'une plus grande présence des grossistes spécialistes. L'exclusion des achats « GSB » est également approuvée par la quasi-totalité des acteurs du marché<sup>37</sup>.

50. En ce qui concerne la prise en compte des ventes directes par les fabricants (qui présuppose d'atteindre un certain volume d'achats)<sup>38</sup>, l'auditorat constate une évolution par rapport à l'affaire Cebeo/Cheyns dans la mesure où, sur les segments industriels et tertiaires, ces ventes directes semblent perçues comme une pression concurrentielle sur les grossistes-distributeurs.

#### **VI.2.1.f Conclusions de l'auditeur**

51. A l'issue de l'instruction, l'auditeur ne voit pas de raison de s'écarter substantiellement de la pratique décisionnelle établie sur ces marchés amont.

52. A titre conservatoire, et au regard du fait que Trilec est très peu présente sur les segments industriels et tertiaires, les ventes directes des fabricants ne seront pas intégrées dans les marchés pertinents.

---

<sup>35</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 6.1.1, pts.57 et 58.

<sup>36</sup> Voir notamment les réponses aux questions 1 et 2 pour Cebeo, pièce II.H.10, et la réponse à la question 1 de Eaton Industries BV, pièce III.D.6.

<sup>37</sup> Voir notamment enquête de marché, pièce IV.1.6.

<sup>38</sup> Voir notamment les réponses aux questions 13.c. et 13.d. des fabricants, ainsi que le formulaire de Notification, p.38 : « Les fabricants visaient traditionnellement plutôt des projets de grande ampleur et des clients avec des volumes d'achats importants et récurrents (grands comptes), notamment dans le cadre de procédures de marchés publics au cours desquels ils étaient confrontés à leurs propres distributeurs-grossistes ».

## **VI.2.2 Marchés géographiques**

### **VI.2.2.a Pratique décisionnelle de la Commission européenne**

53. Les dimensions géographiques des marchés amont de l’approvisionnement en matériel électrique sont généralement considérées par la Commission comme étant nationales, dans la mesure où il existe des spécificités nationales en matière de normes de produits, de règles et d’habitudes d’installation, de labels ou de prix.

### **VI.2.2.b Pratique décisionnelle de l’Autorité belge de la Concurrence**

54. Dans les affaires *Belgium SA/La Grange Beheer* et *Cebeo/Cheyns*<sup>39</sup>, l’ABC a retenu une dimension nationale pour les marchés en amont de l’approvisionnement en matériel électrique, dans la mesure où il existe des spécificités nationales en matière de produits et marques commercialisés, de réglementation et de niveau de prix. Cette appréciation était notamment corroborée par le fait que les négociations commerciales entre les fabricants et les distributeurs-grossistes était généralement menées au niveau national.

### **VI.2.2.c Pratique décisionnelle de l’Autorité française de la Concurrence**

55. La pratique décisionnelle dans différents dossiers de concentration de l’ADLC retient que la dimension géographique des marchés de l’approvisionnement en matériel électrique est nationale<sup>40</sup>.

### **VI.2.2.d Position de la Partie notificante**

56. La Partie notificante partage la vision d’une dimension nationale pour le marché en amont de l’approvisionnement en matériel électrique dans la mesure où il existe notamment des différences nationales en matière de normes de produits.

57. Elle ajoute cependant que certains acteurs se situant à plusieurs niveaux du commerce de gros de matériel électrique et note en particulier que les petits revendeurs et les grands installateurs semblent s’approvisionner hors du territoire national. Pour la Partie notificante cela pourrait suggérer une dimension géographique plus large que nationale, à tout le moins européenne<sup>41</sup>.

### **VI.2.2.e Instruction**

58. La majeure partie des concurrents<sup>42</sup>, ainsi que les fabricants<sup>43</sup>, confirment la dimension nationale des marchés amont de l’approvisionnement en matériel électrique. Certains acteurs interrogés soulignent cependant une tendance à l’internationalisation. En effet, certains concurrents<sup>44</sup>, ainsi que des fournisseurs<sup>45</sup> considèrent que la dimension géographique peut être internationale, ou au moins comme correspondant aux dimensions de l’EEE, car, d’une part il y a de plus en plus de grands grossistes-distributeurs actifs dans plusieurs Etats membres ou souhaitant acheter et négocier de manière centralisée dans une zone plus large, et d’autre part les réglementations européennes portant sur les marchés de l’approvisionnement électrique sont généralement harmonisées dans l’EEE et il n’y a donc pas de différences substantielles entre les pays.

<sup>39</sup> Décision du Conseil belge de la concurrence n°2012 C/C-14 du 21 mai 2012, *Rexel Belgium SA/La Grange Beheer*, pt.37. ; Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, *Cebeo/Cheyns*, pt.38.

<sup>40</sup> Voir notamment Décision n° 10-DCC-65, du 29 juin 2010, *Sonepar/ C3F*, pts.10 et 11 ; ainsi que la Décision n°12-DCC-46 du 3 avril 2012, *SCT Toutelectric/Rexel*, pt.9.

<sup>41</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 6.2.1, pt.86.

<sup>42</sup> Voir réponses des concurrents aux questions 1 et 2, pièces II.

<sup>43</sup> Voir réponses des fabricants aux questions 1 et 2, pièces III.

<sup>44</sup> Voir notamment les réponses de Prysmian Group à la question 2, pièce III. U. 12.

<sup>45</sup> Voir notamment les réponses de Niko à la question 1, pièce III.P.4.

#### **VI.2.2.f Conclusions de l'auditeur**

59. L'auditeur propose de laisser la définition de marché ouverte, car quelle que soit la définition de marché retenue, cela n'aura pas d'impact sur l'analyse concurrentielle.

### **VI.3 Le marché de la production de câblage électrique général**

#### **VI.3.1.a Pratique décisionnelle de la Commission européenne**

60. La Commission a considéré que le marché unique de la production du câblage électrique général comprend tous les câbles basse tension vendus par les distributeurs-grossistes généralistes et spécialistes en câbles ou directement aux installateurs électriciens et aux intégrateurs qui ont un processus de production commun et qui sont ensuite adaptés en tout ou en partie selon la conception du câble définie par le client, notamment en fonction des spécifications souhaitées et de l'application / utilisation finale. La dimension géographique est généralement considérée comme étant au minimum européenne.

#### **VI.3.1.b Position de la Partie notificante<sup>46</sup>**

61. Rexel est active sur le marché de la production de câblage électrique général, et plus particulièrement sur le segment de la production de tubes flexibles précâblés (tubes flexibles dans lesquels sont tirés des câbles à la demande).

62. Dans le cadre de la relation verticale entre les activités de Rexel et de Trilec, ni le marché en amont, ni le marché en aval ne doivent être considérés comme verticalement affectés dans la mesure où Rexel ne détient pas une part de marché de 25 % ou plus sur le marché situé en amont du marché sur lequel opère Trilec.

63. La Partie notificante précise que sa production propre de tubes flexibles précâblés ne représente que [10-20] % des ventes de tubes flexibles précâblés réalisées par Rexel à ses clients. Rexel s'approvisionne donc pour les [80-90] % restants auprès d'autres fabricants de ce matériel.

64. Le marché en amont ne sera par conséquent pas examiné plus avant dans la présente notification.

#### **VI.3.1.c Instruction**

65. L'instruction confirme un marché unique du câblage électrique général de dimension européenne sur lequel les parts de marché des parties sont anecdotiques<sup>47</sup>.

#### **VI.3.1.d Conclusions de l'auditeur**

66. L'auditeur propose de laisser la définition de marché ouverte car il s'agit d'un marché concerné vertical pertinent mais non affecté par l'opération.

### **VI.4 Le marché aval du commerce de gros de matériel électrique**

#### **VI.4.1 Marchés de produits**

#### **VI.4.1.a Pratique décisionnelle de la Commission européenne**

67. Dans sa pratique décisionnelle, la Commission européenne n'a pas opéré sur le marché aval du commerce en gros de matériel électrique de distinctions entre les différentes catégories de produits électriques, à savoir : (i) l'approvisionnement en câbles ; (ii) l'approvisionnement en appareils et sources

---

<sup>46</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 6.1.3, pts. 69 à 71.

<sup>47</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, questions 2-3, et la réponse des concurrents, pièces II, questions 2-3.

d'éclairage ; (iii) l'approvisionnement en matériel technique d'installation) ; (iv) approvisionnement en génie climatique/ HVAC ; et (v) l'approvisionnement en produit de communication et de sécurité.

68. Cela s'explique par le fait que la Commission a constaté que les grossistes de matériel électrique proposent généralement toutes les catégories de produits susmentionnées afin de répondre à l'ensemble des besoins de leur clientèle. Les distributeurs-grossistes proposent une sorte de guichet unique à leurs clients où toutes les familles de produits sont représentées<sup>48</sup>.

69. Dans les décisions Hagemeyer/ABB et Hagemeyer/WF Electrical, la Commission a estimé par ailleurs qu'il convenait de distinguer les ventes directes des fabricants de celles des distributeurs-grossistes. Selon la Commission, les ventes directes des fabricants ne seraient pas substituables aux ventes des distributeurs-grossistes dans la mesure où les fabricants ne peuvent vendre que leurs propres produits et n'offrent pas une gamme de produits aussi large que celle des distributeurs-grossistes. En conséquence, la Commission a refusé d'inclure les ventes directes des fabricants dans le marché aval du commerce de gros de matériel électrique<sup>49</sup>.

70. La Commission a également considéré que la distribution en gros aux professionnels pouvait être distinguée des autres formes de distribution et notamment de la distribution au détail dans les grandes surfaces de bricolage (GSB) et le DIY. Si ces types d'enseignes peuvent proposer la gamme de base, ils ne sont pas en concurrence avec les grossistes pour l'offre d'un large éventail de produits électriques et n'offrent pas d'expertise ou de facilités de paiement<sup>50</sup>.

#### **VI.4.1.b Pratique décisionnelle de l'Autorité belge de la Concurrence**

71. Dans la décision Rexel Belgium SA/La Grange Beheer, l'auditeur n'a pas estimé nécessaire de distinguer les différentes catégories de produits électriques car les grossistes de matériel électrique proposent généralement toutes les catégories de produits. Néanmoins, l'électroménager est une exception, car cette catégorie se démarque des autres catégories de matériel électrique (système de distribution utilisé par les fabricants, spécificités de la catégorie)<sup>51</sup>.

72. Dans la décision Cebeo/Cheyns<sup>52</sup>, l'auditeur a considéré que les ventes réalisées par les distributeurs-grossistes spécialistes exerçaient une pression concurrentielle sur le marché aval par rapport aux ventes effectuées par les distributeurs-grossistes généralistes. Cependant, l'auditeur avait retenu l'option la plus conservatrice, à savoir que les ventes des distributeurs-grossistes spécialistes ne font pas partie du même marché<sup>53</sup>.

73. L'auditeur n'avait en outre pas considéré que les ventes directes des fabricants étaient en concurrence avec les ventes des distributeurs-grossistes, le distributeur-grossiste généraliste offrant un système de guichet unique, c'est-à-dire une large gamme de produits de différentes catégories et de différentes marques, et le fabricant n'offrant que des produits des catégories dans lesquelles il est actif et uniquement de sa marque. L'auditeur a également précisé que les ventes directes visaient plutôt des gros clients, des projets de grande ampleur ou encore des produits spécifiques. Par conséquent, l'auditeur a conclu que les

<sup>48</sup> Commission européenne M.5029, Sonepar/Rexel Germany, 8 février 2008, pt.17.

<sup>49</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyns, pts. 54 et 55.

<sup>50</sup> Commission européenne M.4963, Rexel/Hagemeyer, du 22 février 2008, pt.14 ; M.4949, Sonepar/Hagemeyer, du 8 février 2008, pt.13 ; et M.5029, Sonepar/Rexel Germany, du 8 février 2008, pt.11

<sup>51</sup> Décision du Conseil de la concurrence n°2012 C/C-14 du 21 mai 2012, Rexel Belgium SA/La Grange Beheer, pts.40 et 41.

<sup>52</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyns, pt. 92.

<sup>53</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyns, pt. 92.

ventes directes et les ventes des distributeurs-grossistes généralistes ne s'adressaient que partiellement à la même clientèle<sup>54</sup>.

74. Seuls quatre fabricants (sur 15) estimaient qu'il fallait intégrer les ventes des pure players. L'auditeur a considéré qu'il ne disposait pas d'éléments suffisants pour intégrer les ventes effectuées par les pure players<sup>55</sup>, et a estimé que même si elles devaient l'être, l'impact sur les parts de marché ne serait que limité<sup>56</sup>.

75. L'enquête de marché réalisé par l'ABC dans la décision Cebeo/Cheyns avait montré que les acteurs excluaient les ventes des grandes surfaces de bricolage<sup>57</sup>, en raison de gammes de produits différentes et que ces grandes surfaces s'adressent à des clients particuliers et non des professionnels.

#### **VI.4.1.c Pratique décisionnelle de l'Autorité française de la Concurrence**

76. Dans la décision Toutelectric, la substituabilité entre les ventes directes des fabricants avec celles des ventes effectuées via les autres canaux n'avait pas été retenue. Les Parties estimaient que les ventes directes exerçaient une pression concurrentielle très significative sur celles des grossistes, en particulier pour les gros clients industriels ou pour les grands installateurs. Les fabricants ne disposent pas des capacités logistiques pour livrer dans un court délai et que les coûts de distributions ne sont couverts que pour des quantités importantes. L'ADLC a constaté que ce sont surtout les gros installateurs qui se fournissent directement auprès des fabricants<sup>58</sup>. En effet, les fabricants ne disposent pas des capacités logistiques pour livrer dans un court délai de petites quantités, et les coûts de distributions ne sont couverts que pour des quantités importantes.

77. L'autorité avait exclu les grandes surfaces de bricolage (GSB) de ce marché car l'offre des négociants ne s'adresse quasi-exclusivement qu'à une clientèle de professionnels, les GSB de leurs côtés ont une clientèle composée majoritairement de particuliers. De plus les distributeurs-grossistes généralistes proposent une offre plus complète que les GSB<sup>59</sup>.

78. Dans la décision Toutelectric, l'Autorité a en outre considéré que la distribution par Internet ne constituait pas un marché spécifique. En effet, les réponses au test de marché de la décision Toutelectric suggèrent que les ventes par Internet sont un système de distribution complémentaire à celui employé par les distributeurs-grossistes par l'intermédiaire de leurs points de vente<sup>60</sup>.

#### **VI.4.1.d Position de la Partie notificante**

79. La Partie notificante estime que la définition de marché proposée par la Commission ne reflète pas la réalité du marché. Elle estime que les produits distribués par les distributeurs-grossistes généralistes ne représentent qu'environ la moitié des produits distribuables.

80. Rexel considère que la pression concurrentielle accrue exercée par les ventes des distributeurs-grossistes spécialistes, des acteurs du secteur du DIY et des petits revendeurs, les ventes directes des

<sup>54</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyns, pt.93.

<sup>55</sup> Il s'agit des acteurs exerçant leurs activités exclusivement sur internet. Par exemple des acteurs généralistes (Amazon, Bol, Alibaba) ou des acteurs spécialisés (Gigatek, Elektrammat, Zelektro, etc.)

<sup>56</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyns, pt.94.

<sup>57</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyns, pt. 31.

