L'Autorité autorise le rachat d'Allopneus par Michelin

Publié le 28 décembre 2021

À la suite de la décision de renvoi de la Commission européenne du 21 octobre 2021 (voir communiqué de presse du 22 octobre 2021), le groupe Michelin a notifié à l'Autorité son projet de prise de contrôle exclusif d'Allopneus et de ses filiales, dont il avait jusque-là le contrôle conjoint aux côtés de la société Hevea.

Considérant que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence, l'Autorité l'a donc autorisée sans condition.

Les parties à l'opération

Le groupe Michelin est actif dans les secteurs de la production et la distribution de pneumatiques. Il fabrique notamment des pneumatiques sous marques Michelin, BF Goodrich et Kleber. Il exploite également, en France, le réseau de vente au détail Euromaster.

Le groupe Allopneus est principalement actif dans le secteur de la vente au détail de pneumatiques de remplacement sur internet, au moyen de son site internet Allopneus.com.

Même si le groupe Michelin détient déjà le contrôle conjoint d'Allopneus, l'Autorité a procédé à analyse détaillée des effets concurrentiels de l'acquisition par Michelin du capital restant, initialement détenu par Hevea, dans la mesure où Michelin pourra, une fois l'opération réalisée, définir et bénéficier entièrement de la politique opérationnelle courante d'Allopneus. L'analyse de l'Autorité s'est concentrée sur les effets sur la concurrence causés par ce changement : la

politique commerciale d'Allopneus ne prendra plus en compte les intérêts combinés de ses deux actionnaires mais l'intérêt unique de Michelin.

L'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence

L'Autorité a pu écarter tout risque concurrentiel lié au chevauchement horizontal des activités des parties sur les marchés de la distribution en gros et au détail de pneumatiques de remplacement et de la distribution au détail de pièces de rechange et d'accessoires automobiles. Elle s'est notamment appuyée sur les parts de marchés combinées limitées, leur faible superposition et la présence d'une pression concurrentielle significative notamment de la part d'opérateurs concurrents tels que Bridgestone et Goodyear en amont ou 1001pneus, 123pneus, Norauto ou Pneus Online[1] en aval. Par ailleurs, l'Autorité a considéré qu'Allopneus ne possédait pas de rôle singulier dans l'animation de la concurrence sur les marchés. Si après son acquisition elle venait à changer son positionnement cela ne nuirait pas au niveau de concurrence.

Pour ce qui est de la combinaison d'activités amont et aval des parties, l'Autorité a également pu écarter tout risque concurrentiel par le biais d'effets verticaux. Seul Michelin est présent sur le marché de la fabrication et de la commercialisation de pneumatiques neufs de remplacement, alors que les deux entreprises sont présentes sur les marchés de la distribution au détail de pneumatiques neufs de remplacement. Elle a notamment considéré qu'il subsisterait, à l'issue de l'opération, des débouchés alternatifs à Allopneus pour les constructeurs concurrents de Michelin. Or, l'Autorité a constaté que les consommateurs de pneus en ligne multipliaient les sources d'informations avant de procéder à leur achat et qu'ils étaient sensibles au prix. Dans ce contexte, et dans la mesure où, selon les éléments du dossier, la notoriété d'Allopneus et la singularité de son réseau de montage ne lui confèrent pas d'avantage comparatif par rapport à ses concurrents, l'Autorité a considéré qu'une tentative de Michelin de mettre en avant de manière préférentielle ses produits sur le site

d'Allopneus n'aurait pas d'effet anticoncurrentiel.

[1]Parts de marché des opérateurs concurrents : 1001pneus (12,9%), 123pneus (9,1 %), Norauto (7,7 %) ou Pneus Online (4,7 %)

Effets horizontaux et effets verticaux : en savoir plus

Les effets horizontaux sont étudiés lorsque les parties à l'opération sont des concurrents actuels ou potentiels sur un ou plusieurs marchés pertinents. L'Autorité étudie les incitations des entreprises fusionnées à pratiquer des hausses tarifaires consécutives à ce regroupement au sein d'un même ensemble économique.

Les effets verticaux sont étudiés lorsque l'opération réunit des acteurs présents à différents niveau de la chaîne de valeur (par exemple un producteur qui rachète un distributeur ou inversement) : l'opération rend-elle plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité est active pour les concurrents ? L'opération peut-elle permettre à l'entité d'évincer les concurrents ou de les pénaliser par une augmentation de leurs coûts.

DÉCISION 21-DCC-268 DU 28 DÉCEMBRE 2021

relative à la prise de contrôle exclusif d'Allopneus par Michelin

consulter le texte intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail