

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 12-DCC-153 du 12 novembre 2012
relative à la prise de contrôle exclusif de certains actifs de la société
Sernam Services SNC par la société Calberson SNC**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 14 mai 2012 et déclaré complet le 5 octobre 2012, relatif à la prise de contrôle exclusif de certains actifs de la société Sernam Services SNC par la société Calberson SNC formalisée par un jugement du tribunal de commerce de Nanterre en date du 13 avril 2012 ;

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. Geodis Calberson est détenue à 100 % par la société Geodis (ci-après « Geodis »), elle-même filiale de la société SNCF Participations dont le capital est détenu à 99,98 % par la SNCF, société de tête du groupe SNCF. Le groupe SNCF est principalement actif dans le secteur du transport ferroviaire de voyageurs ainsi que dans la logistique et le transport de marchandises, activité exercée au sein de Geodis. Les activités de la société Geodis sont regroupées autour de quatre divisions principales : (i) la commission de transport maritime et aérien, (ii) la logistique contractuelle, (iii) la messagerie et (iv) le transport routier.
2. Sernam Services (ci-après « Sernam ») est détenue par la société holding Financière Sernam. Cette société est détenue à hauteur de [...] % par le Fonds Commun de Placement à risques France Private Equity, lui-même géré par la société de gestion Butler Capital Partner. Le reste du capital de Financière Sernam est détenu par Butler Capital Partner (à hauteur de [...] %) et par les principaux cadres du groupe. Sernam est active dans trois secteurs : (i) la messagerie de colis ; (ii) le commissionnement de transport ; et (iii) les services de logistique.
3. Par jugement en date du 31 janvier 2012, le tribunal de commerce de Nanterre a ouvert une procédure de redressement judiciaire au bénéfice de Sernam. Une procédure de reprise en plan

de cession a été engagée. Les 9 mars et 10 avril 2012, Geodis a présenté puis précisé une offre définissant les actifs qu'elle se proposait de reprendre¹. Geodis a été le seul candidat à déposer une offre de reprise pour les actifs concernés par la présente notification. Par jugement en date du 13 avril 2012, le tribunal de commerce de Nanterre a arrêté un plan de cession au profit de Geodis. L'acquisition porte sur des actifs corporels et incorporels, parmi lesquels 42 agences ainsi que certains contrats (ensemble, les « actifs cible »). Elle implique également la reprise de 659 contrats de travail. Ces actifs concernent les activités de messagerie de colis, de commissionnement de transport et de services de logistique.

4. Cette prise de contrôle exclusif de certains actifs de Sernam par Geodis constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (groupe SNCF : 30,5 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2010 ; actifs cible : [...] d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (groupe SNCF : 24,3 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2010 ; actifs cibles : [...] d'euros pour le même exercice). Les seuils de notification de l'article 1 paragraphe 1 du règlement (CE) 139/2004 sont franchis mais chacune des entreprises concernées réalisant plus des deux tiers de son chiffre d'affaires dans l'Union en France, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. 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

6. Les parties sont simultanément actives sur le marché de la messagerie de colis, le marché du commissionnement de transport ou « *freight forwarding* » et le marché des services logistiques.

A. LA MESSAGERIE DE COLIS

1. MARCHÉS DE PRODUITS

7. L'activité de messagerie consiste en l'acheminement de documents ou de colis de moins de trois tonnes². Selon l'étude Xerfi relative à la messagerie et au fret, « *la messagerie utilise l'organisation spatiale dite « hub and spoke » (...). Ce fonctionnement repose sur trois principes. Tout d'abord, les centres de groupage et de tri sont concentrés géographiquement en de vastes plateformes à partir desquelles a lieu une distribution éclatée. Ensuite, ces centres sont reliés entre eux par un trafic régulier. Enfin, les envois collectés sont traités*

¹ BMVitrolle SA s'est parallèlement portée candidate pour la reprise de six agences non concernées par l'offre de reprise de Geodis et a également été retenue par jugement du tribunal de commerce de Nanterre en date du 13 avril 2012.

² Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi n°C2007-70 du 4 juillet 2007, au Président Directeur Général de la société Transalliance SA, relative à une concentration dans le secteur des transports routiers de marchandises.

industriellement par des chaînes automatiques de tri »³. Elle se distingue ainsi du transport traditionnel en raison d'opérations intermédiaires de tri, groupage et dégroupage, consistant à réunir ou à scinder les envois de marchandises, en provenance de plusieurs expéditeurs et à l'adresse de plusieurs destinataires.

8. Au sein des activités de messagerie, les autorités de concurrence nationale⁴ et communautaire⁵ opèrent une segmentation entre les documents et les colis. Les parties proposent uniquement des services de messagerie de colis, activité pour laquelle différentes segmentations ont été envisagées.
9. La pratique décisionnelle⁶ distingue trois types de services : la messagerie traditionnelle (délai de livraison de 24 à 72 heures sur le territoire national), la messagerie rapide (enlèvement avant 18 heures pour une livraison en principe le lendemain avant 18 heures sur le territoire national, les délais n'étant pas garantis) et la messagerie express (enlèvement avant 18 heures pour une livraison le lendemain avant 12 ou 13 heures sur le territoire national avec différents niveaux de garantie sur les délais et une possibilité de suivi par le client). Les prestations de messagerie express peuvent être en moyenne jusqu'à 4 fois plus chères que des prestations de messagerie ordinaire⁷.
10. En outre, les autorités de concurrence font une distinction entre la messagerie nationale et la messagerie internationale⁸, dans la mesure notamment où les opérateurs de messagerie peuvent être spécialisés sur un seul de ces services et où les services de messagerie internationale sont plus coûteux.
11. Par ailleurs, la Commission européenne⁹ distingue entre les activités de livraison de professionnels à professionnels (« BtoB »), de professionnels à particuliers (« BtoC »), de particuliers à professionnels (« CtoB ») et entre particuliers (« CtoC »). En effet la livraison CtoC ou CtoB implique de disposer d'agences pour l'accueil des particuliers afin que ceux-ci puissent y déposer leurs envois, contrairement à la livraison BtoB ou BtoC, système dans lequel le transporteur passe généralement dans l'entreprise pour collecter les envois. La livraison BtoC implique pour sa part de disposer d'un réseau plus dense que la livraison BtoB, dans la mesure où les entreprises sont souvent regroupées dans des zones d'activité, tandis que les particuliers à livrer peuvent être beaucoup plus éloignés les uns des autres. Les opérateurs BtoC doivent ainsi disposer d'une flotte de véhicules de livraison plus importante que les opérateurs BtoB, nécessité qui rend les services BtoC plus onéreux que les services BtoB.
12. En l'espèce, les parties proposent simultanément des services de (i) messagerie express domestique de colis BtoB ; (ii) messagerie express domestique de colis BtoC ; (iii) messagerie

³ Page 12 de l'étude Xerfi intitulée « Messagerie et fret express » de février 2011.

⁴ Voir notamment la Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie n°C2006-14 du 2 mars 2006, au conseil de la société Geopost, relative à une concentration dans le secteur de la messagerie.

⁵ Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.3925 UPS / LYNX du 23 septembre 2005.

⁶ Décisions de l'Autorité de la concurrence 09-DCC-40 du 4 septembre 2009 relative à l'acquisition par Geodis d'agences commerciales Cool Jet, n°10-DCC-26 du 26 mars 2010 relative à l'acquisition par Geodis de Ciblex. et n°11-DCC-206 du 27 décembre 2011 relative à l'acquisition de certains actifs du groupe Mory par Caravelle.

⁷ Selon l'étude n°199 de mars 2011 du Commissariat général du développement durable intitulée « la messagerie au quatrième trimestre 2010 », le chiffre d'affaires réalisé pour un envoi par voie de messagerie ordinaire s'élevait à 0,37 euro hors taxes par kilogramme au quatrième trimestre de l'année 2010 et à 1,42 euros pour un envoi de colis léger par messagerie express.

⁸ Voir notamment décision de la Commission européenne COMP/M.5152 Posten AB/Post Danmark A/S du 21 avril 2009 et décisions de l'Autorité de la concurrence 09-DCC-40 et n°10-DCC-26 précitées.

⁹ Décision de la Commission européenne COMP/M.5152 précitée.

traditionnelle domestique de colis BtoB ; (iv) messagerie traditionnelle domestique de colis BtoC ; (v) messagerie traditionnelle internationale de colis BtoB.

13. L'Autorité de la concurrence a également envisagé de segmenter le marché de la messagerie express domestique de colis BtoB selon que le poids des colis est inférieur ou supérieur à 30 kilogrammes¹⁰. L'étude du Commissariat général au développement durable, précitée, analyse également le marché suivant cette ligne de partage¹¹.
14. Les éléments recueillis à l'occasion du test de marché effectué pour la présente opération confirment la pertinence cette segmentation et montrent que la limite de 30 kilogrammes se justifie par le fait qu'au-delà de ce poids, il est nécessaire de disposer d'appareils de manutention, les charges supérieures à 30 kilogrammes ne pouvant être manutentionnées manuellement. De plus, le tri des colis de moins de 30 kilogrammes peut être entièrement automatisé contrairement à celui des colis d'un poids supérieur. En effet, les colis de moins de 30 kilogrammes peuvent être traités sur des chaînes de tri automatique sur lesquelles le tri est effectué sans intervention manuelle grâce à un système de lecture des codes barres apposés sur les colis. Le traitement des envois plus lourds est en revanche moins automatisé, les envois étant transportés par le biais de chariots roulants posés au sol, qui sont chargés et déchargés manuellement sur des quais. La prise en charge de colis de tous poids et celle de colis d'un poids limité à 30 kilogrammes repose ainsi sur des modèles opérationnels différents. Des opérateurs tels que TNT, Chronopost et GLS sont ainsi spécialisés sur l'activité de petit colis (ci-après dénommés les « *spécialistes du petit colis* »), tandis que Sernam et Geodis, via ses filiales France Express et Calberson, proposent des services express sans limite de poids, tout comme les groupes Fedex (via Tatex) et Mory notamment.
15. Cependant, les parties ainsi que plusieurs opérateurs interrogés lors du test de marché ont indiqué ne pas être en mesure de ventiler leur chiffre d'affaires entre les colis de plus et de moins de 30 kilogrammes, puisqu'elles disposent uniquement de données en termes de poids des envois (un même envoi pouvant comporter plusieurs colis). Or, même les opérateurs qui ne peuvent traiter de colis dont le poids est supérieur à 30 kilogrammes, peuvent néanmoins traiter des envois de plus de 30 kilogrammes lorsqu'ils sont divisibles en plusieurs colis d'un encombrement limité inférieurs à ce poids et concurrencent sur ce segment Geodis et Sernam.
16. L'évaluation des positions des parties et de leurs principaux concurrents sera néanmoins effectuée sur un marché global de la messagerie express domestique de colis BtoB puis en distinguant envois de plus et de moins de 30 kilogrammes.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

17. En ce qui concerne la dimension géographique de ces marchés, la pratique décisionnelle française¹² et européenne¹³ a considéré que le marché du transport routier de marchandises et

¹⁰ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-206 du 27 décembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Mory par la société Caravelle.

¹¹ Le Commissariat général au développement durable, dans son étude trimestrielle précitée relative à la messagerie, opère une distinction entre l'express « petits colis », également qualifiés de « colis légers » (colis de moins de 30 kilogrammes) et l'express « tout poids », le poids moyen d'un envoi pris en charge par un opérateur actif en matière de petits colis étant au quatrième trimestre de l'année 2010 légèrement supérieur à 5 kilogrammes, tandis qu'il s'élevait à plus de 33 kilogrammes pour les opérateurs n'imposant pas de limite de poids.

¹² Voir notamment les décisions de l'Autorité 09-DCC-40 et 10-DCC-26 précitées.

¹³ Voir notamment les décisions de la Commission COMP/M.1371 et COMP/M.1405 précitées.

ses segmentations revêtent généralement une dimension nationale même si une évolution vers une dimension européenne se dessine¹⁴.

18. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente décision.

B. LE COMMISSIONNEMENT DE TRANSPORT

19. Selon les autorités de concurrence française et européenne, l'activité de commissionnement de transport ou « *freight forwarding* » se définit comme « *l'organisation du transport de marchandises (pouvant inclure, outre le transport lui-même, divers autres services, tels que le dédouanement ou le magasinage) pour le compte de clients en fonction de leurs besoins* »¹⁵. Les autorités de concurrence ont considéré¹⁶ une segmentation plus fine de ce marché selon (i) le mode de transport utilisé soit par voie aérienne, maritime ou terrestre (incluant le transport ferroviaire et routier) ou selon (ii) le caractère national ou international du transport.
20. La Commission européenne¹⁷ considère que le marché du commissionnement de transport revêt une dimension géographique nationale, compte tenu notamment de l'existence de barrières linguistiques et réglementaires, même si elle n'exclut pas une définition plus large au niveau de l'Espace économique européen.
21. En l'espèce, la question de la segmentation de ce marché comme celle de sa délimitation géographique peuvent être laissées ouvertes dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.

C. LA LOGISTIQUE

22. La pratique décisionnelle française a défini les services de logistique comme associant « *les différents maillons d'une chaîne d'approvisionnement de marchandises entre un point d'origine et un point d'arrivée, et ce afin de gérer de manière optimale le flux et le stockage desdites marchandises. Cette activité peut s'assimiler à une offre globale, dans la mesure où elle combine un ensemble de services tels que, notamment, le stockage, l'inventaire des stocks, la prise de commande et le transport de marchandises en un temps et un lieu définis par le client* »¹⁸. S'il n'est pas nécessaire de segmenter le marché des services logistiques par catégorie de produits, l'existence de marchés distincts pour certains produits particuliers, comme les produits « grand froid », a été reconnue¹⁹.

¹⁴ Voir notamment les décisions de l'Autorité 09-DCC-74 et 09-DCC-13 précitées et la décision COMP/M. 5877 précitée.

¹⁵ Voir notamment les décisions de la Commission COMP/M.4045, Deutsche Bahn/Bax Golbal, du 22 décembre 2005, COMP/M.5480 et COMP/M.5877 précitées ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-40 précitée.

¹⁶ Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.5096, RCA/MAV CARGO, du 28 novembre 2008 et COMP/M.5480 et COMP/M.5877 précitées et la décision de l'Autorité 09-DCC-40 précitée.

¹⁷ Voir notamment les décisions de la Commission COMP/M.4045, COMP/M.5480 et COMP/M.5877 précitées et la décision de l'Autorité 09-DCC-40 précitée.

¹⁸ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence 10-DCC-48 du 2 juin 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Amonite SAS par la société Manuloc SA et 11-DCC-79 du 16 mai 2011 relative à la prise de contrôle conjoint de Transcosatal Finances par les sociétés Satar, Chabas et STEF-TFE Transport.

¹⁹ Voir notamment la lettre C 2005-36 précitée et la décision de l'Autorité 11-DCC-79 précitée.

23. En ce qui concerne la définition géographique du marché, la pratique décisionnelle a considéré²⁰ que le marché des services de logistique est de dimension nationale, au regard des contraintes réglementaires et linguistiques existantes.
24. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations à l'occasion de la présente décision.

III. Analyse concurrentielle

A. EFFETS HORIZONTAUX

1. MARCHES DE LA MESSAGERIE

a) La messagerie traditionnelle de colis

Les segments sur lesquels les parties sont simultanément actives ainsi que leurs parts de marché en valeur sont détaillées dans le tableau ci-dessous :

	Groupe SNCF	Actifs cible	Nouvelle entité	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3
Domestique						
Global	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %	[20-30] % La Poste	[5-10] % Caravelle (Ducros et Mory)	[0-5] % Schenker Joyau
BtoB	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %	[20-30] % La Poste	[5-10] % Caravelle (Ducros et Mory)	[0-5] % Schenker Joyau
BtoC	[10-20] %	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] % La Poste	[5-10] % Caravelle (Ducros et Mory)	[0-5] % Schenker Joyau
Internationale						
Global	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %	[20-30] % La Poste	[20-30] % TNT	[10-20] % Schenker Joyau
BtoB	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %	N/D	N/D	N/D

²⁰ Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.3492, Exel / Tibbet & Britten, du 3 août 2004 et COMP/M.3496 TNT Forwarding Holding / Wilson logistics du 2 août 2004 et la décision de l'Autorité 11-DCC-79 précitée.

25. Selon les estimations transmises par les parties, la position de la nouvelle entité variera entre [10-20] % et [10-20] % en fonction de la segmentation envisagée. L'incrément de part de marché emporté par la concentration sera modéré (au maximum de [5-10] %) et la nouvelle entité continuera à faire face à La Poste, leader du marché avec [20-30] % de parts de marché ainsi qu'à de nombreux autres concurrents tels que Caravelle ([5-10] %), Schenker Joyau ([0-5] %) ainsi que Gefco.
26. Sur le segment international, et selon les estimations transmises par les parties, l'opération aura un faible impact compte tenu de la faible part de marché de la cible (moins de [0-5] %).
27. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la messagerie traditionnelle de colis, et ce, quelle que soit la segmentation envisagée.

b) La messagerie express domestique de colis

i. La messagerie express domestique de colis BtoC

28. Les parties n'ont pas été en mesure de fournir leurs parts de marché sur ce segment. Elles estiment toutefois qu'elle est largement inférieure à [10-20] %.
29. En tout état de cause, il convient de relever le caractère marginal de cette activité pour la cible (environ [...] d'euros soit moins de [0-5] % de son chiffre d'affaires) ainsi que la présence d'opérateurs d'envergure tels que Chronopost et TNT qui sont les leaders du marché.
30. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la messagerie express domestique de colis BtoC.

ii. La messagerie express domestique de colis BtoB

31. Les segments sur lesquels les parties sont simultanément actives ainsi que leurs parts de marché en valeur sont détaillées dans le tableau ci-dessous. Aucune donnée fiable sur la taille totale du marché des envois de plus de 30 kilogrammes n'ayant été versée au dossier, la position des différents acteurs a été calculée sur une assiette comprenant les chiffres d'affaires des parties et des 8 principaux opérateurs concurrents, à savoir Fedex, TNT, Mory, GLS, UPS, Chronopost, Ducros et Schenker Joyau. Les autres opérateurs, non pris en compte pour le calcul des parts de marché, sont des fournisseurs régionaux de services de messagerie, qui n'exercent qu'une contrainte concurrentielle partielle sur les opérateurs nationaux, puisqu'ils ne sont pas à même de couvrir l'ensemble du territoire national à J+1, ainsi que des fournisseurs d'envergure nationale, spécialistes des petits colis mais pour lesquels les envois de plus de 30 kilogrammes représentent une activité très marginale.

	Groupe SNCF	Cible	Nouvelle entité	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3
Envois moins de 30 kg	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %	[20-30] % TNT	[10-20] % La Poste	[10-20] % GLS
Envois plus de 30 kg	[40-50] %	[5-10] %	[40-50] %	[10-20] % Fedex	[10-20] % TNT	[10-20] % Caravelle (Ducros et Mory)

32. Deux réserves limitent cependant les conclusions qu'il est possible de tirer de ces données. Premièrement, les parts de marché sont, comme indiqué, surévaluées dans la mesure où elles ne tiennent compte que des activités des parties et des huit premiers concurrents. Deuxièmement, les données chiffrées concernant les parties à l'opération datent de 2010. Or, Geodis a indiqué dans le cadre de la notification que le chiffre d'affaires global de Sernam avait subi une dégradation de l'ordre de [...] % depuis 2011. Par conséquent, les données concernant Sernam seraient surévaluées.
33. Sur le segment des envois de moins de 30 kilogrammes, la part de marché de la nouvelle entité reste limitée et l'incrément est marginal. Le groupe TNT restera leader sur le marché avec une position de l'ordre de [20-30] %. Le groupe La Poste via sa filiale Chronopost est également présent avec une position de l'ordre de [10-20] %. Il faut en outre relever la présence de concurrents plus mineurs mais qui restent nombreux tels que GLS et DHL (environ [10-20] % de parts de marché) ainsi que Fedex et UPS (environ [5-10] % de parts de marché).
34. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la messagerie express domestique de colis BtoB de moins de 30 kilogrammes.
35. Sur le segment des envois de plus de 30 kilogrammes, selon les chiffres d'affaires des parties ainsi que ceux recueillis au cours de l'instruction auprès des principaux concurrents, les filiales de Geodis sont largement leader. Les concurrents identifiés comme proposant une offre de messagerie express susceptible de concurrencer les parties pour les envois de plus de 30 kilogrammes ont des parts de marché largement inférieures à celles de Geodis : Fedex (environ [20-30] % de parts de marché), le groupe Caravelle (Mory et Ducros, environ [10-20] %), ainsi que Schenker Joyau (moins de [0-5] %).
36. Le renforcement lié à l'opération est cependant modéré : en effet, la part de marché de Sernam en 2010 était estimée à [5-10] % mais a dû depuis subir l'effet de la défaillance de l'entreprise. La structure de marché est donc peu affectée par l'opération.
37. Les possibilités de réactions des concurrents mais également des clients seront néanmoins étudiées ci-après ainsi que les possibilités d'entrée d'un nouvel opérateur sur le marché.

c) Les barrières à l'entrée

38. Le lancement d'une activité de services de livraison garantis à J+1 sur l'ensemble du territoire national impose de disposer d'un réseau d'agences dense et d'une importante flotte de véhicules, dont ne disposent pas actuellement les opérateurs de messagerie traditionnelle et/ou rapide et a fortiori les transporteurs routiers. De surcroît, l'activité de messagerie express domestique d'envois BtoB de plus de 30 kilogrammes apparaît relativement peu lucrative et nécessite, donc, le traitement d'un volume important pour assurer des résultats équilibrés. L'entrée sur le marché d'opérateurs de messagerie traditionnelle et/ou rapide, voire de transport routier, semble donc improbable.
39. Les barrières à l'entrée semblent néanmoins moindres pour les opérateurs déjà présents sur la messagerie nationale expresse mais spécialistes des « petits colis » même s'ils devraient pour entrer sur le segment du traitement des colis ou envois de plus de 30 kilogrammes investir dans un matériel spécialisé (chariots manuels ou motorisés, transpalettes, camions de plus grande taille).

d) Les capacités de réaction des concurrents

40. Les principaux concurrents de la nouvelle entité à l'issue de l'opération, Tatex, Mory et Ducros ont indiqué qu'ils pourraient répondre rapidement et sans surcoût majeur à toute hausse de la demande de services de messagerie express domestique d'envois BtoB de plus de 30 kilogrammes (de 20 à 30 % dans un délai de 1 à 3 mois). Leurs réseaux de messagerie ne sont en effet pas pleinement utilisés. Un répondant au test de marché a d'ailleurs indiqué que le marché français comportait « *des acteurs avec fort potentiel* ».