<sup>58</sup> Décision n°12-DCC-46 du 3 avril 2012, relative à la prise de contrôle des fonds de commerce de la société SCT Toutelectric par le groupe Rexel, pts. 12 et 13.

<sup>59</sup> Décision n°12-DCC-46 du 3 avril 2012, SCT Toutelectric/Rexel, pt.16.

<sup>60</sup> Décision n°12-DCC-46 du 3 avril 2012, SCT Toutelectric/Rexel, pt.20.

*fabricants, et les ventes en ligne des pure-players justifient de faire évoluer la pratique décisionnelle européenne et nationale.*

81. *La Partie notifiante définit le marché aval du commerce de gros de matériel électrique comme un marché unique englobant :*

- *l'ensemble des catégories de matériel électrique (hormis l'électroménager) ;*
- *les ventes de l'ensemble des distributeurs-grossistes (qu'ils soient généralistes ou spécialistes) ;*
- *les ventes directes des fabricants (et de leurs importateurs) ;*
- *les ventes en ligne (y compris les ventes en ligne des fabricants et des pure players) ;*
- *les ventes des acteurs du secteur du Do-It-Yourself (DIY) ; et*
- *les ventes des petits revendeurs.*

82. *La Partie notifiante ajoute que cette définition est d'autant plus pertinente que la principale clientèle de Trilec composée essentiellement d'installateurs est particulièrement susceptible de prendre en compte les sources d'approvisionnement alternatives précitées comme des choix crédibles.*

#### **VI.4.1.e Instruction**

83. *L'instruction confirme la pratique décisionnelle européenne et nationale antérieure, mais apporte certaines nuances.*

84. *Concernant l'inclusion des ventes directes des fabricants, les avis sont partagés. Une minorité de concurrents<sup>61</sup> et de fabricants<sup>62</sup> considère qu'il faut inclure ces ventes dans le marché<sup>63</sup>. Une large majorité de clients affirme ne pas passer commande auprès des fabricants.<sup>64</sup>*

85. *Concernant les ventes des pure players, les pure players de type généralistes (tels que BOL.com et Amazon) ne sont pas considérées comme des sources alternatives<sup>65</sup> et ne font pas parties de ce marché de gros et sont décrits comme acteurs sur le B2C. Il faut cependant relever que des pure players spécialisés dans la distribution de matériel électrique (tels qu'Elektramat, Omnielectric, Gigatek, Zelektro etc.) constituent de plus en plus une source d'approvisionnement pour les clients professionnels (résidentiels)<sup>66</sup> et sont perçus comme une source de pression concurrentielle.*

86. *L'instruction démontre clairement que les acteurs du segment du bricolage<sup>67</sup> ne font pas partie du marché belge de vente en gros de matériel électrique<sup>68</sup>. Pour lui, les acteurs mentionnés ci-dessus se concentrent principalement sur le marché B2C, tandis que le commerce de gros belge de l'électricité se concentre sur le marché B2B. Les fabricants confirment ne pas vendre au consommateur final et aux petits revendeurs<sup>69</sup>, ou ne vendre en direct qu'aux clients importants en termes de volume.<sup>70</sup>*

87. *L'enquête de marché réalisée auprès des clients exclut les acteurs du DIY comme une source alternative des distributeurs grossistes généralistes<sup>71</sup>.*

<sup>61</sup> Par exemple pièce II.H.10, réponse de Cebeo question 4.

<sup>62</sup> Par exemple pièce III.A.6, réponse d'ABB à la question 4.

<sup>63</sup> Voir pièce III.A.6, réponse d'ABB, question 4.

<sup>64</sup> Voir par exemple résultat de l'enquête de marché pièce IV.1.6.

<sup>65</sup> Voir par exemple résultat de l'enquête de marché pièce IV.1.6, ainsi que la pièce II.F.5, réponse de Breemes à la question 4.

<sup>66</sup> Voir résultat de l'enquête de marché, pièce IV.1.6.

<sup>67</sup> Il s'agit des grandes surfaces de bricolage qui vendent principalement aux particuliers.

<sup>68</sup> Voir pièce II.F.5, réponse de Breemes, question 4.a.

<sup>69</sup> Voir pièce III.P.4, réponse de Niko, questions 11 et 12, ainsi que pièce III.A.6, réponse d'ABB, question 11.

<sup>70</sup> Voir réponse à la question 13.c. des fabricants, pièces III.

<sup>71</sup> Voir enquête de marché, pièce IV.1.6.

88. L'instruction a mis en avant une pratique du secteur de segmenter en interne le commerce de gros de matériel électrique<sup>72</sup> en fonction du secteur : résidentiel, tertiaire et industriel<sup>73</sup>. Les conditions octroyées à ces catégories sont différentes et certaines catégories comme les installateurs actifs dans le secteur tertiaire et industriel ont la possibilité de s'approvisionner auprès des fabricants<sup>74</sup> car ils atteignent des volumes importants. Ce marché peut varier selon les besoins, des volumes, des exigences financières, logistiques, des services, etc<sup>75</sup>. L'instruction ayant confirmé la définition de marché, l'auditorat examinera à titre conservatoire les impacts de l'opération sur ces différentes catégories.

89. Certains concurrents<sup>76</sup> précisent pour ce qui concerne les marchés publics, que seuls les grossistes importants sont capables de répondre aux appels d'offres et que Trilec était l'un des seuls à pouvoir concurrencer Rexel et Cebeo dans le cadre de ces appels d'offre. Certains fabricants soulignent que suite à la crise de la Covid le marché résidentiel est en pleine croissance. Les fabricants semblent cependant perçus comme exerçant une pression concurrentielle sur le segment résidentiel et tertiaire.

#### **VI.4.1.f Conclusions de l'auditeur**

90. Au regard des résultats de l'instruction, l'auditeur considère qu'il n'y a pas lieu de s'écarter de la pratique décisionnelle antérieure à savoir le marché aval de commerce de gros de matériel électrique. Cependant, à titre conservatoire, l'auditorat examinera également l'effet potentiel de l'opération sur les segments résidentiel, industriel et tertiaire et tiendra compte de la pression concurrentielle exercée par des « pure players » spécialisés en matériel électrique (tels que Elektramat).

### **VI.4.2 Marchés géographiques**

#### **VI.4.2.a Pratique décisionnelle de la Commission européenne**

91. La Commission a considéré la dimension géographique du marché aval du commerce de gros de matériel électrique comme étant nationale<sup>77</sup>.

92. Cependant, la Commission a, dans certaines affaires, opté pour une dimension géographique qui pouvait être plus étroite que nationale (soit régionale, multi- provinciale ou locale selon le cas), même si ces définitions sont restées ouvertes<sup>78</sup>.

#### **VI.4.2.b Pratique décisionnelle de l'Autorité belge de la Concurrence**

93. Dans la décision Cebeo/Cheyns, l'ABC a retenu une dimension nationale pour le marché aval du commerce de gros de matériel électrique. La nécessité d'avoir une agence « physique » à proximité du client ou l'existence d'un réseau d'agences sur le territoire national n'apparaissant pas comme le critère le plus pertinent pour les clients dans leurs habitudes de prise de commandes et de lieux de livraison<sup>79</sup>. Pratique décisionnelle de l'Autorité française de la Concurrence

94. Dans l'affaire Tuteletric, l'ADLC a mené son analyse à la fois au niveau national et local. L'Autorité a en effet relevé dans ses décisions Tuteletric qu'elle étudiait les zones de chalandises locales lorsqu'elle

<sup>72</sup> Voir formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 8.7, pt. 168

<sup>73</sup> Voir pièce II.T.6, réponse de Possemiers, question 4.c.

<sup>74</sup> Voir pièce III.V.5, réponse de Stagobel, question 12.

<sup>75</sup> Voir pièce II.T.6, réponse de Possemiers, question 4.a.

<sup>76</sup> Voir pièce II.X.12, réponse de Tasiaux, question 15.

<sup>77</sup> Décision de la Commission européenne M.4963, Rexel/Hagemeyer, du 22 février 2008, pt.27 ; Décision de la Commission européenne M.4949, Sonepar/Hagemeyer, du 8 février 2008, pt.29 ; et décision de la Commission européenne M.5029, Sonepar/Rexel Germany, du 8 février 2008, pt.22.

<sup>78</sup> Décision de la Commission européenne, Affaire M.5029, Sonepar/Rexel Germany, du 8 février 2008, pt. 25 ; et Décision de la Commission européenne, Affaire M.8469, Sonepar Italia/Sacchi, du 18 mai 2017, pt.18.

<sup>79</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyns, pts. 109 et 110.



constatait que pour la majorité de la clientèle la proximité des agences revêtait une importance particulière. L'ADLC prend aussi en compte, pour la délimitation géographique des zones de chalandises locales, calculées sur base de la distance moyenne parcourue par les clients pour s'approvisionner<sup>80</sup>.

#### **VI.4.2.c Position de la Partie notificante**

95. La Partie notificante partage la vision de la Commission et de l'ABC d'une définition géographique nationale du marché aval du commerce de gros de matériel électrique, tant au niveau de l'offre que de la demande<sup>81</sup>.

96. La Partie notificante motive cette position par le fait que, du côté de l'offre, les distributeurs-grossistes poursuivent des stratégies de distribution unifiées au niveau national<sup>82</sup>.

97. Du côté de la demande, la Partie notificante argue que, (i) la présence d'agence physique à proximité des locaux des clients n'est pas un critère de choix décisif pour ces derniers étant donné l'importance des ventes à distances et des livraisons et que, (ii) les clients professionnels ne s'adressent pas nécessairement à l'agence locale la plus proche de leurs locaux ou siège social, mais préfèrent faire jouer la concurrence entre les distributeurs-grossistes afin d'obtenir des conditions plus intéressantes<sup>83</sup>.

98. La Partie notificante explique également que les stratégies de distribution unifiées des distributeurs-grossistes en matière de stratégies commerciales et marketing, en matière de démarchage, prospection et programmes de fidélité visent en général les clients au niveau national, et moins les profils spécifiques de clients sur le territoire national. Elle précise également que l'assortiment de produits offerts par les distributeurs-grossistes sont accessibles à tous les clients sans restriction territoriale, que leur stratégie tarifaire est également définie au niveau national, même si les agences locales ont une marge de manœuvre sur la négociation des prix, et que les modalités de livraison offertes par les grossistes-distributeurs sont identiques à l'échelle nationale<sup>84</sup>.

99. La Partie notificante ajoute que pour apprécier l'importance limitée du critère de proximité, il est nécessaire de distinguer l'activité « comptoir », où les clients effectuent leurs achats parmi l'assortiment disponible dans l'agence locale dans laquelle ils viennent retirer en personne le produit, et l'activité « hors-comptoir », où les clients effectuent leurs achats à distance dans l'assortiment du grossiste, puis préparés dans le centre logistique du distributeur-grossiste, avant d'être livrés au point d'enlèvement ou un lieu différent selon le choix du client. La Partie notificante estime que la présence ou non d'un comptoir physique à proximité des locaux des clients ne semble pas influencer de manière déterminante leur choix de distributeur-grossiste<sup>85</sup>.

100. Selon la Partie notificante, il est inutile d'examiner l'opération sur base d'une définition de marché géographique plus étroite, en envisageant par exemple des zones de chalandise locales. Elle argumente cette position par la taille restreinte et l'accessibilité du pays<sup>86</sup>. Elle ajoute que cette dimension restreinte

---

<sup>80</sup> Décision n°12-DCC-46 du 3 avril 2012, G&L SCT Tutelectric/Rexel, pts.21-26 ; Décision n° 10-DCC-65 du 29 juin 2010, Sonepar/C3F, pt.20 ; et Décision n° 15-DCC-167 du 11 décembre 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de Sofinther par Rexel France, pts.17 et 22.

<sup>81</sup> Formulaire de notification, doc I.2.1.2, section 6.2.2, B, pt. 89.

<sup>82</sup> Formulaire de notification, doc I.2.1.2, section 6.2.2, B, pt. 90.

<sup>83</sup> Formulaire de notification, doc I.2.1.2, section 6.2.2, B, pt. 90.

<sup>84</sup> Formulaire de notification, doc I.2.1.2, section 6.2.2, B, pts. 91 et 92.

<sup>85</sup> Formulaire de notification, doc I.2.1.2, section 6.2.2, B pt. 94.

<sup>86</sup> Formulaire de notification, doc I.2.1.2, section 6.2.2, B, pt. 89.

ne se justifie d'autant pas que l'on assiste à la croissance du commerce en ligne et l'internationalisation croissante des acteurs du secteur du commerce de gros de matériel électrique<sup>87</sup>.

#### **VI.4.2.d Instruction**

101. L'instruction tend à confirmer la pratique décisionnelle antérieure. Les éléments stratégiques de la politique commerciale d'un distributeur-grossiste sont déterminés au niveau national, en ce compris : la politique de prix ; les offres ; la stratégie de vente ; la stratégie marketing ; la gamme de produits ; le démarchage et la prospection ; les campagnes publicitaires ou promotionnelles ; l'organisation d'un programme de fidélité (valable dans tout le pays) ; l'organisation du réseau national ; et la politique d'approvisionnement en produits.

102. Certains concurrents estiment cependant que des zones géographiques plus restreintes doivent être retenues car « un grand nombre de distributeurs-grossistes effectue une activité géographiquement limitée (ce qui n'est pas le cas pour Rexel) »<sup>88</sup>.

103. Enfin, l'enquête clients semble démontrer qu'un point de vente à proximité (pour retirer sa commande) et la qualité des conseils sont des éléments relativement importants, spécialement pour la clientèle de Trilec.

#### **VI.4.2.e Conclusions de l'auditeur**

104. L'auditeur considère que l'instruction confirme la dimension nationale du marché du commerce de gros de matériel électrique. Cependant une analyse locale et régionale seront également effectuées à des fins conservatoires.

### **VI.5 Conclusions de l'auditeur sur les marchés affectés**

105. L'instruction a permis d'identifier trois marchés où les parties disposeront de part de marché supérieures à 25% suite à l'opération de concentration à savoir :

- a) Le marché belge en amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation ;
- b) Le marché belge en amont de l'approvisionnement en câbles ;
- c) Le marché belge en aval du commerce de gros de matériel électrique.

106. L'instruction a permis de confirmer que les marchés amont de l'approvisionnement en appareils et sources d'éclairages ; en génie climatique ; en produits de communication et sécurité ; en électroménager ainsi que le marché de la production de câblage électrique général ne sont pas des marchés affectés ni horizontalement, ni verticalement car les parts de marché des parties sont inférieures à 25% sur ces marchés, en raison notamment d'une plus grande présence des grossistes spécialistes.

## **VII. Parts de marché et marchés affectés**

107. Les marchés pertinents sur lesquels les parties à l'opération cumulent une part de marché supérieure à 25% sont considérés comme affectés.

---

<sup>87</sup> Formulaire de notification, doc I.2.1.2, section 6.2.2, B, pt. 90.

<sup>88</sup> Voir pièce II.S.6, réponse de Niederau, question, 4.b.

## **VII.1 Marché national amont de l’approvisionnement en câbles**

### **VII.1.1 Position de la Partie notificante**

108. Selon la Partie notificante<sup>89</sup>, les parts de marché sur le marché national amont de l’approvisionnement en câbles (sans considérer les ventes directes des fournisseurs)<sup>90</sup> peuvent être estimées comme suit :

Tableau 1: Parts de marché en valeur (millions d’euros) – Marché national amont de l’approvisionnement en câbles

Nom	2018		2019		2020	
Rexel	[55-75]	[20-30]%	[55-75]	[20-30]%	[55-75]	[20-30]%
Trilec	[0-20]	[0-5]%	[0-20]	[0-5]%	[0-20]	[0-5]%
<b>Total parties</b>	<b>[65-85]</b>	<b>[20-30]%</b>	<b>[65-85]</b>	<b>[20-30]%</b>	<b>[65-85]</b>	<b>[20-30]%</b>
Cebeo	[95-130]	[30-40]%	[95-130]	[30-40]%	[90-120]	[30-40]%
Gibed <sup>91</sup>	[0-20]	[0-5]%	[0-20]	[0-5]%	[0-15]	[0-5]%
Alelek	[0-20]	[0-5]%	[0-20]	[0-5]%	[0-15]	[0-5]%
LightElec	[0-20]	[0-5]%	[0-20]	[0-5]%	[0-15]	[0-5]%
Autres <sup>92</sup>	[30-60]	[10-20]%	[30-60]	[10-20]%	[30-60]	[10-20]%
<b>TOTAL</b>	<b>[300-350]</b>		<b>[300-350]</b>		<b>[300-350]</b>	

109. Les parties disposaient entre 2018 et 2020 d’une part de marché combinée de [20-30]%, avec un incrément de [0-5]%.

### **VII.1.2 Instruction**

110. Sur base des réponses des principaux fabricants et importateurs interrogés<sup>93</sup>, l’auditeur estime réaliste l’estimation du marché total fournie par les parties selon l’hypothèse la plus conservatrice (hors ventes directes), et donc leurs parts de marché sur celui-ci.

111. L’enquête de marché a indiqué que les fabricants de câbles vendaient également en direct à certains clients<sup>94</sup>. La part de marché calculée hors ventes directes surévalue vraisemblablement la position de marché des parties.

<sup>89</sup> Formulaire de notification, I.2.1.2, section 7.2.1, pts.109-112. Estimation basée sur des données internes et de Fedibel.

<sup>90</sup> Formulaire de notification, I.2.1.2, section 7.1.1, pt.106 La Partie notificante estime que si les achats effectués directement par les clients auprès des fabricants devaient être inclus, la valeur du marché national amont de l’approvisionnement en câbles augmenterait de [20-30]%.

<sup>91</sup> Coopération à l’achat : Aleco, Alfa, Elecpro Cuypers, Govaerts, Niederau, Piscaer, Sarem et Tasiaux.

<sup>92</sup> Multitude de grossistes avec parts de marchés respectives inférieures à [0-5]%.

<sup>93</sup> Voir réponses des fabricants à la demande de renseignements, pièces III, à la question 8, ainsi que les réponses des concurrents, pièces II, à la question 6.

<sup>94</sup> Voir réponses des fabricants à la demande de renseignements, pièces III, à la question 12 et 14, ainsi que les réponses des concurrents, pièces II, à la question 8.

### **VII.1.3 Conclusion de l'auditeur**

112. L'auditeur considère le marché national amont de l'approvisionnement en câbles comme un marché affecté étant donné que les parts de marchés cumulées de Rexel et Trilec sont supérieures à 25%.

## **VII.2 Marché national amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation**

### **VII.2.1 Position de la Partie notificante**

113. Selon la Partie notificante<sup>95</sup>, les parts de marché sur le marché de l'approvisionnement en matériel technique d'installation, sans considérer les ventes directes des fabricants auprès d'autres clients (sans passer par les grossistes)<sup>96</sup>, peuvent être estimées comme suit :

Tableau 2: Parts de marché en valeur (millions d'euros) - Marché national amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation

Nom	2018		2019		2020	
Rexel	[55-75]	[20-30]%	[55-75]	[20-30]%	[60-80]	[20-30]%
Trilec	[20-40]	[5-10]%	[20-40]	[5-10]%	[20-40]	[5-10]%
<b>Total parties</b>	<b>[85-105]</b>	<b>[28-38]%</b>	<b>[85-105]</b>	<b>[29-39]%</b>	<b>[95-115]</b>	<b>[29-39]%</b>
Cebeo	[50-75]	[10-20]%	[50-75]	[10-20]%	[50-75]	[10-20]%
Gibed <sup>97</sup>	[15-40]	[5-10]%	[15-40]	[5-10]%	[15-40]	[5-10]%
Alelek	[0-15]	[0-5]%	[0-15]	[0-5]%	[0-15]	[0-5]%
LightElec	[0-15]	[0-5]%	[0-15]	[0-5]%	[0-15]	[0-5]%
Autres <sup>98</sup>	[75-90]	[20-30]%	[75-90]	[20-30]%	[75-90]	[20-30]%
<b>TOTAL</b>	<b>[350-400]</b>		<b>[350-400]</b>		<b>[350-400]</b>	

114. Les parties disposaient entre 2018 et 2020 d'une part de marché combinée allant de [28-39]%, avec un incrément de [5-10]%.

<sup>95</sup> Formulaire de notification, I.2.1.2, section 7.2, pts.110-114. Estimation basée sur des données internes et de Fedibel.

<sup>96</sup> Formulaire de notification, I.2.1.2, section 7.1.2, pt.107 La Partie notificante estime que si les achats effectués directement par les clients auprès des fabricants devaient être inclus, la valeur du marché national amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation augmenterait de [10-20]%.

<sup>97</sup> Coopération à l'achat : Aleco, Alfa, Elecpro Cuyper, Govaerts, Niederau, Piscaer, Sarem et Tasiaux.

<sup>98</sup> Multitude de grossistes avec parts de marchés respectives inférieures à [0-5]%.

### **VII.2.2 Instruction**

115. Sur la base des réponses des principaux fabricants et importateurs interrogés<sup>99</sup>, l'auditeur estime réaliste l'estimation du marché total fournie par les parties selon l'hypothèse la plus conservatrice (hors ventes directes), et leurs parts de marché sur celui-ci.

116. L'enquête de marché<sup>100</sup> a indiqué que les fabricants de matériel technique d'installation vendaient également en direct à certains clients. La part de marché calculée hors ventes directes surévalue vraisemblablement la position de marché des parties.

### **VII.2.3 Conclusion de l'auditeur**

117. L'auditeur considère le marché national amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation comme un marché affecté, étant donné que les parts de marchés cumulées de Rexel et Trilec sont supérieures à 25%.

## **VII.3 Marché national aval du commerce de gros de matériel électrique**

### **VII.3.1 Position de la Partie notificante**

#### **i) Le marché dans son ensemble**

118. Selon la Partie notificante<sup>101</sup>, les parts de marché des grossistes généralistes<sup>102</sup> sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique dans son ensemble, peuvent être estimées comme suit :

Tableau 3: Parts de marché en valeur (millions d'euros) – Marché national aval du commerce de gros de matériel électrique<sup>103</sup>

Titre	2018		2019		2020	
Rxel	[400-420]	[30-40]%	[420-440]	[30-40]%	[430-450]	[30-40]%
Trilec	[60-80]	[5-10]%	[60-80]	[5-10]%	[60-80]	[5-10]%
<b>Total parties</b>	<b>[470-490]</b>	<b>[30-40]%</b>	<b>[495-515]</b>	<b>[30-40]%</b>	<b>[505-525]</b>	<b>[30-40]%</b>
Cebeo	[550-600]	[40-50]%	[550-600]	[40-50]%	[600-650]	[40-50]%
Gibed <sup>104</sup>	[50-100]	[0-5]%	[25-50]	[0-5]%	[50-100]	[0-5]%
Alelek	[0-25]	[0-5]%	[25-50]	[0-5]%	[25-50]	[0-5]%
LightElec	[0-25]	[0-5]%	[0-25]	[0-5]%	[25-50]	[0-5]%
Autres <sup>105</sup>	[100-200]	[10-20]%	[100-200]	[10-20]%	[100-200]	[10-20]%
<b>TOTAL</b>	<b>[1300-1400]</b>		<b>[1300-1400]</b>		<b>[1400-1500]</b>	

<sup>99</sup> Voir notamment les réponses des fabricants, pièces III, à la question 7 et les réponses des concurrents, pièces II, question 5.

<sup>100</sup> Voir notamment les réponses des fabricants, pièces III, question 13-14 et les réponses des concurrents, pièces II, questions 2-8, enquête de marché, pièce IV.1.6.

<sup>101</sup> Formulaire de notification, I.2.1.2, section 7.2.3, pts.111-116, annexe 27.1, pièce I.2.2.28.1, Estimation basée sur des de la centrale des bilans, des données internes et de Fedibel.

<sup>102</sup> Ces parts de marchés ne prennent en compte que les ventes des grossistes généralistes et excluent les ventes des grossistes spécialistes, les ventes directes des fabricants, les ventes des *pure players généralistes*, des petits revendeurs et des enseignes de bricolage. Si ces ventes devaient être incluent, les parties estiment que leur part de marché combinée serait inférieure à 25%.

<sup>103</sup> Estimation des parts de marchés fournies par la Partie notificante. Estimation des chiffres d'affaires estimées par l'auditorat.

<sup>104</sup> Coopération à l'achat : En 2020, Aleco ([0-5]%), Alfa ([0-5]%), Elecpro Cuypers ([0-5]%), Govaerts ([0-5]%), Niederau ([0-5]%), Piscaer ([0-5]%), Sarem ([0-5]%) et Tasiaux ([0-5]%). Le groupe Lumatec ([0-5]%) a été acquis par Cebeo en 2021.

<sup>105</sup> Grand nombre de grossistes avec parts de marchés respectives inférieures à [0-5]%

119. Les parties disposaient entre 2018 et 2020 d'une part de marché combinée de de [30-40]%, avec un incrément de [5-10]%

### VII.3.2 Instruction

120. Sur base des réponses à l'enquête de marché, l'auditeur estime réaliste l'estimation du marché total fournie par les parties selon l'hypothèse la plus conservatrice (soit qui ne comprend que la vente des grossistes généralistes), et donc leurs parts de marché sur celui-ci.

121. L'enquête de marché a confirmé que les pure players généralistes (par ex. amazon), les enseignes de bricolage (et par extension leurs grossistes<sup>106</sup>) et les petits revendeurs ne pouvaient pas être considérés comme des concurrents, et que les fabricants de matériel électrique ne vendaient généralement pas en direct aux clients issus du secteur résidentiel. Cependant, ils vendent dans une certaine proportion en direct aux clients issus des secteur industriels et tertiaire. L'enquête de marché a également indiqué que les grossistes spécialistes ou les pure players spécialisés (par ex. Elektramat) apparaissent de plus en plus comme une source supplémentaire, voire alternative aux grossistes généralistes<sup>107</sup>.

122. La part de marché calculée hors ventes directes surévalue donc vraisemblablement la position de marché des parties sur deux des trois secteurs, à savoir le secteur industriel et le secteur tertiaire.

#### **i) Segmentation sectorielle**

123. L'auditeur a demandé à titre conservatoire aux parties de détailler leurs parts de marché de manière à distinguer leurs ventes entre leurs différents secteurs d'activités.

124. Même si les parties estiment qu'il n'y a pas lieu de sous-segmenter le marché aval du commerce de gros de matériel électrique, celles-ci ont fourni les données suivantes basées sur l'origine sectorielle de leurs clients.

Tableau 4 : Parts de marché en valeur – Marché national aval du commerce de gros de matériel électrique – par secteur

		2020		2021	
		Achats (M€)	Part de marché(%)	Achats (M€)	Part de marché(%)
<b>Résidentiel</b>	Rexel	[230-250]	[30-40]%	[245-265]	[30-40]%
	Trilec	[35-55]	[5-10]	[45-65]	[5-10]
	<b>Parties</b>	<b>[280-300]</b>	<b>[30-40]</b>	<b>[300-320]</b>	<b>[30-40]</b>
<b>Industriel</b>	Rexel	[85-105]	[30-40]%	[95-115]	[30-40]%
	Trilec	[0-20]	[0-5]	[0-20]	[0-5]
	<b>Parties</b>	<b>[95-115]</b>	<b>[30-40]</b>	<b>[105-125]</b>	<b>[30-40]</b>
<b>Tertiaire</b>	Rexel	[95-115]	[30-40]%	[115-135]	[30-40]%
	Trilec	[0-20]	[0-5]	[0-20]	[0-5]
	<b>Parties</b>	<b>[110-130]</b>	<b>[30-40]</b>	<b>[130-150]</b>	<b>[30-40]</b>

<sup>106</sup> Par exemple Eltra.

<sup>107</sup> Voir enquête de marché, pièce IV.1.6 pp.20-21.

## ii) Segmentation régionale

125. Etant donné que les parties, et particulièrement la cible Trilec, sont principalement actives en Flandre<sup>108</sup>, l'auditeur a demandé à titre conservatoire aux parties de spécifier leurs parts de marché dans cette Région<sup>109</sup>. Ces parts de marché régionales ont été confirmées lors de l'enquête de marché<sup>110</sup>.

Tableau 5 : Parts de marché en valeur – Marché national aval du commerce de gros de matériel électrique – Région Flamande

	2020	
Région flamande	Chiffres d'affaires (M€)	Part de marché (%)
Rexel	[CONFIDENTIEL]	[30-40] %
Trilec	[CONFIDENTIEL]	[5-10] %
<b>Parties</b>	<b>[CONFIDENTIEL]</b>	<b>[30-40] %</b>
Cebeo	[CONFIDENTIEL]	[40-50] %
Alelek	[CONFIDENTIEL]	[0-5] %
LightElec	[CONFIDENTIEL]	[0-5] %
Gibed	[CONFIDENTIEL]	[0-5] %
Autres	[CONFIDENTIEL]	[5-10] %
<b>Total Région</b>	<b>[CONFIDENTIEL]</b>	<b>100%</b>

126. A titre comparatif, la présence des parties dans les autres Régions se présente comme suit :

	Région wallonne		Région Bruxelles-Capitale	
2020	Chiffres d'affaires (M€)	Part de marché (%)	Chiffres d'affaires (M€)	Part de marché (%)
Rexel	[CONFIDENTIEL]	[30-40]%	[CONFIDENTIEL]	[20-30]%
Trilec	[CONFIDENTIEL]	[0-5]%	[CONFIDENTIEL]	[5-10]%
Parties	[CONFIDENTIEL]	[30-40]%	[CONFIDENTIEL]	[20-30]%

### VII.3.3 Conclusion de l'auditeur

127. L'auditeur considère le marché national aval du commerce de gros de matériel électrique comme un marché affecté, étant donné que les parts de marchés cumulées de Rexel et Trilec sont supérieures à 25%.

<sup>108</sup> En 2021, Rexel a réalisé [60-70]% de son chiffre d'affaire en Flandre, [30-40]% en Wallonie et [5-10]% à Bruxelles. En 2020, Trilec a réalisé [70-80]% de ses ventes en Flandre, [5-10]% en Wallonie et [20-30]% à Bruxelles (Voir annexes 22 et 15 du formulaire de notification).

<sup>109</sup> Formulaire de notification, I.2.1.2, section 7.3.3, pt.118.

<sup>110</sup> Voir notamment la réponse de Cebeo, pièce II.H.10.

128. L'auditeur constate que le segment résidentiel sur le marché aval est davantage affecté que les segments industriel et tertiaire. Une analyse concurrentielle sera menée sur le marché dans son ensemble, en considérant les aspects propres à chaque segment de clientèle à des fins conservatoires.

129. L'auditeur constate que la Flandre semble potentiellement davantage affectée que d'autres zones géographiques régionales sur le marché aval. A titre conservatoire, l'analyse concurrentielle prendra en compte cet aspect.

#### **VII.4 Marchés affectés**

130. Les marchés affectés retenus sont les suivants :

- a. Le marché national amont de l'approvisionnement des câbles ;
- b. Le marché national amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation ;
- c. Le marché national aval du commerce de gros de matériel électrique ;

131. Pour rappel les marchés amont de l'approvisionnement en appareils et sources d'éclairages ; en génie climatique ; en produits de communication et sécurité ; en électroménager ainsi que le marché de la production de câblage électrique général ne sont pas considérés comme affectés étant donné que la part de marché combinée des Parties est largement inférieure à 25% (voir point V.5.)

### **VIII. Analyse concurrentielle**

132. Selon l'article IV.9, §4 du CDE, les concentrations qui n'ont pas pour conséquence d'entraver de manière significative une concurrence effective dans le marché national ou une partie substantielle de celui-ci, notamment par la création ou le renforcement d'une position dominante, sont déclarées admissibles.

133. Lors de l'appréciation des effets d'une concentration, la situation qui en résulterait doit être comparée à la situation telle qu'elle aurait été si la concentration n'avait pas eu lieu.

134. Selon les lignes directrices de la Commission<sup>111</sup>, les concentrations horizontales peuvent entraver de manière significative la concurrence effective de deux manières principales, notamment du fait de la création ou du renforcement d'une position dominante :

a) en supprimant la concurrence entre les parties, lesquelles auraient alors un pouvoir de marché accru, sans recourir à une coordination des comportements (effets non coordonnés ou unilatéraux) ;

b) en changeant la nature de la concurrence de telle sorte que les entreprises qui, jusque-là, ne coordonnaient pas leur comportement, seraient dorénavant beaucoup plus susceptibles de le faire et de majorer leurs prix ou de porter atteinte, d'une autre manière, à la concurrence effective (effets coordonnés).

135. En l'espèce, l'auditeur s'est interrogé sur l'existence de possibles effets non coordonnés et de possibles effets coordonnés susceptibles d'entraver de manière significative une concurrence effective sur les marchés affectés.

---

<sup>111</sup> Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises (2004/C 31/03), ci-après « Lignes directrices », § 22.



## **VIII.1 Concentration**

136. L'indice généralement utilisé pour mesurer la concentration du marché est l'indice Herfindahl-Hirschmann (HHI). L'HHI est calculé sur base de la somme des carrés des parts de marché de chacune des entreprises présentes sur le marché. La variation de l'HHI (le delta «  $\Delta$  » ci-après) entre la situation préconcentration et la situation post-concentration est un indicateur utile de la modification du degré de concentration qui résultera directement de l'opération<sup>112</sup>.

137. Il est peu probable qu'une opération soulève des problèmes de concurrence horizontaux sur un marché dont l'HHI à l'issue de la concentration est inférieur à 1.000. Ces marchés n'exigent normalement pas une analyse approfondie. Il est également peu probable qu'il soit conclu à l'existence de problèmes de concurrence horizontaux lorsque l'HHI à l'issue de l'opération est compris entre 1.000 et 2.000 et que le delta est inférieur à 250, ou lorsque l'HHI à l'issue de l'opération est supérieur à 2.000 et que le delta est inférieur à 150, sauf dans des cas exceptionnels<sup>113</sup>.

138. L'indice HHI est examiné dans la section suivante pour les trois marchés considérés comme horizontalement affectés.

### **VIII.1.1 Marché national amont de l'approvisionnement en câbles**

#### **VIII.1.1.a Position de la Partie notifiante**

139. Les niveaux d'HHI sur le marché national amont de l'approvisionnement en câbles sont les suivants :

2020	
HHI pré-transaction	[1.000-2.000]
HHI post-transaction	[1.000-2.000]
$\Delta$ HHI	[0-1.000]

#### **VIII.1.1.b Instruction**

140. Sur base des réponses des principaux fabricants et importateurs interrogés, l'auditeur estime réaliste l'estimation du marché total fournie par les parties selon l'hypothèse la plus conservatrice (hors ventes directes des fabricants), et donc leurs indices de concentration sur celui-ci.

#### **VIII.1.1.c Conclusion de l'auditeur**

141. Etant donné le faible nombre de concurrents sur ce marché affecté, les niveaux d'HHI et de delta HHI sont relativement élevés (supérieurs à 1.000 mais inférieurs à 2.000), à la fois avant et après l'opération. Le delta est cependant inférieur à 250, car l'incrément lié à l'opération est relativement faible ([0-5]%).

142. L'opération ne devrait pas soulever de problèmes de concurrence sur base des seuls niveaux d'HHI. En raison de parts de marchés importantes sur le marché en aval, l'auditeur estime cependant utile d'analyser davantage les éventuels effets anticoncurrentiels de la transaction sur ce marché amont.

<sup>112</sup> Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, JOUE 5/02/2004, C 31/5, § 21.

<sup>113</sup> Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, JOUE 5/02/2004, C 31/5, § 20.

### **VIII.1.2 Marché national amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation**

#### **VIII.1.2.a Position de la Partie notifiante**

143. Les niveaux d'HHI sur le marché national amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation sont les suivants :

2020	
HHI pré-transaction	[1.000-2.000]
HHI post-transaction	[1.000-2.000]
$\Delta$ HHI	[0-1.000]

#### **VIII.1.2.b Instruction**

144. Sur base des réponses des principaux fabricants et importateurs interrogés, l'auditeur estime réaliste l'estimation du marché total fournie par les parties selon l'hypothèse la plus conservatrice (hors ventes directes des fabricants), et donc leurs indices de concentration sur celui-ci.

#### **VIII.1.2.c Conclusion de l'auditeur**

145. Etant donné le faible nombre de concurrents sur ce marché affecté, les niveaux d'HHI et de delta HHI sont relativement élevés (supérieurs à 1.000 mais inférieurs à 2.000), à la fois avant et après l'opération. Le delta est cependant inférieur à 250, car l'incrément lié à l'opération est relativement faible ([5-10]%).

146. L'opération ne devrait pas soulever de problèmes de concurrence sur base des seuls niveaux d'HHI. En raison de parts de marchés importantes sur le marché en aval, l'auditeur estime cependant utile d'analyser davantage les éventuels effets anticoncurrentiels de la transaction sur ce marché amont.

### **VIII.1.3 Marché national aval du commerce de gros de matériel électrique**

#### **VIII.1.3.a Position de la Partie notifiante**

147. Les niveaux d'HHI sur le marché national aval du commerce de gros de matériel électrique sont les suivants :

2020	
HHI pré-transaction	[2.000-3.000]
HHI post-transaction	[3.000-4.000]
$\Delta$ HHI	[0-1.000]

#### **VIII.1.3.b Instruction**

148. Sur base des réponses des principaux fabricants et concurrents interrogés, l'auditeur estime réaliste l'estimation du marché total fournie par les parties, et donc leurs indices de concentration sur celui-ci.

149. Le marché aval du commerce de gros de matériel électrique s'est concentré depuis la dernière concentration notifiée à l'ABC (Affaire Cebeo/Cheyns en 2016). Par exemple, Rexel a fait l'acquisition de DES ELEKTRO, un distributeur grossiste comprenant un seul point de vente en 2018 et Trilec a acquis

Vanherck Elektrotechniek en 2020. En 2018, Cebeo a acquis le groupe Vandecappelle, en 2021, il a acquis Lumatec et en 2022 le groupe Electro Meers.

### **VIII.1.3.c Conclusion de l'auditeur**

150. Etant donné le faible nombre de concurrents sur le marché affecté, les niveaux d'HHI et de delta HHI sont particulièrement élevés (et largement supérieurs à 2.000), à la fois avant et après l'opération, avec un delta supérieur à 250.
151. Etant donné le niveau élevé de ces indicateurs, tant en termes absolus qu'en termes de variation, ils constituent une raison valable pour l'auditeur d'analyser davantage les éventuels effets anticoncurrentiels de la transaction sur le marché du commerce de gros de matériel électrique<sup>114</sup>.

## **VIII.2 Analyse des effets non coordonnés**

### **VIII.2.1 Introduction**

152. Une concentration peut entraver de manière significative la concurrence effective sur un marché en supprimant d'importantes pressions concurrentielles sur un ou plusieurs acteurs dont le pouvoir de marché se trouve en conséquence accru. L'effet le plus direct d'une opération de concentration est de supprimer complètement la concurrence qui existait entre les deux parties à l'opération, ce qui peut permettre, par exemple, à ces dernières d'augmenter leurs prix sans contraintes particulières<sup>115</sup>.
153. A cette fin, l'auditorat a analysé les facteurs qui pourraient augmenter la probabilité que cette opération entraîne des effets non coordonnés significatifs sur les marchés amont de l'approvisionnement en câbles et en matériel technique d'installation, ainsi que sur le marché aval de la vente de gros de matériel électrique.
154. Notamment, il s'agit d'évaluer la proximité concurrentielle entre les parties à l'opération et vis-à-vis de leurs concurrents, la possibilité pour leurs partenaires de changer de client ou de fournisseur, ou encore d'identifier les alternatives existantes.
155. Au niveau amont, l'augmentation de la puissance d'achat auprès des fournisseurs (fabricants ou importateurs – ci-après mentionnés comme « fabricants ») devrait permettre aux parties d'obtenir de meilleures conditions d'achat. Cependant, si l'obtention de conditions d'achat plus avantageuses peut mener à effets pro-concurrentiels à condition qu'elles soient répercutées en aval sur les conditions de ventes proposées aux consommateurs, ceci peut également affecter les conditions de concurrence.
156. En effet, l'augmentation de la puissance d'achat pourrait mener à l'éviction de concurrents acheteurs si l'avantage accordé par les fabricants aux parties est tel que ceux-ci doivent le compenser via des conditions moins avantageuses aux concurrents des parties (waterbed effect).
157. De plus, si les parties deviennent la source principale de distribution pour les fabricants, étant donné que les fabricants sélectionnent leurs clients selon les volumes qu'ils achètent et leur potentiel de

---

<sup>114</sup>Selon les Lignes directrices en matière de concentrations horizontales, ces niveaux de concentrations doivent soulever des craintes en matière de concurrence. Il est peu probable que la Commission estime qu'une opération soulève des problèmes de concurrence horizontaux sur un marché dont l'HHI à l'issue de la concentration sera inférieur à 1 000. Ces marchés n'exigent normalement pas une analyse approfondie. Il est également peu probable que la Commission conclue à l'existence de problèmes de concurrence horizontaux lorsque l'HHI à l'issue de l'opération est compris entre 1.000 et 2.000 et que le delta est inférieur à 250, ou lorsque l'HHI à l'issue de l'opération est supérieur à 2.000 et que le delta est inférieur à 150, sauf dans des cas exceptionnels.

<sup>115</sup> Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, JOUE 5/02/2004, C 31/5, § 24.

distribution, ceux-ci pourraient à terme décider de concentrer leurs ventes avec un faible nombre de grossistes. A terme, cela peut conduire à une exclusion des concurrents qui sont moins intéressants en termes de volumes (les plus petits grossistes).

158. L'augmentation de la puissance d'achat pourrait également mener à un problème de hold-up si l'avantage accordé par les fabricants aux parties est tel que ceux-ci doivent le répercuter sur leurs investissements dans la production de nouveaux et meilleurs produits ou d'augmenter leur production. Cela peut entraîner à long terme par exemple une réduction des capacités, une diminution du nombre et de la qualité des produits (hold-up effect).

159. Au niveau aval, l'opération pourrait potentiellement faire disparaître une pression concurrentielle en termes de prix ou d'offre (gamme et services), ce qui pourrait conduire les parties à augmenter leurs prix, diminuer leur gamme ou leurs services aux clients.

### **VIII.2.2 Marché national amont de l'approvisionnement en câbles**

160. Sur le marché amont de l'approvisionnement en câbles, les parties à la concentration disposeront après l'opération d'une part de marché cumulée de [20-30]% (avec un incrément relativement faible de [0-5]%). Ces parts de marchés sont calculées de la manière la plus conservatrice, c'est-à-dire qu'elles ne tiennent pas compte des ventes réalisées en direct par les fabricants.

161. Les concurrents des parties sur ce marché amont sont à la fois des concurrents grossistes, généralistes ou spécialistes, mais également des clients industriels, à qui les fabricants vendent en direct, ou encore des pure players.

162. Il ressort en effet de l'instruction que la clientèle des fabricants sur le marché amont de l'approvisionnement en câbles est composée principalement de clients industriels (ex Fluvius, Ores, Infrabel), même si les grossistes généralistes Cebeo et Rexel restent des clients importants (ensemble environ [[20-40]% - selon chaque fabricant]). Trilec n'est généralement pas un des 10 principaux clients de ce type de fournisseur. De plus, les fabricants disposent d'une puissance compensatrice (pour certains des groupes internationaux offrant des produits must-have) et d'un système de distribution qui ne repose pas uniquement sur les grossistes généralistes<sup>116</sup>.

163. Sur le marché de l'approvisionnement en câbles également, on retrouve des clients de type grossistes spécialistes ou intermédiaires, qui produisent et vendent des câbles précâblés par exemple.

164. En ce qui concerne la possibilité de changer de client sur les marchés amont de la vente de câbles, l'enquête de marché confirme qu'il n'y a pas de contrats de distribution exclusive entre les fabricants et les distributeurs-grossistes ou leurs autres clients. Chacun demeure libre de contracter avec d'autres partenaires. Les relations entre les fabricants et les distributeurs-grossistes sont généralement régies par des contrats annuels (renouvelables) qui sont négociés au niveau national et pour différentes lignes de produits<sup>117</sup>.

165. En termes d'arrivée de nouveaux acteurs concurrents à l'achat, l'enquête de marché indique l'existence de faibles barrières à l'entrée<sup>118</sup>.

<sup>116</sup> Voir à titre d'exemple la réponse d'ABB, pièce III.A.6, question 12 : « We hebben 2 verkoopskanalen: distributie WS kanaal, direct verkoopskanaal (utility bedrijven ( Fluvius, ORES, SIBELGA, ENGIE, ELIA, ... ) ; OEM integratoren ( ACA, Picanol, .. ) ; grote installatiebedrijven ( SPIE, CEGELEC, ... ) ; MV en LV bordenbouwers ».

<sup>117</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, question 17, et des concurrents, pièces II, question 13.

<sup>118</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, question 19, et des concurrents, pièces II, question 15.

166. Les principaux acteurs du marché (fabricants, concurrents grossistes et clients) sont unanimes sur le fait que ce marché de l'approvisionnement en câbles serait plutôt mature mais connaîtrait une phase de croissance, suite à l'arrivée de nouveaux produits, des modifications législatives (interdiction de l'installation de chaudière à mazout à court terme pour les trois régions), et à l'arrivée de distributeurs spécialisés (particulièrement en période de remise en question énergétique – de manière privée ou obligatoire<sup>119</sup>)<sup>120</sup>.

#### **VIII.2.2.a Analyse des potentiels effets verticaux**

167. Selon les Lignes Directrices de la Commission européenne sur les concentrations non horizontales « Une concentration verticale peut entraver de manière significative la concurrence effective en produisant des effets non coordonnés, principalement lorsqu'elle entraîne un verrouillage du marché qui crée des effets anticoncurrentiels. Le verrouillage du marché peut dissuader les entreprises rivales d'entrer ou de se développer sur le marché, ou les inciter à en sortir »<sup>121</sup>.

168. Rexel est active sur le marché sur ce marché en tant que fabricant de câbles flexibles précâblés via sa filiale Figibel, mais de manière limitée. La part de marché de Rexel Belgium serait estimée à environ [0-5]% en Belgique<sup>122</sup>.

169. Ces ventes ne constituent pas sa principale source d'approvisionnement pour ces produits. La Partie notifiante précise que sa production propre de tubes flexibles précâblés ne représente que [10-20]% des ventes de tubes flexibles précâblés réalisées par Rexel à ses clients. Rexel Belgium s'approvisionne donc pour les [80-90]% restants auprès d'autres fabricants de ce matériel<sup>123</sup>.

170. Actuellement, Trilec n'est pas client de Figibel.

#### **VIII.2.2.b Conclusions de l'auditeur**

171. L'auditeur estime que l'opération ne permettra pas aux parties d'exercer une puissance d'achat significativement plus importante qu'avant l'opération, et de bénéficier d'un avantage plus important lors de leur négociation avec les fabricants. Il estime alors peu probable une compensation de cette puissance d'achat accrue dans les conditions que les fabricants octroient à leurs concurrents acheteurs, et ainsi potentiellement leur exclusion du marché.

172. En effet, l'augmentation de parts de marché des parties est limitée sur le marché amont de l'approvisionnement en câbles, étant donné la part de marché faible de Trilec à l'achat de ce matériel.

173. Les fabricants disposent également d'une puissance compensatrice (pour certains des groupes internationaux offrant des produits must-have) et d'un système de distribution qui ne repose pas uniquement sur les grossistes généralistes.

174. À la suite du rachat de Trilec par Rexel, les fabricants devraient en outre disposer d'alternatives suffisantes pour vendre leurs produits soit auprès d'autres grossistes généralistes (même si le nombre de concurrents est inférieur à ce qui existait au moment de la concentration Cebeo-Cheyns<sup>124</sup>), soit auprès de grossistes spécialistes (et potentiellement de nouveaux entrants), soit en direct auprès clients industriels.

---

<sup>119</sup> Depuis 2021, il n'est plus permis de placer une chaudière à mazout en Région flamande, cette interdiction s'étendra bientôt aux autres régions (à partir de la Région wallonne (en 2030), de la Région Bruxelles-Capitale (en 2025)).

<sup>120</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, questions 3 et 20, et des concurrents, pièces II, questions 2 et 16.

<sup>121</sup> Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations non horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, JOUE 18/10/2008, C 256/6, paragraphe 29.

<sup>122</sup> <sup>122</sup> Formulaire de notification, pt.70.

<sup>123</sup> Formulaire de notification, pt.70.

<sup>124</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyns, pt.125.

175. La grande majorité des fabricants interrogés concluent d'ailleurs à l'absence d'impact de l'opération pour ce qui les concerne <sup>125</sup>.

176. L'auditeur estime que la concentration ne devrait pas générer d'effets non coordonnés verticaux, tels qu'un verrouillage de marché. En effet, l'activité de Rexel et Trilec en achat de ce type de produit est limitée et il existe de nombreux autres fabricants.

177. L'auditeur estime en conséquence que la concentration n'est pas de nature à générer des effets non coordonnés susceptibles de donner lieu à des doutes sérieux d'entrave significative à la concurrence sur le marché national amont de l'approvisionnement en câbles.

### **VIII.2.1 Marché national amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation**

178. Sur le marché amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation, les parties à la concentration disposeront après l'opération d'une part de marché cumulée de [29-39]% (avec un incrément de [5-10]%). Ces parts de marchés sont calculées de la manière la plus conservatrice, c'est-à-dire qu'elles ne tiennent pas compte des ventes réalisées en direct par les fabricants.

179. Les concurrents des parties sur ce marché amont sont principalement des grossistes généralistes ou spécialistes, mais également des clients industriels, à qui les fabricants vendent en direct, mais dans une moindre mesure que sur le marché de l'approvisionnement en câbles.

180. L'enquête de marché a révélé que, dans la majorité des cas, Cebeo et Rexel sont déjà les deux principaux clients des fabricants sur le marché amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation (équivalent ensemble à environ [50-70]% - selon les cas de leur approvisionnement total)<sup>126</sup>.

181. Le reste de leur clientèle est composée d'autres grossistes généralistes, dont Trilec (qui réalise entre [2 et 15]% du chiffre d'affaires du fournisseur selon les cas)<sup>127</sup>, le groupe à l'achat Gibed<sup>128</sup> avec des parts de marché similaires à celles de Trilec, et d'autres grossistes avec des parts de marchés inférieures. Les fabricants vendent également leurs produits à des grossistes spécialistes, les grossistes des enseignes de bricolage (Eltra, etc.), et dans une moindre mesure directement au client ou à des pure players.

182. En ce qui concerne la possibilité de changer de client sur les marchés amont de la vente de matériel technique d'installation, de manière similaire à ce qui se produit sur le marché de l'approvisionnement en câbles, l'enquête de marché confirme qu'il n'y a pas de contrats de distribution exclusive entre les fabricants et les distributeurs-grossistes. Chacun demeure libre de contracter avec d'autres partenaires. Les relations entre les fabricants et les distributeurs-grossistes sont généralement régies par des contrats annuels (renouvelables) qui sont négociés au niveau national et pour différentes lignes de produits. En termes d'arrivée de nouveaux acteurs concurrents à l'achat, l'enquête de marché indique l'existence de faibles barrières à l'entrée similaires à celles du marché de l'approvisionnement en câbles. Les fabricants rappellent qu'ils sélectionnent leurs clients selon certains critères, dont leur volume d'achat, leur présence physique, leur couverture géographique, et l'atteinte d'une clientèle spécifique<sup>129</sup>.

<sup>125</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, questions 21-22, et des concurrents, pièces II, questions 17-18.

<sup>126</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, questions 7 et 9, et réponses des concurrents à la demande d'information supplémentaire sur les clients, pièces II.

<sup>127</sup> Idem op. cit.

<sup>128</sup> Coopération à l'achat : Aleco, Alfa, Elecpro Cuypers, Govaerts, Niederau, Piscaer, Sarem et Tasiaux.

<sup>129</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, question 19, et des concurrents, pièces II, question 15.

183. Comme pour le marché de l’approvisionnement en câbles, les principaux acteurs du marché (fabricants, concurrents grossistes et clients) sont unanimes sur le fait que ce marché de l’approvisionnement en matériel technique d’installation serait plutôt mature mais connaîtrait une phase de croissance suite à l’arrivée de nouveaux produits, des modifications législatives (interdiction de l’installation de chaudière à mazout à court terme pour les trois régions), et à l’arrivée de distributeurs spécialisés (particulièrement en période de remise en question énergétique – de manière privée ou obligatoire<sup>130</sup>)<sup>131</sup>.

#### **VIII.2.1.a Conclusions de l’auditeur**

184. L’auditeur estime que l’opération ne permettra pas aux parties d’exercer une puissance d’achat significativement plus importante qu’avant l’opération, et de bénéficier d’un avantage plus important lors de leur négociation avec les fabricants. Il estime alors peu probable une compensation de cette puissance d’achat accrue dans les conditions que les fabricants octroient à leurs concurrents acheteurs, et ainsi potentiellement leur exclusion du marché.

185. L’augmentation de part de marché des parties est limitée sur le marché amont de l’approvisionnement en matériel technique d’installation, mais est cependant plus importante que sur le marché de l’approvisionnement en câbles. Trilec est un acteur important sur ce marché, après Cebeo et Rexel.

186. Il faut cependant relever que les fabricants disposent sur ce marché d’une forte puissance compensatrice, et tenir compte du fait que certains groupes internationaux offrent des produits must-have (par ex. Legrand, Eaton, Schneider, Conite-Niko).

187. À la suite du rachat de Trilec par Rexel, les fabricants devraient disposer d’alternatives suffisantes pour vendre leurs produits - auprès d’autres grossistes généralistes, ou enfin en direct auprès clients industriels ou des pure players spécialisés).

188. La grande majorité des fabricants interrogés concluent d’ailleurs à l’absence d’impact pour ce qui les concerne<sup>132</sup>.

189. L’auditeur estime en conséquence que la concentration n’est pas de nature à générer des effets non coordonnés susceptibles de donner lieu à des doutes sérieux d’entrave significative la concurrence sur le marché national amont de l’approvisionnement en matériel technique d’installation.

#### **VIII.2.2 Marché national aval du commerce de gros de matériel électrique**

190. L’origine sectorielle des clients sera prise en compte lors de l’analyse des différents éléments pouvant favoriser l’émergence d’effets non coordonnés. Notamment, il s’agit d’évaluer la proximité concurrentielle entre parties à l’opération et vis-à-vis de leurs concurrents, la possibilité pour leurs partenaires de changer de client ou de fournisseur, ou encore d’identifier les alternatives existantes.

---

<sup>130</sup> Depuis 2021, il n’est plus permis dans placer une chaudière à mazout en Région flamande, cette interdiction s’étendra bientôt aux autres régions (à partir en région wallonne (en 2030), en Région Bruxelles-Capitale (en 2025)).

<sup>131</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, questions 2 et 20, et des concurrents, pièces II, questions 1 et 16.

<sup>132</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, questions 21-22, et des concurrents, pièces II, questions 17-18.

### **VIII.2.2.a Trilec et Rexel ne sont pas des concurrents particulièrement proches**

#### ***i) Pour les clients industriels***

191. Du point de vue des clients industriels, Cebeo et Rexel sont des fournisseurs en théorie substituables. Cependant, Trilec ne répond qu'à très peu d'appels d'offres en pratique. Celui-ci est généralement disqualifié d'avance car il ne dispose pas d'une gamme de produits suffisamment large ou d'une logistique adéquate, ce qui est un des critères de sélection<sup>133</sup>.

#### ***ii) Pour les clients résidentiels ou tertiaires***

192. De manière générale, l'enquête de marché a montré que l'ensemble des clients interrogés considère Trilec comme plus performante que Rexel en termes de service. Rexel serait plus performante que Trilec en termes de gamme disponible (étendue de la gamme de références, et disponibles dans les 24h), de vente en ligne, de prix et de couverture du réseau. Il apparaît également que Trilec serait plus performante sur la question du service au point de vente<sup>134</sup>.

193. Il ressort unanimement des réponses des clients résidentiels ou tertiaires, que Rexel serait une alternative à Trilec, mais l'inverse n'est pas vrai, ce qui confirme l'avantage de Rexel sur Trilec sur les éléments cités ci-dessus<sup>135</sup>.

194. Les clients de Trilec en particulier indiquent trouver ce fournisseur plus performant que Rexel sur une série de facteurs, dont la qualité du service, qui est pour eux un élément majeur de choix. En particulier, Trilec leur semble davantage performant sur les retraits de matériel en point de vente ou en sas de nuit. Ceux-ci expriment une crainte de voir disparaître un des derniers acteurs « belge » de type « familial » proposant un service de qualité<sup>136</sup>.

195. Cebeo serait un concurrent davantage similaire à Rexel, tandis que Trilec serait similaire à d'autres acteurs, tels qu'Alelek, notamment du fait qu'il se concentre sur une clientèle professionnelle localisée en Flandre, et fournit un service au client plus performant, ou encore tels que les grossistes de la coopération Gibed (Aleco, Alfa, Elecpro Cuypers, Govaerts, Niederau, Piscaer, Sarem et Tasiaux)<sup>137</sup>.

### **VIII.2.2.b L'existence d'alternatives**

#### ***i) Pour les clients industriels***

196. Les alternatives des clients industriels en termes de distributeurs sont généralement limitées à ceux qui sont capables répondre à leur demande et leurs appels d'offres. Trilec indique ne remporter qu'un nombre limité de marchés publics, et qui représentent une part limitée de son chiffre d'affaires (environ [0-5]% de leur ventes). Les groupes ATS<sup>138</sup> et Breemes sont également des grossistes qui visent une clientèle industrielle.

197. Les clients industriels sont plus susceptibles de s'approvisionner directement auprès de leurs propres fournisseurs, selon certaines conditions (de volume principalement), particulièrement les clients spécialisés (ex : Newelec, P&Vpanels).

198. Il ressort également de l'enquête de marché que des fournisseurs tels que les pure players, les enseignes de bricolage, ou les petits revendeurs ne sont pas une alternative aux distributeurs grossistes ou spécialistes

<sup>133</sup> Voir notamment la pièce IV.2.F.8, réponse d'Infrabel, et pièce IV.2.J.16 réponse de la SNCB.

<sup>134</sup> Voir réponses à l'enquête de marché, pièce IV.1.6, p.24.

<sup>135</sup> Voir réponses à l'enquête de marché, pièce IV.1.6, p.21.

<sup>136</sup> Voir réponses à l'enquête de marché, pièce IV.1.6, p.24.

<sup>137</sup> Voir notamment la réponse d'Alelek à la demande de renseignements, pièce II.2.7.

<sup>138</sup> En 2015, Luminus a acquis une participation majoritaire dans le Groupe ATS.



pour les clients industriels. Ceux-ci visent davantage une clientèle composée de particuliers et vendent des produits à haute rotation (« runners »)<sup>139</sup>.

199. En ce qui concerne le marché aval du commerce de gros de matériel électrique, il semblerait que les clients industriels peuvent facilement changer de fournisseur, car les relations entre les distributeurs-grossistes et les clients industriels ne sont pas non plus régies par des contrats exclusifs<sup>140</sup>.

### **ii) Pour les clients résidentiels ou tertiaires**

200. Pour les clients résidentiels ou tertiaires, l'enquête de marché indique que la plupart disposent de plus de trois fournisseurs de matériel électrique. Trilec n'est pas systématiquement le troisième fournisseur de ces clients, qui se dirigent également vers des grossistes spécialistes<sup>141</sup>.

201. Pour les clients de Trilec qui comptent jusqu'à trois fournisseurs, celui-ci est l'une de leur principale source d'approvisionnement (environ [80-90]% de leurs achats). Trilec reste un fournisseur important (environ [20-30]%) s'ils achètent chez plus de trois fournisseurs. Les clients de Trilec se fournissent en général également chez Cebeo ou Rexel ou chez un grossiste spécialiste en complément<sup>142</sup>.

202. Les alternatives des clients résidentiels ou tertiaires seraient plus nombreuses que pour les clients industriels. La majorité de ceux-ci estiment disposer d'un choix suffisant de fournisseurs de matériel électrique. Après l'opération, les clients ont la possibilité de se retourner vers d'autres groupes comme Cebeo (davantage similaire à Rexel que Trilec), mais pour certains, il ne s'agit pas d'une alternative équivalente en termes de service au client en point de vente. Ces clients ont également la possibilité de s'approvisionner auprès du groupe Alelek et les membres de l'alliance Gibed (plutôt similaires à Trilec), qui proposent un service plus « familial ». Certains de ces grossistes concurrents n'excluent pas d'étendre leur réseau en Flandre<sup>143</sup>.

