

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 11-DCC-18 du 10 février 2011
relative à l'acquisition de la société Martin Automobiles par la société
SIMA**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 12 janvier 2011, relatif à l'acquisition par la société SIMA de la société Martin Automobiles, formalisée par une lettre d'intention du 29 décembre 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 ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. La société SIMA, société anonyme, est une société holding détenue à 100 % par la famille Mariscal. Elle contrôle les sociétés Sofidac, Sapda, Sadac, Sopema, Liane automobiles, Sodiama, Sonadia, Soveda, Socada, Sogama, Garage du Franc Marché et Prestige Boulogne Motors, toutes actives dans l'exploitation de concessions Citroën, BMW et Mini, situées dans l'Oise (60), le Val d'Oise (95), la Somme (80), le Pas de Calais (62) et le Nord (59). Le groupe SIMA est actif dans la vente de véhicules neufs et d'occasion, la vente de pièces détachées et l'entretien et la réparation de véhicules automobiles.
2. La société Martin Automobiles est une filiale à 77 % de la SA Holding Martin, le solde de son capital étant détenu par la famille Martin. Elle est active dans la vente de véhicules neufs de marque Peugeot, dans la vente de véhicules d'occasion de toutes marques, dans les services de réparation et d'entretien de tous véhicules automobiles ainsi que dans la vente de pièces détachées. Elle exploite les concessions Peugeot de Denain, Anzin et Maubeuge dans le département du Nord (59).
3. La société SIMA s'est engagée, par la signature d'une lettre d'intention le 29 décembre 2010 à racheter 100 % des titres de la société Martin Automobiles avant le 28 février 2011. En ce qu'elle entraîne la prise de contrôle exclusif de la société Martin Automobiles par la société

SIMA, cette acquisition constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.

4. Les entreprises concernées exploitent un ou plusieurs magasins de commerce de détail et réalisent ensemble, au dernier exercice clos, un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (société SIMA : 254,6 millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2009 ; société Martin Automobiles : 77 millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2009). Chacune réalise en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (les chiffres d'affaires mentionnés ci-dessus sont réalisés exclusivement en France). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle relatifs au commerce de détail 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

A. DÉLIMITATION DES MARCHÉS DE PRODUITS ET DE SERVICES

5. Dans le secteur de la distribution automobile, la pratique décisionnelle¹ distingue (i) la distribution de véhicules automobiles particuliers neufs et destinés à une clientèle de particuliers ; (ii) la distribution de véhicules automobiles particuliers neufs et destinés à une clientèle de professionnels ; (iii) la distribution de véhicules automobiles commerciaux (notamment les véhicules utilitaires légers) ; (iv) la distribution de véhicules automobiles d'occasion ; (v) la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles ; (vi) la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles ; (vii) la distribution de services de location.
6. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations à l'occasion de l'examen de la présente opération.
7. En l'espèce, les entreprises concernées sont simultanément présentes sur cinq de ces marchés, à savoir (i) la vente de véhicules automobiles particuliers neufs, (ii) la vente de véhicules automobiles commerciaux, (iii) la vente de véhicules automobiles d'occasion, (iv) la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles, (v) les services d'entretien et de réparation des véhicules automobiles.

B. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE DES MARCHÉS

8. En ce qui concerne la vente au détail de véhicules automobiles, neufs ou d'occasion, de pièces de rechange et d'accessoires automobiles, les services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles, la pratique décisionnelle retient une définition locale, l'analyse s'effectuant généralement au niveau départemental.

¹ Voir notamment la décision n° 09-DCC-01 de l'Autorité de la concurrence du 8 avril 2009, et la décision n° 10-DCC-23 du 1^{er} mars 2010.

9. En l'espèce, les activités des parties se chevauchent dans le seul département du Nord (59).

III. Analyse concurrentielle

10. S'agissant du calcul des parts de marché, la pratique décisionnelle² retient comme indicateur le rapport entre les ventes de véhicules neufs et occasions réalisées par les parties dans les départements concernés par l'opération et le total des immatriculations de véhicules neufs et occasions enregistrées dans ces mêmes départements par les préfetures.
11. Dans le département du Nord, sur les différents marchés concernés par l'opération, les parties à la concentration présentent les parts de marché suivantes :

	SIMA	Martin Automobiles	Cumul
Distribution de véhicules automobiles particuliers neufs	2,2 %	3,1 %	5,3 %
Distribution de véhicules automobiles commerciaux neufs	1,7 %	2,2 %	3,9 %
Distribution de véhicules automobiles d'occasion	0,4 %	0,7 %	1,1 %

12. Sur le marché des véhicules neufs à particuliers, la part de marché de SIMA est estimée à 2,2 %. Martin Automobiles représente 3,1 % du même marché, soit une part de marché cumulée de 5,3 %. La nouvelle entité restera donc confrontée à la concurrence d'autres distributeurs, y compris les groupes multimarques GGBA, Sofida et Corteel ainsi qu'à celle d'autres concessionnaires spécialisés.
13. Sur le marché des véhicules commerciaux neufs, la part de marché de SIMA est estimée à 1,7 % et celle de Martin Automobiles à 2,2 %. Ainsi, à l'issue de l'opération, la part de marché cumulée de la nouvelle entité sera de 4 %, les parties restant confrontées à la concurrence d'autres distributeurs.
14. Sur le marché des véhicules d'occasion, la part de marché de SIMA est estimée à 0,4 % et celle de Martin Automobiles à 0,7 %. A l'issue de l'opération, la part de marché cumulée de la nouvelle entité sera donc d'environ 1 % du total des ventes des véhicules d'occasion.
15. Sur le marché des pièces détachées et sur le marché des services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles, les parties n'ont pas été en mesure de produire leurs parts de marché. Cependant, il convient de relever que SIMA exploite avant l'opération des concessions Citroën tandis que Martin Automobile est concessionnaire Peugeot. Il existe en outre sur les marchés concernés de nombreux autres concessionnaires agréés par ces

² Voir les décisions précitées.

constructeurs et de nombreux garagistes et réparateurs indépendants, ainsi que des enseignes spécialisées telles que Speedy, Midas et Norauto, susceptibles de proposer aux consommateurs des pièces de rechanges et accessoires identiques ou de qualité équivalente, et des services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles similaires à ceux distribués par les parties

16. Au vu des éléments qui précèdent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 11-0007 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence