



**Décision n° 11-DCC-165 du 24 novembre 2011  
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Distritoys par la  
société Giochi Preziosi**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 18 octobre 2001, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Distritoys par la société Giochi Preziosi formalisée par deux conventions en date des 8 juillet et 8 septembre 2011 ;

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. Giochi Preziosi (ci-après « Preziosi ») est une société de droit italien active dans le secteur du jouet au stade de : (i) la fabrication, Preziosi faisant fabriquer des jouets sous ses propres marques (30 marques) ou sous des marques qui lui ont été concédées sous licence par un tiers (70 licences) ; (ii) la commercialisation en gros, Preziosi distribuant à la fois les jouets qu'il a fait fabriquer et des jouets acquis auprès de fabricants tiers ; (iii) la distribution au détail. Par ailleurs, le groupe commercialise, de manière plus accessoire, des produits dérivés autour du jouet (fournitures scolaires, vêtements, confiserie ...) et des produits de puériculture, via les licences dont il est titulaire.
2. Le capital de Preziosi est principalement réparti entre la société Fingiochi (42 %), détenue par le fondateur et président de Preziosi, et la société Lauro 22 (38 %).

3. Distritoys est une société anonyme de droit français, à la tête du groupe King Jouet. Elle est active dans le secteur de la distribution de jouets au niveau : (i) de la vente au détail, au moyen de 288\* magasins répartis sur l'ensemble du territoire national, détenus en propre ou affiliés sous les enseignes King Jouet et Joup<sup>1</sup> ; (ii) de la distribution en gros, via sa filiale Gueydon, à titre principal, et via sa filiale King Jouet Logistique, de manière marginale. Par ailleurs, King Jouet commercialise de manière marginale des articles accessoires pour enfants (montres, cartables...) ainsi que des articles de puériculture.
4. Le capital de Distritoys est détenu, avant l'opération, à hauteur de 69 % par la SC Fijace, regroupant les actionnaires de la famille Gueydon, à hauteur de 25 % par Preziosi, via sa filiale Holding dei Giochi, et à hauteur de 6 % par CM CIC Capital Finance.
5. En vertu de conventions en date des 8 juillet et 8 septembre 2011, l'opération consiste d'une part en l'augmentation des participations de Preziosi au capital de Distritoys celles-ci étant portées à 51 % et d'autre part en la baisse des participations de SC Fijace capital de Distritoys celles-ci étant portées à 49 %. Dans la mesure où SC Fijace ne détiendra pas de droits excédant ceux habituellement conférés aux actionnaires minoritaires pour la protection de leurs intérêts financiers, Preziosi exercera un contrôle exclusif sur Distritoys.
6. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Distritoys par la société Preziosi, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce. Les entreprises concernées ont réalisé ensemble un chiffre d'affaires hors taxes consolidé sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros au dernier exercice clos (Preziosi: 940 millions d'euros pour l'exercice clos au 30 juin 2010 ; Distritoys: 243,2 millions d'euros pour l'exercice clos au 31 janvier 2011). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Preziosi : 56,1 millions d'euros pour l'exercice clos au 30 juin 2010 ; Distritoys: 210,1 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 janvier 2011). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette 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**

7. Preziosi et Distritoys sont simultanément actifs dans le secteur de la distribution en gros de jouets ainsi que sur le marché de l'approvisionnement en jeux et jouets pour la vente en gros.
8. Par ailleurs, Preziosi est seul présent au stade de la fabrication des jouets et Distritoys est seul présent dans la distribution au détail en France, puisque les points de vente exploités par Preziosi sont localisés exclusivement en Italie et que son site marchand sur Internet ne livre qu'en Italie. Ces marchés seront néanmoins pris en compte au titre d'éventuels effets verticaux de l'opération.

---

<sup>1</sup> Le groupe dispose également de 28 magasins à l'étranger (en particulier en Suisse et en Espagne)

\* Erreur matérielle corrigée.

## A. LES MARCHES DE LA FABRICATION ET COMMERCIALISATION EN GROS DE JOUETS

9. Le secteur du jouet se caractérise par une intégration importante de la fabrication et de la commercialisation en gros, beaucoup de fabricants disposant de filiales, installées sur chaque territoire national, destinées à importer et revendre les produits du groupe et uniquement ceux-ci (par exemple Playmobil, Mattel). Par exception, Preziosi distribue non seulement les jouets qu'il fait fabriquer sous ses marques propres ou sous licence, mais également des produits acquis auprès de fabricants tiers. Par ailleurs, il existe des grossistes multimarques, non fabricants, qui commercialisent les marques de plusieurs fabricants. C'est le cas de King Jouet.
10. Sans trancher la question, la pratique décisionnelle a distingué la production et la commercialisation des jeux vidéos de celle des jeux et jouets traditionnels et a identifié au sein de celle-ci treize grandes catégories <sup>2</sup> elles-mêmes éventuellement segmentées (en distinguant par exemple les poupées mannequins des poupées poupons).
11. En ce qui concerne les grossistes non fabricants et multimarques, la pratique décisionnelle n'a pas eu l'opportunité de se prononcer sur le ou les marchés concernés par leur activité. On peut noter qu'ils offrent tant des jouets de marque (à l'exception de celles des fabricants/distributeurs) que des jouets sans marque, appartenant à l'ensemble des catégories mentionnées ci-dessus. Leur offre apparaît en conséquence plus complémentaire de celle des fabricants distributeurs que substituable. Dans l'hypothèse où il serait considéré que la distribution en gros multimarque constitue un marché distinct, les activités des parties ne se chevauchent que sur ce seul marché.
12. En ce qui concerne la dimension géographique de ces marchés, il a été envisagé qu'elle soit nationale du fait de parts de marché très hétérogènes d'un pays à l'autre et de circuits de distribution nationaux<sup>3</sup>. De plus, comme on l'a vu ci-dessus, les principaux fabricants ont des filiales en France, Preziosi relevant qu'il a lui même installé une filiale de commercialisation de ses produits en France. Cependant, comme le font valoir les parties s'agissant du marché de l'approvisionnement en gros en jouets et jeux traditionnels, il s'agit également de marchés très ouverts, les grossistes en jouets s'approvisionnant largement en dehors de l'Union européenne, notamment en Chine.
13. En tout état de cause, la question de la délimitation des marchés de la production et de la commercialisation en gros des jeux et jouets traditionnels peut rester ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelles que soient les délimitations retenues.

## B. LES MARCHES DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL DE JOUETS

14. King Jouet est présent en France tant via un site Internet qu'à travers des surfaces de vente spécialisées dans la distribution de jouets. La pratique décisionnelle a, pour la plupart des

---

*2 i) les jouets d'imitation ; ii) les jouets sportifs et les jeux de plein air ; iii) les véhicules, les voitures miniatures et les trains électriques ; iv) les jouets premier âge ; v) les jeux de construction, les jeux de reconnaissance et d'assimilation et les puzzles ; vi) les cycles jouets et les jouets porteurs ; vii) les jeux d'activité manuelle et de création ; viii) les jeux de société non électroniques ; ix) les articles de fêtes, d'ornements et de Noël ; x) les poupées et habillages et les articles de puériculture pour poupées ; xi) les figurines, les reproductions de bâtiments et les ensembles divers ; xii) les jouets en peluche et, xiii) les autres jouets : cf. les lettres du ministre de l'économie du 30 juillet 2003 au Président de la société Smoby, n° C2003-135 et du 20 juillet 2005 au Président de la société Smoby, n° C2005-46 et la décision du Conseil de la concurrence n°07-D-50 du 20 décembre 2007.*

<sup>3</sup> Voir les décisions C2003-135 et C2005-46 précitées.

produits de grande consommation, maintenu une distinction entre vente en magasins et vente à distance<sup>4</sup>.

15. S'agissant de la distinction entre GSS (grandes surfaces spécialisées) et GSA (grandes surface à dominante alimentaire), le Conseil de la concurrence, dans la décision n°07-D-50 du 20 décembre 2007, a considéré qu'en France les deux circuits de distribution relevaient d'un même marché pour les raisons suivantes : leur poids respectifs dans la vente de jouets au détail est comparable ; les deux circuits éditent des catalogues spécifiques aux jouets au moment des fêtes de Noël ; si l'étendue de l'offre des GSA est comparable à celle des GSS uniquement au moment des fêtes de fin d'année, 60 % de l'ensemble des achats de jouets est effectué au cours de cette période.
16. Enfin, la pratique décisionnelle retient, de manière constante, des marchés de dimension locale en matière de commerce de détail, y compris pour les jouets<sup>5</sup>.
17. La délimitation des marchés de la vente au détail de jouets n'a cependant pas à être précisée davantage, dans la mesure où les conclusions de l'analyse demeurent inchangées, quelles que soient les délimitations retenues.

### **III. Analyse concurrentielle**

#### **A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX**

18. Les parties ont indiqué que leurs parts de marché sur un marché de l'approvisionnement en jeux et jouets traditionnels au niveau mondial étaient marginales, leurs achats de jouets à des tiers s'élevant en 2010 à [...] M€ pour Preziosi et à [...] M€ pour King Jouet.
19. S'agissant de la distribution en gros, la partie notificante estime que le montant des ventes réalisées par des grossistes multimarques au niveau national est au minimum de 250 M€. Les ventes de Preziosi de jouets pour lesquels il n'est pas fabricant ont représenté en 2010 au niveau national [10-20] % de ce total. Quant à King Jouet, les ventes de sa filiale grossiste Gueydon se sont élevées en 2010 à [...] M€, dont [...] M€ auprès de grossistes ou détaillants tiers, le solde étant constituées de ventes intra-groupe à destination de son propre réseau de distribution, soit une part de marché de [10-20] %. La nouvelle entité détiendrait donc sur un marché ainsi défini une part de [20-30] %.
20. La partie notificante indique que ses principaux concurrents pour la distribution en gros multimarque sont Partner jouets (part de marché de [30-40] %), Harmony et Ferry jouets ([5-10] % chacun).
21. Sur un marché prenant en compte l'ensemble des ventes en gros, y compris celles réalisées directement par les fabricants, la part de marché cumulé des parties ne dépasserait pas [0-5] %.

---

<sup>4</sup> Voir par exemple la décision 10-DCC-42

<sup>5</sup> Décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-113 du 13 septembre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Fnac Eveil & Jeux par la société ID Group dans laquelle une zone correspondant à un déplacement de 15 mns en voiture a été prise en compte.

22. Compte tenu de ce qui précède, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux.

## **B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX**

23. Dans la mesure où l'opération consiste en l'acquisition, par un fabricant et grossiste, d'un réseau de distribution au détail, il convient de vérifier que ce développement à l'aval d'un acteur verticalement intégré ne lui permet pas de forclure l'accès de ses concurrents en amont à la clientèle, en restreignant leur accès à la distribution au détail. L'analyse doit également porter sur la capacité de la nouvelle entité à fausser le jeu de la concurrence en restreignant l'approvisionnement en jouets de ses concurrents détaillants.
24. Sur le premier point, la nouvelle entité ne sera pas en mesure de verrouiller l'accès des autres fabricants/distributeurs de jouets à la clientèle compte tenu de ses parts de marché limitées dans la distribution au détail. En effet, le réseau King Jouet représente [5-10] % des ventes en GSS et GSA au niveau national, derrière de nombreux autres distributeurs dont les principaux sont Toys'R'US ([10-20] %), Leclerc ([10-20] %), Carrefour ([10-20] %), Auchan ([5-10] %) et la Grande Récré ([5-10] %). Au niveau local, la partie notifiante a fourni des éléments montrant que des concurrents de King Jouet sont présents sur chacune des zones de chalandise concernées. En ce qui concerne les ventes à distance, les ventes de King Jouet sont estimées par la partie notifiante à [0-5] % des ventes totales de jouets sur Internet.
25. En outre, les jouets fabriqués et vendus par Preziosi ne représentent qu'une part limitée des ventes de jouets en France, estimée par la partie notifiante à [5-10] % des ventes de gros des fabricants/distributeurs, derrière les fabricants de taille internationale tels que Hasbro, Mattel, Playmobil, Simba et Lego, Preziosi ne commercialisant aucune de ces grandes marques dont la distribution est assurée directement par les fabricants. Preziosi indique que sa position est du même ordre sur un marché des fabricants/distributeurs de taille européenne. S'agissant des marques de tiers qu'il distribue sous licence, elles ne représentent, comme cela a déjà été indiqué ci-dessus, que [10-20] % du total des ventes des grossistes multimarques, et les licences concernées sont pour la plupart non exclusives, les exclusivités étant limitées dans le temps et ne portant pas sur des marques notoires<sup>6</sup>. En conséquence, les magasins King Jouet, qui comme l'ensemble des détaillants spécialisés jouet se doivent de disposer d'une gamme étendue de références, ne pourraient cesser de distribuer les produits d'autres fabricants.
26. De la même façon, ces positions limitées sur les marchés amont et aval ne donnent à la nouvelle entité ni la capacité ni les incitations à restreindre l'accès des concurrents de King Jouet aux jouets qu'elle fabrique ou distribue en tant que grossiste, Preziosi écoulant actuellement près de [...] % de ses produits auprès d'autres distributeurs.
27. Au vu de ces éléments, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

---

<sup>6</sup> Preziosi distribue de façon exclusive en France des produits [Confidentiel].

**DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 11-0171 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

---

© Autorité de la concurrence