203. Les clients peuvent également s'approvisionner auprès de grossistes spécialistes. Certains indiquent également s'approvisionner à l'étranger, entre autres chez des pure players spécialisés en matériel électrique<sup>144</sup>.

204. Les fabricants ne représentent pas une alternative aux grossistes pour les clients résidentiels ou tertiaires. Ils considèrent les distributeurs grossistes et spécialistes comme indispensables pour atteindre cette clientèle<sup>145</sup>.

205. Il ressort également de l'enquête de marché que des fournisseurs tels que les pure players généralistes (non spécialisés en matériel électrique), les enseignes de bricolage, ou les petits revendeurs ne sont pas une alternative aux distributeurs grossistes ou spécialistes pour les clients résidentiels ou tertiaires. Leur clientèle est majoritairement composée de clients particuliers et vendent des produits à haute rotation (« runners »)<sup>146</sup>.

206. En ce qui concerne le marché aval du commerce de gros de matériel électrique, il semblerait que les clients résidentiels ou tertiaires peuvent facilement changer de fournisseur, car leurs relations avec les distributeurs-grossistes ne sont pas non plus régies par des contrats exclusifs. Ces derniers devront

---

<sup>139</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, question 15, et des concurrents, pièces II, question 12.

<sup>140</sup> Voir réponses des concurrents à la question 13.

<sup>141</sup> Voir réponses à l'enquête de marché, pièce IV.1.6, pp.8-18.

<sup>142</sup> Idem op. cit.

<sup>143</sup> Voir réponses des clients, pièces IV.2.

<sup>144</sup> Voir réponses à l'enquête de marché, pièce IV.1.6, pp.8-18, et voir notamment réponse d'Elektramat, pièce II.N.9.

<sup>145</sup> Voir réponses à l'enquête de marché, pièce IV.1.6, p21 et réponses des fabricants, pièces III.

<sup>146</sup> Voir réponses des fabricants, pièces III, question 15, et des concurrents, pièces II, question 12.

renégocier des conditions individuelles ou se plier à une nouvelle politique de ristournes et atteinte d'objectifs.

#### **VIII.2.2.c Les barrières l'entrée**

207. Selon l'enquête de marché, les principaux acteurs du marché (fabricants, concurrents grossistes et clients) ne signalent pas de barrière à l'entrée spécifique à l'entrée sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique.

208. Ils sont unanimes sur le fait que ces marchés sont matures, voir en phase de croissance<sup>147</sup> suite à l'arrivée de nouveaux produits et de distributeurs spécialisés (particulièrement en période de remise en question énergétique – de manière privée ou obligatoire<sup>148</sup>). Le développement de l'automatisation des magasins semble apporter également des opportunités de croissance de ce marché.

209. Sur ce marché aval, les faibles barrières à l'entrée se résument à la nécessité d'un point de vente et d'un service logistique et de livraison performant.

210. Le concurrent néerlandais pure player spécialisé Elektramat envisage d'ailleurs de s'implanter en Belgique. Ce dernier propose déjà un assortiment de matériel spécifique aux normes belges et pratique la livraison en Belgique<sup>149</sup>.

#### **VIII.2.2.d Absence de la nécessité d'une agence locale**

211. L'enquête de marché a également vérifié le caractère local de l'implantation des parties.

212. Comme mentionné dans l'affaire Cebeo/Cheyns<sup>150</sup>, il semblerait que ce ne soit pas un élément déterminant pour l'achat des clients résidentiels ou tertiaires. Ces derniers adoptent de plus en plus des habitudes de commande à distance (internet, mail ou téléphone) et achètent moins souvent au comptoir<sup>151</sup>.

213. Chez les parties<sup>152</sup>, les habitudes de consommation des clients montrent une tendance à la hausse des ventes en ligne, plus importante pour l'instant chez Rexel que chez Trilec.

214. En termes d'habitude de réception de commande, il semblerait cependant que les clients continuent d'aller souvent dans l'une des agences de leur grossiste ou dans un sas de nuit afin de retirer leurs commandes. Certains se font encore volontiers livrer à leur siège social plutôt que sur chantier (lieu désigné). Disposer d'un point de collecte, d'un sas de nuit, ou d'un centre de distribution adéquatement positionné peut se révéler un élément de concurrence important.

---

<sup>147</sup> Voir réponse d'ABB, pièce III.A.6.

<sup>148</sup> Depuis 2021, il n'est plus permis dans placer une chaudière à mazout en Région flamande, cette interdiction s'étendra bientôt aux autres régions (à partir en région wallonne (en 2030), en Région Bruxelles-Capitale (en 2025)).

<sup>149</sup> Voir réponse d'Elektramat, pièce II.N.9.

<sup>150</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyns, pt.146.

<sup>151</sup> Voir pièce IV.1.6, réponses à l'enquête de marché.

<sup>152</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 6.2.2, pt.94.

Tableau 6: Répartition des ventes selon les modalités de vente et d'enlèvement

Modalités de vente	Comptoir			Téléphone / mail / fax			e-commerce (ventes en ligne)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Rexel <sup>187</sup>	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[30-40]%	[40-50]%	[40-50]%
Trilec	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
Modalités d'enlèvement	Comptoir			Point d'enlèvement dédié (notamment sas de livraison ou collection à l'agence de son choix)			Lieu désigné (client ou chantier)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Rexel	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[20-30]%	[70-80]%	[60-70]%	[60-70]%
Trilec	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[40-50]%	[50-60]%	[50-60]%	[30-40]%	[20-30]%	[20-30]%

215. Pour tenir compte de cette particularité, l'auditorat a examiné la situation concurrentielle sur les zones affectées par la concentration autour des 15 points de vente/enlèvement/sas de nuit de Trilec. L'enquête de marché a indiqué que les clients étaient disposés à se déplacer à 30 minutes. La Partie notifiante a fourni dans un premier temps une analyse des zones locales selon l'hypothèse conservatoire d'une zone de 10 minutes<sup>153</sup>.

216. Il n'y a pas de chevauchement entre les activités de Rexel et Trilec pour 4 des 15 points de vente de Trilec dans les rayons correspondant à 10 minutes de trajet en voiture. Ces points de vente de Trilec sont ceux de : Dendermonde, Ronse, Gembloux et Mol. Aucun effet non coordonné de la concentration n'est supposé sur ces zones.

217. Les cas de chevauchement d'activités entre Trilec et Rexel dans un rayon correspondant à 10 minutes en trajet de voiture concernent 11 des 15 points de vente de Trilec. Dans le cas où la concentration augmenterait le pouvoir de marché des parties dans une zone, le risque d'effets non coordonnés apparaît cependant limité. En effet :

- a. Au moins trois distributeurs-grossistes concurrents resteront présents dans la zone de chalandise concernée, dont Cebeo (à l'exception des zones de Saint-Ghislain, Sint-Niklaas et Vichte). Dans toutes ces zones, il existe également une présence physique de spécialistes ou de petits revendeurs ;
- b. La politique commerciale/de tarification des parties et de leurs concurrents est nationale. Une faible part de la fixation des prix est laissée à l'antenne locale<sup>154</sup>.

218. L'analyse a été répliquée pour des zones d'un rayon de 25 et 30 minutes. Le nombre d'alternatives pour les clients augmente alors significativement pour toutes les zones autour des points de vente Trilec<sup>155</sup>.

<sup>153</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, annexe 24, pièce I.2.2.25.

<sup>154</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 6.2.2, pt.90 ; Voir réponses des concurrents, pièces II, à la question 10.

<sup>155</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, annexes 27, pièce I.2.2.28.

### **VIII.2.2.e Conclusions de l'auditeur**

219. L'augmentation de parts de marché des parties est peu importante sur le marché aval, étant donné un incrément de part de marché relativement faible attribué à Trilec. Une analyse plus fine révèle que l'incrément est plus important en Flandre et sur le segment des clients résidentiels.
220. À la suite du rachat de Trilec par Rexel, l'enquête de marché indique que les clients industriels devraient disposer des sources alternatives d'approvisionnement, notamment via les groupes spécialisés en clients industriels comme ATS ou Breemes.
221. Même si Trilec offrait un service apprécié d'une clientèle professionnelle, il n'est pas dans l'intérêt de la nouvelle entité de limiter l'offre ou d'augmenter ses prix aux clients résidentiels ou tertiaires à la suite de l'opération.
222. En effet, les clients résidentiels ou tertiaires devraient disposer d'alternatives suffisantes pour s'approvisionner en matériel électrique. Une grande partie d'entre eux se fournissaient déjà chez Cebeo (davantage similaire à Rexel). Ils ont la possibilité de se retourner vers d'autres groupes comme Alelek et les membres de l'alliance Gibed qui disposent d'une clientèle plus résidentielle composée de plus petits installateurs (davantage similaires à Trilec). Certains grossistes concurrents n'excluent d'ailleurs pas d'étendre leur réseau. Il est vrai que le nombre de concurrents grossistes est inférieur à ce qui existait au moment de la concentration Cebeo-Cheyne<sup>156</sup>. Cependant, il continuera d'exister un nombre suffisant de ces points de vente alternatifs dans une zone de 10, 25 et 30 minutes de conduite des points de vente de Trilec.
223. Les clients résidentiels ou tertiaires peuvent également s'approvisionner auprès de grossistes spécialistes, s'approvisionner à l'étranger, entre autres chez des pure players spécialisés en matériel électrique, qui vendent aux professionnels. Les pure players généralistes et les magasins de bricolage vendant aux consommateurs particuliers ne sont pas considérés comme une alternative. Les fabricants ne sont pas une source d'approvisionnement alternative pour les clients résidentiels ou tertiaires, mais sous certaines conditions le sont pour des clients industriels.
224. La grande majorité des clients interrogés concluent d'ailleurs à l'absence d'impact pour ce qui les concerne<sup>157</sup>.
225. Au regard de ce qui précède, l'auditeur est d'avis que la présente concentration n'est pas susceptible de générer des effets non coordonnés capables de causer des doutes sérieux d'entrave significative à la concurrence effective sur le marché aval du commerce de gros en matériel électrique.

### **VIII.2.3 Conclusion de l'auditeur sur les effets non coordonnés**

226. Il est peu probable que la concentration donne lieu à des effets non coordonnés susceptibles de générer des doutes sérieux d'entrave significative à une concurrence effective sur les marchés amont de l'approvisionnement en câbles ou en matériel technique d'installation, ainsi que sur le marché aval de la vente de gros de matériel électrique.

## **VIII.3 Analyse des effets coordonnés**

### **VIII.3.1 Introduction**

227. Une opération de concentration réduit le nombre d'acteurs sur un marché et peut entraver de manière significative la concurrence effective en augmentant la probabilité que les entreprises soient en mesure de

---

<sup>156</sup> Décision n°ABC-2016-C/C-38 du 14 décembre 2016, Cebeo/Cheyne, pt. 125.

<sup>157</sup> Voir réponses à l'enquête de marché, pièce IV.1.6, pp.26-28, et pièces IV.2.

*coordonner leur comportement et d'augmenter les prix, sans nécessairement devoir procéder à la conclusion d'un accord ou recourir à une pratique concertée. Une opération de concentration peut aussi faciliter, stabiliser ou rendre plus efficace la coordination entre des entreprises qui coordonnaient déjà leurs comportements avant l'opération, soit en confortant la coordination préexistante, soit en permettant aux entreprises de se coordonner sur des prix encore plus élevés<sup>158</sup>.*

228. *Cette section examine les changements potentiels engendrés par la concentration et la façon dont ils pourraient influencer sur les incitants des parties à l'opération et leurs concurrents à se coordonner.*

229. *Sur les marchés en amont, le risque principal est que les acteurs du marché parviennent à une coordination durable à l'achat auprès des fabricants, notamment en se coordonnant sur leurs conditions tarifaires d'achat ou sur leurs volumes d'achats. Ce type de coordination pourrait à terme mener à l'éviction de leurs concurrents. Les fabricants pourraient répercuter les meilleures conditions qu'ils octroient aux participants à la coordination par de moins bonnes conditions offertes pour les concurrents externes à la coordination (effet waterbed). Les membres de la coordination pourraient également se réserver auprès des fabricants des quantités importantes de matériel indispensable à l'offre des autres grossistes.*

230. *Sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique, le risque est notamment que les acteurs du marché parviennent à une coordination durable sur les éléments de concurrence, dont principalement les tarifs de vente, soit une hausse des prix ou une baisse des ristournes/rabais ou une limitation de leur assortiment, ou encore une répartition géographique, avec un effet d'exclusion des acteurs externe à la coordination à moyen ou long terme. Il est également possible que les acteurs du marché parviennent à une coordination pour répondre aux appels d'offre des clients industriels.*

231. *Dans le cadre de cette analyse, différents indices doivent être pris en compte pour établir le risque d'apparition et de maintien d'une coordination.*

232. *Tout d'abord, la structure du marché : Une concentration qui réduit le nombre d'acteurs sur un marché et accroît ainsi la concentration du marché peut, dans certaines circonstances, donner lieu à un risque accru d'apparition d'une coordination tacite durable ou rendre plus solide une coordination tacite préexistante. Une concentration qui participe à augmenter la symétrie entre les acteurs du marché accroît également ce risque.*

233. *Dans ce cadre, différentes caractéristiques du marché sont prises en compte :*

a. *La transparence du marché est importante pour parvenir à une perception commune de la manière dont doit fonctionner la coordination, en ce qu'elle permet aux parties à la coordination d'observer les actions de leurs concurrents et d'adapter leurs comportements en conséquence. La transparence est également importante car elle permet aux parties à la coordination de détecter les déviations du comportement coordonné.*

b. *Une différenciation limitée (soit l'homogénéité) des produits et/ou des services facilite une potentielle coordination des acteurs du marché.*

234. *Pour ce qui concerne l'offre et la demande, il y a lieu de tenir en compte également des caractéristiques suivantes :*

---

<sup>158</sup> Commission européenne, Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, §§ 39-40. JO [2004] C 31/5.

- a. *L'évolution de la demande : des entreprises éprouvent moins de difficultés à se coordonner lorsque les conditions du marché sont relativement stables ou si une croissance de la demande est attendue. Il est également plus facile de détecter les comportements déviants lorsque la demande est stable.*
- b. *L'évolution de l'offre : Sur des marchés marqués par l'importance de l'innovation ou de faibles barrières à l'entrée, la coordination peut être plus difficile et instable, entre autres face au risque de voir arriver de nouveaux acteurs innovants compétitifs.*

235. *En outre, trois exigences (« critères Airtours »)<sup>159</sup> doivent être remplies pour que la coordination soit durable :*

- a. *Les entreprises qui coordonnent leurs comportements doivent être capables de surveiller dans une mesure suffisante si les termes de la coordination sont respectés ;*
- b. *Il existe une forme de mécanisme de dissuasion crédible qui puisse être mis en œuvre si un comportement déviant est détecté, et ;*
- c. *Les réactions d'entreprises qui ne participent pas à la coordination, tels que les concurrents potentiels ou futurs, ainsi que les réactions de clients, ne devraient pas pouvoir remettre en cause les résultats de la coordination.*

### **VIII.3.2 Marchés nationaux amont de l'approvisionnement en câbles et en matériel technique d'installation**

236. *L'analyse portera sur les deux marchés amont simultanément, étant donné que les risques identifiés et les principales caractéristiques de ces marchés sont similaires.*

#### **VIII.3.2.a Incitants à la coordination**

##### ***i) Structure du marché***

237. *L'opération de concentration réduira le nombre d'acheteurs grossistes généralistes sur les marchés amont de l'approvisionnement en câbles et en matériel technique d'installation et permettra d'augmenter la symétrie entre la nouvelle entité et son principal concurrent Cebeo en termes de couverture du territoire national (57 points de vente pour Cebeo contre 53 points de vente pour Rexel/Trilec). Ces deux grossistes ont déjà un assortiment similaire.*

238. *Néanmoins, l'opération n'augmenterait pas significativement la symétrie en termes de volumes d'achats. En effet, le volume des achats de Trilec est relativement faible, la puissance d'achat de Rexel et de Cebeo ne devrait donc pas être fondamentalement modifiée et reste limitée. De plus, les fabricants font partie de groupes internationaux qui disposent d'un pouvoir compensateur et de sources alternatives de distribution. Enfin, leurs principaux clients sont également des groupes industriels (Fluvius, Ores) en ventes directes, ou d'autres grossistes généralistes et spécialistes ou des pure players spécialisés comme Elektramat.*

##### ***ii) Aspects de concurrence***

239. *Le marché est relativement peu transparent. En effet, les relations entre les grossistes et les fabricants sont généralement régies par des contrats annuels (renouvelables) qui sont négociés au niveau national et concernent différentes lignes de produits. Ces contrats comportent généralement des remises calculées en fonction du volume des ventes des produits concernés ainsi que des incitants à développer certaines lignes*

<sup>159</sup> TPICE, T-342/99, Airtours c/Commission, 6 juin 2002.

de produits du fabricant. Les contrats sont liés à des objectifs de chiffres d'affaires qui peuvent être déclinés par gamme de produits et qui tiennent compte des résultats réalisés l'année précédente (objectifs dits « quantitatifs ») et à des objectifs dits « qualitatifs » (tels que la participation à des formations, l'organisation de formations, la présence dans les actions commerciales nationales, etc.) qui sont liés à la stratégie d'entreprise.<sup>160</sup> Le prix affiché n'est donc pas déterminant pour les clients professionnels car les remises peuvent varier de façon assez importante. La transparence du marché est donc relativement limitée.

240. Le marché est caractérisé par un grand nombre de produits, mais qui sont relativement homogènes. L'offre varie fortement en fonction d'un fournisseur spécialisé à l'autre, mais les produits sont similaires, d'autant plus qu'ils doivent répondre à un certain nombre de standards (CE, etc.).

### **iii) Evolution de la demande et de l'offre**

241. Les acteurs du marché sont unanimes sur le fait que ce marché serait mature, voire en phase de croissance (rénovations, produits photovoltaïques, etc.), avec l'arrivée de nouveaux produits et de nouveaux fabricants spécialisés.

242. Avec la crise de l'énergie, certains s'attendent à une augmentation de la demande, notamment pour les énergies renouvelables et électrique, qui nécessitent un câblage spécifique. De plus, depuis 2021, il n'est plus permis de placer une chaudière à mazout en Région flamande, cette interdiction s'étendra bientôt aux autres régions (en région wallonne (en 2030), en Région Bruxelles-Capitale (en 2025)).

243. L'instruction menée auprès des fabricants<sup>161</sup> et des concurrents confirme que les barrières à l'entrée sur ces marchés seraient relativement faibles<sup>162</sup>.

#### **VIII.3.2.b Mécanismes possibles de coordination**

244. Sur les marchés en amont, l'auditorat a examiné si une potentielle coordination des grossistes généralistes de leurs conditions tarifaires d'achat ou leurs volumes d'achats (obtenir de meilleures conditions, monopoliser des quantités, etc.), était crédible, ce qui aurait pu affecter leurs fournisseurs et à terme mener à l'éviction de leurs concurrents.

#### **VIII.3.2.c Réaction à la coordination**

245. Une coordination est peu probable étant donné le nombre important d'acteurs du marché pouvant réagir à la coordination. Les fabricants disposent en outre d'un pouvoir de négociation compensateur et étant donné leur caractère international et l'indispensabilité de leurs produits, ils peuvent également se tourner vers des clients alternatifs pour distribuer leurs produits comme d'autres distributeurs grossistes ou spécialistes ou des pure players spécialisés.

#### **VIII.3.2.d Conclusions de l'auditeur**

246. L'auditeur estime peu probable que la concentration conduise à des effets coordonnés sur le marché amont de l'approvisionnement en câbles et en matériel technique d'installation en raison d'une transparence limitée de ce marché et d'une instabilité du marché qui s'accroîtra dans le futur.

247. De plus, une réaction possible de la part de concurrents externes à la coordination et des fabricants est plus que plausible. L'auditeur a des doutes sérieux quant au fait que la concentration permette aux acteurs du marché de parvenir à une coordination stable et durable.

<sup>160</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 7.6.1, pt.124.

<sup>161</sup> Voir notamment les réponses des fabricants, pièces III, à la question 18 et les réponses des concurrents, pièces II, à la question 15.

<sup>162</sup> Pour le développement relatif aux barrières à l'entrée, nous vous renvoyons au point VIII.2.2.c développé ci-dessus.

248. De manière générale, l'instruction ne permet pas de déceler de craintes spécifiques chez les fabricants, ni chez les autres distributeurs. L'auditeur conclut dès lors à l'absence de doute sérieux de l'opération sur ces marchés amont.

### **VIII.3.3 Marché national aval du commerce de gros de matériel électrique**

#### **VIII.3.3.a Incitants à la coordination**

##### ***i) Structure du marché***

249. Pour les clients résidentiels et tertiaires, qui constituent l'essentiel de la clientèle de Trilec<sup>163</sup>, l'opération de concentration réduira le nombre de grossistes généralistes sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique. Le marché était composé de deux acteurs importants (Cebeo et Rexel), d'un acteur intermédiaire (Trilec) et d'une série de plus petits grossistes (Alelek, membres de la collaboration Gibed, etc.). Après l'opération, Rexel et Cebeo atteignent des parts de marché similaires, face à une série d'acteurs de taille modeste, dont potentiellement plusieurs acteurs en croissance (ex. Elektramat, certains grossistes).

250. Rexel et Cebeo étaient déjà des acteurs similaires en termes de prix et de d'assortiment. Cependant, l'opération impacte de manière partielle la symétrie des principaux acteurs du marché :

- a. Cebeo et la nouvelle entité auront des parts de marché similaires.
- b. La couverture du territoire national : 57 points de vente pour Cebeo contre 53 points de vente pour Rexel/Trilec, couvrant des zones similaires. L'offre en termes de références devrait rester semblable entre ces deux grossistes, l'offre de Trilec étant moins large en nombre de références. Cependant, [CONFIDENTIEL]. L'offre de la future entité ne serait alors pas homogène en termes de services et devrait proposer en partie des services supérieurs à ceux de Cebeo.
- c. La couverture de l'offre en ligne : Le site en ligne de Trilec (Triconnect), et de Rexel (Netstore) (pour les professionnels) permettrait aux deux acteurs d'avoir une offre en ligne similaire à celle de Cebeo en termes de services au gros et petit professionnel (offre de gros et offre au détail). Ceci d'autant plus que la plateforme de Trilec serait davantage performante que celle de Rexel et permettrait de concurrencer Cebeo. Avec les plateformes Solyd<sup>164</sup> de Trischot (pour les particuliers ou petits professionnels) et Bizline<sup>165</sup> de Rexel, Rexel et Trilec seront tous les deux actifs sur la vente aux particuliers, alors que Cebeo ne l'est pas.
- d. Les moyens logistiques : Le centre de distribution de Trilec permettrait de désengorger le site de Rexel et de concurrencer Cebeo.

##### ***ii) Aspects de concurrence***

251. Le marché est relativement peu transparent, ce qui rend difficile une coordination sur les éléments tarifaires de concurrence :

- a. Il n'existe pas encore de plateformes en ligne qui affiche de manière systématique les prix de vente pour les professionnels et l'étendue de la gamme. En effet, ces plateformes ne sont accessibles généralement qu'après l'obtention d'un login auprès des grossistes. Les clients doivent ensuite se connecter à leurs comptes pour bénéficier de leurs ristournes propres. Les prix

---

<sup>163</sup> L'opération aura peu d'impact pour les clients industriels. En effet Trilec n'est pas un acteur qui participe de manière conséquente à leurs appels d'offre.

<sup>164</sup> Solyd ne fait pas partie de la transaction notifiée.

<sup>165</sup> Bizline est un fournisseur de Rexel.



*bruts, hors ristournes, sont affichés et transparents une fois l'identification réalisée. Il est donc compliqué de surveiller la politique de prix d'un concurrent dans ce cadre.*

- b. Les clients résidentiels ou tertiaires, ou industriels négocient des contrats avec leurs fournisseurs. Il n'y a pas de contrat d'exclusivité, ni de contrats à long terme entre les distributeurs-grossistes et les clients professionnels. Les ventes sont effectuées au cas par cas en fonction des besoins spécifiques des clients concernés. La demande peut dès lors varier assez fortement.*

*Ceux-ci bénéficient des différentes ristournes en fonction de leurs volumes d'achats, type de client, objectifs à l'année, etc. Les critères utilisés en pratique pour déterminer les catégories et niveaux de remises sont propres à chaque acteur et confidentiels. En ce qui concerne plus spécifiquement le fonctionnement des remises et rabais, Rexel [CONFIDENTIEL]<sup>166</sup>. En ce qui concerne Trilec, [CONFIDENTIEL]<sup>167</sup>.*

- c. L'enquête de marché a d'ailleurs confirmé que les clients avaient pour habitude de comparer les différents devis des grossistes avant de passer leur commande, le plus souvent en ligne.*

*252. Le marché est caractérisé par une multitude de produits, mais qui sont relativement homogènes. L'offre varie fortement en fonction d'un fournisseur spécialisé à l'autre, mais les produits sont similaires, d'autant plus qu'ils doivent répondre à un certain nombre de standards (CE, etc.). L'offre varie d'un fournisseur spécialisé à l'autre, mais le grossiste généraliste dispose d'une gamme relativement large. Les grossistes spécialistes disposent d'une gamme plus précise, ciblée sur certains produits ou fabricants.*

*253. Cette diversité et le nombre important de références rend difficile une coordination sur l'assortiment ou sur différents éléments tarifaires sur l'un ou l'autre produit en particulier. D'autant plus que les fabricants sont disposés à octroyer des remises spéciales sur certains marchés ou sur certains projets importants.*

*254. Le marché aval est marqué par des interactions fréquentes entre les grossistes et leurs clients résidentiels ou tertiaires, pour la négociation des conditions et les demandes de devis. Les interactions sont moins fréquentes entre les grossistes et leurs clients industriels, selon les rythmes des appels d'offres. Cependant, sur ce segments, Trilec est très peu présent et d'autres acteurs (Breemes, ATS, Lightelec, Sambrelec et Tasiaux) sont actifs.*

### **iii) Evolution de la demande et de l'offre**

*255. Les acteurs du marché sont unanimes sur le fait que ce marché serait mature ou en croissance, et connaîtrait des évolutions importantes<sup>168</sup> :*

- a. L'arrivée de nouveaux produits et de nouveaux fabricants spécialisés, ainsi qu'à de nouveaux concurrents. [50-60] % des lignes de produits vendues par Rexel à ce jour n'existaient pas encore en 2016<sup>169</sup>.*
- b. Avec la crise de prix de l'énergie, certains s'attendent à beaucoup de mouvement sur le marché, notamment à un essor des énergies renouvelables et électrique. De plus, des contraintes réglementaires telles que les interdictions de placer une chaudière à mazout à partir de 2030 en région wallonne, 2025 en Région Bruxelles-Capitale et 2021 en Région flamande (seul le*

<sup>166</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 7.6.1, pt.125.

<sup>167</sup> Idem op. cit.

<sup>168</sup> Voir pièces III.H.10, réponse de Cebeo.

<sup>169</sup> Formulaire de notification, pièce I.2.1.2, section 9.2, pt.186.

remplacement et l'installation de nouvelles chaudières mazout est interdit) offrent des opportunités de développement du secteur.

- c. La crise de la COVID-19 a entraîné une croissance supplémentaire du marché, les rénovations se multipliant.
- d. Les grossistes sont en train de développer des plateformes de vente en ligne, aussi bien pour les professionnels que les particuliers. Cependant, la concurrence à ce niveau se limite à ce jour aux grossistes ayant leurs propres plateformes.

256. L'enquête de marché confirme que les barrières à l'entrée sur ce marché seraient relativement faibles<sup>170</sup>. Le marché observe l'arrivée de concurrents innovants. Le pure player spécialisé néerlandais Elektramat a créé une filiale (non encore active) en Belgique en 2020 et planifie d'offrir ses services en Belgique à l'avenir. Celui-ci offre d'ailleurs une gamme de produits respectant les standards belges, et livre sur le territoire belge. Elektramat est un concurrent potentiel crédible, qui dispose des ressources logistiques et d'un catalogue de références capables de concurrencer les grossistes généralistes présents actuellement en Belgique.

#### **VIII.3.3.b Mécanismes possibles de coordination**

257. L'instruction a vérifié que les acteurs du marché ne pourraient s'aligner au niveau de leurs réponses à des appels d'offres.

258. Le risque potentiel serait que les acteurs du marché pourraient s'entendre sur des éléments de concurrence tels que leurs tarifs, assortiments, établissement géographique au niveau de la vente aux clients résidentiels ou tertiaires.

#### **VIII.3.3.c Réaction à la coordination**

259. En ce qui concerne les marchés publics, une coordination dans le cadre des appels d'offres est peu probable à la suite de l'opération. En effet, Trilec était peu présente (voir plus présente pour la dernière année) à ce niveau et d'autres acteurs (Breemes, ATS, Lightelec, Sambrelec et Tasiaux) sont également actifs sur ce segment. La concentration ne devrait donc pas rendre ce type de coordination plus probable.

260. Pour les segments résidentiels et tertiaires, la transparence limitée du marché, la multitude des références, l'importance des ristournes et rabais (non public) rendent les mécanismes de monitoring et de représailles difficilement applicables.

261. Etant donné que la transparence du marché est faible, il semble difficile aux acteurs du marché de mettre en place des mécanismes de monitoring de leur coordination pour la vente en gros à des clients résidentiels ou tertiaires.

262. Une entente sur les tarifs ou sur l'étendue de la gamme est peu probable, les acteurs à la coordination font face à des grossistes spécialistes qui offriront toujours une gamme étendue, un service spécialisé et des tarifs avantageux. Les grossistes généralistes de taille modeste disposent déjà d'une gamme modeste à des tarifs plus élevés, mais proposent un service plus performant. L'instruction confirme également le fait que Trilec n'était pas un acteur agressif sur les prix mais était compétitif sur l'aspect qualitatif des services. La disparition de Trilec ne devrait dès lors pas faciliter une entente sur les tarifs, et ce d'autant plus que ces tarifs ne sont pas représentatifs du prix finalement payé par les clients résidentiels ou tertiaires.

---

<sup>170</sup> Pour le développement relatif aux barrières à l'entrée, nous vous renvoyons au point VIII.2.2.c développé ci-dessus.

263. Enfin, les fournisseurs sont des acteurs internationaux puissants qui disposent d'une puissance de négociation compensatrice.

264. Une coordination de nature géographique est également peu probable, les différents acteurs couvrant des parties similaires du territoire. Pour rappel, les habitudes de commandes ont de plus en plus lieu à distance, alors que les habitudes de retrait ont plutôt lieu en point d'enlèvement. Les acteurs ont intérêt à disposer d'une couverture étendue pour ces retraits.

265. Le marché en croissance et avec de faibles barrières à l'entrée rend moins probable une coordination durable. Les membres de la coordination font face à de nouveaux produits et nouveaux concurrents (avec potentiellement de nouveaux produits), dont le pure player spécialisé Elektramat. Celui-ci constituerait une alternative crédible et innovante, il offre d'ailleurs une gamme de produits respectant les standards belges, et livre sur le territoire belge.

#### **VIII.3.3.d Conclusions de l'auditeur**

266. L'auditeur estime donc qu'il est peu probable que la concentration conduise à des effets coordonnés sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique pour les clients industriels, étant donné que Trilec ne participe pas aux appels d'offres de ces clients, l'opération n'aura donc pas d'effets sur ces clients.

267. L'auditeur estime également peu probable que la concentration conduise à des effets coordonnés sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique pour les clients résidentiels et tertiaires.

268. En effet, étant donné la faible transparence du marché et la possibilité de réaction des parties externes à la coordination, il est peu probable, que la concentration permette aux acteurs du marché de parvenir à une coordination stable et durable, telle qu'une coordination de leur politique tarifaire. De plus, Trilec ne jouait pas de rôle perturbateur sur les prix car il n'était pas aussi performant que Rexel et Cebeo sur ce critère, il est plutôt connu pour la qualité de ses services et des conseils de ses employés.

269. La mise en place d'un mécanisme de monitoring, et donc de représailles est peu probable entre les parties à une coordination sur le marché aval à destination des clients résidentiels ou tertiaires, étant donné la faible transparence du marché et des tarifs, ainsi que la multitude de références.

270. La mise en place d'un mécanisme de monitoring sur les marchés publics est plus probable, étant donné le faible nombre d'acteurs. Cependant, la mise en place de mécanismes de représailles entre les acteurs à la coordination sur ce type de contrats semble peu probable.

#### **VIII.3.4 Conclusion de l'auditeur sur les effets coordonnés**

271. L'auditeur conclut qu'il est peu probable que la concentration donne lieu à des effets coordonnés sur les marchés amont de l'approvisionnement en câbles et en matériel technique d'installation.

272. Il est peu probable que la concentration donne lieu à des effets coordonnés sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique.

273. L'auditeur conclut dès lors à l'absence de doutes sérieux de l'opération sur ces marchés.

### **IX. Proposition de Décision**

274. L'auditeur propose au Collège de la concurrence, en application des articles IV.66, §1, 2° CDE et IV.66, §2,1° du CDE de :

- *Constater que l'acquisition de CLG et Trilec par Rexel Belgium entre dans le champ d'application des règles relatives au contrôle des concentrations du CDE ;*
- *Déclarer cette concentration admissible. »*

## **IV. L'appréciation du Collège**

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

20. Le Collège constate au vu des données reprises dans le paragraphe 21 de la Proposition de décision et eu égard à l'article IV.66, §1, 2° CDE que la concentration tombe dans le champ d'application des règles en matière de contrôle des concentrations du livre IV CDE.

### **IV.2 Définitions de marché et marchés affectés nécessitant une analyse économique**

21. Le Collège retient les définitions des marchés de produits et des marchés géographiques proposées par l'auditeur aux paragraphes 51, 59, 66, 90, et 104 de la Proposition de décision, telles que reprises au paragraphe 105 de la Proposition de décision, pour les raisons développées par elle et à la lumière des décisions de la Commission européenne, de l'Autorité de la concurrence française et de l'ABC auxquelles elle fait référence.

22. Le Collège relève, en particulier, l'approche conservatrice de la définition du marché des produits retenue par l'auditeur pour le marché aval. Le Collège souligne le fait que la définition de marché retenue est la définition la plus défavorable à l'opération de concentration en cause : la définition de marché retenue n'inclut que les ventes des distributeurs-grossistes généralistes, à l'exclusion des ventes des grossistes spécialisés, des *pure players* (tels que Elektramat), des ventes directes par les fabricants et des ventes réalisées par les grandes surfaces de bricolage (GSB) et les DIY.

23. Le Collège retient les marchés affectés proposés par l'auditeur aux paragraphes 112, 117 et 127 de la Proposition de décision telles que reprises au paragraphe 130 et eu égard au paragraphe 131 de la Proposition de décision pour les raisons développées par elle et à la lumière des décisions de la Commission européenne, de l'Autorité de la concurrence française et de l'ABC auxquelles elle fait référence.

24. Compte tenu de ce qui précède, le Collège retient comme marchés affectés :

- le marché national amont de l'approvisionnement en câbles,
- le marché national amont de l'approvisionnement en matériel technique d'installation,
- le marché national aval du commerce de gros de matériel électrique.

25. Le Collège note que c'est essentiellement sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique que l'opération de concentration est susceptible de soulever des problèmes de concurrence étant donné qu'elle génère une augmentation significative du niveau de concentration (le différentiel de l'indice Herfindahl-Hirschmann (HHI) avant/après transaction consiste en un delta supérieur à 250), alors que celui-ci était déjà particulièrement élevé avant l'opération (avant concentration, le HHI se situe dans la fourchette comprise entre 2.000 et 3.000 points d'index).

26. Sur ce marché aval, l’instruction relève (paragraphe 88) qu’une pratique du secteur consiste parfois à classifier les ventes entre segments résidentiel, industriel et tertiaire en fonction du segment de marché sur lequel les utilisateurs finaux sont actifs (paragraphe 31).

27. Les segments industriel et tertiaire se distinguent du segment résidentiel par la nature des demandes des utilisateurs finaux concernés : les segments industriel et tertiaire se caractérisent par la conduite de projets de grande ampleur et la présence de clients présentant des volumes d’achats importants et récurrents, notamment dans le cadre de procédures de marchés publics (note 39). C’est sur ces segments que se concentrent les ventes directes des fabricants qui, suivant l’instruction, sont perçues par les distributeurs-grossistes comme une pression concurrentielle supplémentaire (paragraphe 50 et 89).

28. Le Collège partage les conclusions de l’auditeur reprises au paragraphe 128 selon lesquelles le segment résidentiel du marché aval – lequel constitue le principal segment du marché – est davantage affecté par l’opération de concentration que les segments industriels et tertiaires. Sur ce segment de marché, les parties disposaient en 2020 d’une part de marché plus élevée et l’incrément y est plus important. En effet, si Cebeo et Rexel sont des fournisseurs en théorie substituables du point de vue des clients industriels et tertiaires (paragraphe 191), tel n’est pas le cas de Trilec très peu présent sur les segments industriels et tertiaires (paragraphe 52), entre autres de par son manque de compétitivité dans les appels d’offres. D’autre part, ce n’est que dans les secteurs industriels et tertiaires que l’exclusion des ventes directes est susceptible de surévaluer la position des parties sur base de leur part de marché calculée hors ventes directes (paragraphe 122). De même, la prise en compte des ventes par les grossistes-distributeurs spécialisés n’est pas de nature à faire baisser la part de marché combinée des parties en dessous du seuil de 25% étant donné l’importance limitée de ces ventes (7% du marché total suivant l’annexe 17 de la notification). Ce sont donc en particulier ce marché et ce segment qui retiendront l’attention du Collège au stade de l’analyse concurrentielle.

### **IV.3 Analyse concurrentielle**

#### **IV.3.1 Les marchés amont de l’approvisionnement en câbles et matériel technique d’installation**

##### **IV.3.1.a Analyse des effets non coordonnés**

29. Le Collège partage pour les raisons développées par elle les conclusions formulées par l’auditeur aux paragraphes 141-142, 145-146, 177 et 189 : l’opération de concentration ne présentera pas d’effets unilatéraux sur ces marchés amont. Les motifs retenus reposent sur le faible ou relativement faible incrément de part de marché généré par l’acquisition de Trilec – en particulier sur le marché amont des câbles (3%) – ainsi que sur la forte puissance de négociation compensatrice des fabricants détenteurs de produits *must have*, en sorte que la puissance d’achat des parties ne sera pas modifiée de manière significative. En outre, l’opération de concentration laissera subsister un nombre suffisant d’alternatives en dépit de la réduction du nombre de grossistes-distributeurs via les grossistes spécialisés et les ventes directes des fabricants. L’absence de contrats de distribution exclusive ou de long terme entre fabricants et grossistes-distributeurs permettra un changement des sources d’approvisionnement.

##### **IV.3.1.b Analyse des effets coordonnés**

30. Le Collège partage également les motifs et les conclusions formulés par l’auditeur aux paragraphes 246 et 247 de la Proposition de décision et relatifs à l’absence d’effets coordonnés sur les marchés amont. Il est peu probable que la concentration conduise à des effets coordonnés sur le marché amont de l’approvisionnement en câbles et en matériel technique d’installation en raison de la transparence limitée

de ces marchés et de leur instabilité ; la réaction externe des concurrents et des fabricants à une éventuelle coordination est également plausible.

### **IV.3.2 Le marché aval du commerce de gros de matériel électrique**

#### **IV.3.2.a Analyse des effets non coordonnés**

31. Le Collège estime ne pas devoir retenir un risque significatif d'effets unilatéraux. Ce constat s'appuie sur deux observations principales. Premièrement, l'opération ne permettra pas aux parties de franchir le seuil des 40% de parts de marché (paragraphe 118 et 125), et aucune considération propre au marché ne justifie une sévérité accrue. Deuxièmement, le fait que l'opération permette d'unir les entreprises numéros deux et trois en termes de parts de marchés n'est pas une source de préoccupations. D'une part, les parties présenteront après concentration des parts de marché encore inférieures à celle de Cebeo, entreprise *leader* du marché (paragraphe 118 et 125). D'autre part, le « rattrapage » permis par l'opération d'acquisition permettra aux parties d'exercer après concentration une pression concurrentielle accrue sur Cebeo.

32. Le Collège partage dès lors les conclusions formulées par l'auditeur aux paragraphes 219 à 225 relatives à l'absence d'effets non coordonnés capables de causer des doutes sérieux d'entrave significative à la concurrence effective sur le marché aval du commerce de gros en matériel électrique.

#### **IV.3.2.b Analyse des effets coordonnés**

33. Le Collège observe que la concentration présente des caractéristiques suggérant un risque d'effets coordonnés. L'opération de concentration s'inscrit dans un processus de réduction du nombre de grossistes-distributeurs par acquisitions successives de petits distributeurs-grossistes par les grands acteurs du secteur (paragraphe 149). En faisant disparaître le seul acteur intermédiaire restant, cette acquisition du numéro trois du marché par le numéro deux conduit, ainsi que le note l'auditeur aux paragraphes 249 et 250, à une plus grande symétrie dans les parts de marché des deux principaux acteurs. Le marché présentera alors une structure duopolistique telle que les deux principaux opérateurs représenteront ensemble plus de 80% du marché, face à une frange de petits acteurs. Cette acquisition augmente également la symétrie des deux principaux opérateurs en termes de couverture nationale, de couverture de l'offre en ligne et de moyens logistiques. Le Collège note que ces différentes caractéristiques sont susceptibles de faciliter une coordination des comportements sur le marché. Enfin, l'opération prend place sur un marché dont le dynamisme fait l'objet d'appréciations divergentes, voire contradictoires telles que le marché est dit tantôt mature, tantôt en croissance<sup>171</sup>.

### **IV.3.3 Segment industriel**

---

<sup>171</sup> Le Collège observe qu'il existe un certain flou autour de la question des évolutions du marché. A de nombreuses reprises, ce marché est décrit à la fois comme mûr – ce qui favorise la coordination – et en croissance – ce qui défavorise une coordination stable et durable.

Le Collège note que dans un marché caractérisé par de faibles barrières à l'entrée le processus de concentration du marché au cours de la dernière décennie constitue un indicateur crédible de la maturité du marché plutôt qu'un marché en croissance ou caractérisé par des innovations.

Toutefois, le changement dans le comportement des utilisateurs en faveur d'un recours accru aux ventes en ligne est de nature à favoriser l'émergence de nouveaux acteurs dans l'avenir (§214 et 266). De même, l'auditeur insiste à de multiples reprises sur les perspectives de croissance de la demande induites par des changements réglementaires qui devraient affecter l'environnement concurrentiel dans lequel les effets de la concentration se feront sentir. L'ampleur de ces changements n'est pas quantifiée et n'est pas de nature à permettre de poser un diagnostic clair sur l'évolution du marché.

34. Le Collège partage les motifs et la conclusion de l'auditeur au paragraphe 267 suivant laquelle il est peu probable que la concentration conduise à des effets coordonnés sur le marché aval du commerce de gros de matériel électrique pour clients industriels, Trilec étant très peu présent sur ce segment de marché.

#### **IV.3.4 Segment résidentiel et tertiaire**

35. En ce qui concerne les segments résidentiel et tertiaire, l'auditeur estime également peu probable que la concentration conduise à des effets coordonnés (paragraphe 268) du fait de l'absence de transparence (paragraphe 262), de la multiplicité des références et de l'importance des ristournes et rabais (non publics) qui rendent difficile la mise en œuvre de mécanismes de coordination, de monitoring et de représailles (paragraphe 260). Les faibles barrières à l'entrée rendent également la coordination moins probable (paragraphe 266).

36. Le Collège estime qu'une coordination – notamment sur les ristournes et rabais octroyés aux utilisateurs – est possible même en présence d'un nombre important de références. Toutefois, le risque de voir survenir une coordination tacite entre opérateurs n'est pas établi et ne présente pas une probabilité suffisante en l'espèce pour justifier l'interdiction de l'opération. D'une part, le manque de transparence quant aux rabais pratiqués constitue un obstacle significatif à la coordination. D'autre part, la coordination n'est en l'espèce pas soutenue par des contrats d'exclusivité ou de longue durée ; les utilisateurs peuvent facilement changer de fournisseurs (paragraphe 251, b) ; l'instruction n'a pas révélé l'existence d'une politique de rabais telle que les clients seraient incités outre mesure à rester fidèles à leur fournisseur.

37. Sur cette base et les motifs développés par elle, le Collège partage la conclusion de l'auditeur au paragraphe 268 suivant laquelle il est également peu probable que la concentration conduise à des effets coordonnés sur le marché aval du commerce de gros du matériel électrique pour les clients résidentiels et tertiaires.

### **Par ces motifs,**

Le Collège de la concurrence,

1. Constate par application de l'article IV.66, §1, 2° CDE que l'acquisition du contrôle exclusif des sociétés CLG N.V. et Trilec N.V. par Rexel Belgium N.V., notifiée à l'Autorité belge de la concurrence et enregistrée sous le n° CONC-C/C-22/0002, tombe dans le champ d'application des règles en matière de contrôle des concentrations du livre IV CDE,
2. Décide par application de l'article IV.66, §2, 1° CDE que la concentration est admissible.

Ainsi décidé par le Collège de la concurrence composé de Monsieur Jacques Steenbergen, président de l'Autorité belge de la concurrence et du Collège de la concurrence, et de Madame Elisabeth de Ghellinck et Monsieur Norman Neyrinck, assesseurs au sein de l'Autorité belge de la concurrence, en date du 28 juin 2022.

Jacques Steenbergen  
Président