

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 10-DCC-86 du 4 août 2010
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Aster-Mod par la
société Verywear**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 14 juin 2010 et déclaré complet le 5 juillet 2010, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Aster-Mod par la société Verywear, formalisée par une offre d'acquisition de Verywear et acceptée par Aster-Mod en date du 8 avril 2010 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Verywear est une société active dans le secteur du prêt à porter féminin et masculin à travers un réseau d'une soixantaine de grandes surfaces spécialisées. Elle est détenue en totalité par la société NFD, elle même détenue par la société Fitoul à hauteur de 36 %, par des fonds d'investissements (CIC Investissement Nord à 21,42 %, Pechel Industries II à 23,85 %, LCL régions développement à 3,57 % et Société d'exploitation magasin à 1,07 %), le reste du capital étant dispersé entre des actionnaires minoritaires. Fitoul, détenue à 100 % par Monsieur et Madame Toulemonde, dispose d'actions préférentielles à droit de vote double lui permettant de prendre seule les décisions stratégiques concernant Verywear. Le groupe Verywear a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires consolidé hors taxes de 106 millions d'euros.
2. Aster-Mod, détenue à 100 % par la famille Zastera, détient la totalité du capital social de la société Julie Guerlande qui a pour activité la distribution de prêt-à-porter féminin à travers un réseau de 140 points de vente constitué de magasins en propre, de corners au sein de grands magasins et de commissionnaires affiliés. Aster-Mod a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires consolidé hors taxes de 28,8 millions d'euros.

3. En vertu de l'offre d'acquisition de Verywear en date du 8 avril 2010, acceptée par Aster-Mod, Verywear détiendra, à l'issue de l'opération, 100 % des actions et droits de vote d'Aster-Mod.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif d'Aster-Mod par Verywear, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce. Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, elle ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au point II de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

5. Dans le secteur du commerce de détail, les autorités de concurrence retiennent deux catégories de marchés : (i) les marchés aval, qui mettent en présence les entreprises et le consommateur final et (ii) les marchés amont de l'approvisionnement.
6. Les parties sont simultanément présentes sur le marché aval de la vente de vêtements, et sur le marché amont d'approvisionnement en vêtements.

A. LE MARCHÉ AVAL DE LA VENTE AU DÉTAIL DE VÊTEMENTS

1. DÉLIMITATION DES MARCHÉS DE PRODUITS

7. La pratique décisionnelle¹ a envisagé trois types de segmentation pour le marché de la vente au détail de vêtements : en fonction du consommateur final (homme, femme, enfant), du niveau de la gamme (haut, moyen, bas) et du canal de distribution (boutiques spécialisées, grandes surfaces spécialisées, grandes surfaces alimentaires).
8. En l'espèce, Verywear commercialise des vêtements pour hommes, femmes et enfants par l'intermédiaire de grandes surfaces spécialisées. Aster-Mod quant à elle commercialise, via sa filiale Julie Guerlande, des vêtements pour femmes par l'intermédiaire de boutiques spécialisées.
9. Les parties ne sont simultanément présentes que sur la commercialisation de vêtements pour femmes, et, plus spécifiquement, sur le segment du moyen de gamme. En termes de canal de distribution, les parties ne sont pas présentes sur les mêmes segments.
10. Au cas d'espèce, une analyse sera menée sur le marché de la vente au détail de vêtements pour femmes, et notamment sur le segment du moyen de gamme. Si une segmentation additionnelle, en fonction du canal de distribution devait être prise en compte, l'opération n'entraînerait pas de chevauchements d'activité.

¹ Voir notamment : Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 4 avril 2008 (C2008-04), lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 12 octobre 2007 (C2007-138), lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 20 avril 2007 (C2007-28).

11. Au cas d'espèce, la délimitation exacte des marchés de la vente au détail de vêtements peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la solution retenue.

2. DÉLIMITATION DES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

12. La pratique décisionnelle² a, à plusieurs reprises, retenu une délimitation locale pour le marché de la vente en magasins de vêtements féminins, et procédé à une analyse sur des zones de chalandises de 20 minutes en voiture autour de chaque magasin.
13. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente décision.
14. En l'espèce, les activités des parties se chevauchent sur 15 zones de chalandise ainsi définies, sur lesquelles portera l'analyse concurrentielle.

B. LE MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN VÊTEMENTS

1. DÉLIMITATION DES MARCHÉS DE PRODUITS

15. Aussi bien Aster-Mod que Verywear achètent auprès de différents producteurs la majorité des articles qu'ils commercialisent ensuite à destination des particuliers.
16. Dans le secteur de la distribution, la pratique décisionnelle nationale considère que, dans la mesure où les producteurs ne peuvent se convertir facilement dans la fabrication d'autres produits que les leurs, il convient de distinguer autant de marchés qu'il existe de familles de produits.
17. Par ailleurs, le ministre de l'économie³ a, à plusieurs reprises identifié un marché amont de l'approvisionnement en vêtements, marché sur lequel les activités des parties se chevauchent.
18. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette définition à l'occasion de la présente analyse.

2. DÉLIMITATION DES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

19. Le marché de l'approvisionnement en vêtements a été, à plusieurs reprises, défini par la pratique décisionnelle comme étant de dimension mondiale⁴.

² Lettres du ministre de l'économie n° C2008-04 du 4 avril 2008 et n° C2007-28 du 28 juin 2007

³ Lettre du ministre du 15 novembre 2004 au conseil du groupe Vutura et autres décisions précitées

⁴ Voir notamment : lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 4 avril 2008 (C2008-04)

III. Analyse concurrentielle

Compte tenu des activités exercées par les parties, la présente opération est susceptible d'emporter des effets horizontaux sur le marché amont de l'approvisionnement comme sur le marché aval de la vente au détail de vêtements pour femme.

A. LE MARCHÉ AVAL DE LA VENTE AU DÉTAIL DE VÊTEMENTS POUR FEMMES

20. A titre liminaire, il peut être relevé que la part de marché de la nouvelle entité sur le marché de la vente au détail de vêtements pour femmes sera inférieure à 1 % au niveau national.
21. Au niveau local, Verywear et Aster-Mod sont simultanément actives sur les zones d'Amiens, Chalons en Champagne, Charleville, Chateaufarine, Lille / Englos Lomme Tourcoing, La Rochelle, Le Havre / Gonfreville, Macon, Reims, Rennes, Rouen, Saint-Brieuc, Tours, Valences et Valenciennes.
22. Sur chacune de ces zones, la part de marché cumulée des parties sera inférieure à 5 %. Sur le segment moyenne gamme, les parties n'ont pas été en mesure de donner leurs parts de marché mais estiment que celles-ci n'excéderont pas 10 %. En outre, la nouvelle entité fera face à la présence de nombreux concurrents tels que les enseignes Caroll, Armand Thierry, Devernois ou Un jour ailleurs.
23. Compte tenu de ce qui précède, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la vente au détail de vêtements pour femmes.

B. LE MARCHÉ EN AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN VÊTEMENTS

24. Les parties représentent une part infime du total des approvisionnements en vêtements sur le marché mondial.
25. Par conséquent, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur ce marché.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 10-0066 est autorisée.

La vice-présidente,

Anne Perrot