e) Les capacités de réaction des clients

41. Les parties indiquent que parmi leurs clients, les grands groupes lancent des appels d'offres pour satisfaire leurs besoins de messagerie express tandis que les petites et moyennes entreprises traiteraient le plus souvent au niveau local avec les équipes commerciales des agences des entreprises de messageries express implantées en région.
42. Un changement de fournisseur de services de messagerie express nécessite une réorganisation interne chez le client qui passe essentiellement par une adaptation du système informatique. En effet, lorsqu'un client contacte une entreprise de messagerie express pour procéder à un enlèvement de colis puis à sa livraison, le traitement de la prestation s'opère généralement par le biais d'échanges informatisés. Chaque entreprise de messagerie express dispose de son propre système de service informatisé d'enlèvement de colis, qui permet la commande, le traitement et le suivi de l'envoi. Il ressort des réponses au test de marché qu'un changement de système d'information implique un certain nombre d'ajustements après sa mise en place, dont la durée est variable en fonction du type de clients (de 3 semaines à 3 mois). Les coûts entraînés par ces changements sont modérés, et consistent principalement en une mise à disposition du personnel pour les développements informatiques. Un grand nombre de clients a indiqué que les coûts supplémentaires étaient généralement pris en charge par le nouveau prestataire. En tout état de cause, la majorité d'entre eux considère qu'il est relativement aisé de changer de prestataire.
43. Par ailleurs, il faut relever que les relations commerciales entre les opérateurs de messagerie express et leurs clients ne font pas systématiquement l'objet d'un contrat écrit. La partie notifiante estime qu'environ [...] % des [...] clients les plus importants sur le marché français de la messagerie express domestique de colis BtoB ont contractualisé leurs relations commerciales. Lorsqu'un contrat est formalisé, sa durée est de l'ordre d'un ou deux ans et les contrats ne comportent pas de clause d'exclusivité. Les clients ont d'ailleurs généralement recours à au moins deux prestataires afin de sécuriser leurs flux. Or, il ressort du test de marché que la majorité d'entre eux avait déjà recours, antérieurement à l'opération, à un transporteur qui ne fait partie ni du groupe Geodis, ni de Sernam comme 2^{ème} ou 3^{ème} prestataire. Le groupe Geodis n'est donc pas un acteur incontournable pour satisfaire les besoins en services de messagerie express domestique d'envois BtoB de plus de 30 kilogrammes. En outre, les possibilités pour les clients de la nouvelle entité de reporter leur demande vers des offres concurrentes le cas échéant sera facilitée par le fait qu'un autre prestataire est d'ores et déjà référencé.
44. Il ressort de plus du test de marché que la très grande majorité des clients considère avoir un fort pouvoir de négociation vis-à-vis de leurs transporteurs. Cette affirmation est corroborée par les déclarations des transporteurs qui considèrent en majorité avoir un faible pouvoir de négociation vis à vis de leurs clients. L'étude Xerfi relative au secteur de la messagerie et du fret express confirme ce point et relève à cet égard que « *dans un contexte de forte intensité concurrentielle où le pouvoir de négociation des entreprises du secteur s'avère*

particulièrement limité face à leurs donneur d'ordre, ces dernières éprouvent de grandes difficultés à augmenter leurs prix, plus particulièrement pour les spécialistes de la messagerie » et de conclure qu'« une inversion des rapports de force apparaît peu probable »²¹.

45. Les réponses au test de marché confirment que plusieurs anciens clients de Sernam ont d'ores et déjà reporté leur demande sur d'autres prestataires, soit Geodis, soit d'autres opérateurs.
46. Il résulte de ce qui précède que compte tenu de l'existence effective de fournisseurs alternatifs et de la possibilité qu'ont les clients de pouvoir changer facilement de fournisseur, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la messagerie express domestique d'envois BtoB de plus de 30 kilogrammes.

2. MARCHÉ DU COMMISSIONNEMENT DE TRANSPORT

47. Les parties sont simultanément actives sur les segments national et international du marché du commissionnement de transport routier. Les parties indiquent que sur ces différents segments, la part de marché de Geodis est inférieure à [0-5] % et que celle de Sernam est marginale et n'est donc pas de nature à augmenter sensiblement la part de marché de l'entité issue de la concentration.
48. En outre, ce marché est particulièrement atomisé avec un nombre important d'entreprises. Ainsi, les parts de marché de chacun des principaux opérateurs du marché, à savoir Norbert Dentressangle, Gefco et DHL Freight ne dépassent pas les [0-5] %²².
49. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché du commissionnement de transport.

3. LE MARCHE DE LA LOGISTIQUE

50. Geodis et Sernam, de manière très marginale, sont simultanément actives sur le marché français des services de logistique. Leurs parts de marché sont évaluées par les parties à [5-10] % pour Geodis et [0-5] % pour la cible. La part de marché de la nouvelle entité sera donc faible avec un incrément inférieur à [0-5] % et celle-ci fera face à la concurrence d'opérateurs importants tels que Nobeit Dentressangle, Faure et Machet, Rhenus (Wincanton) et Kuehne + Nagel.
51. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché français des services de logistique.

B. EFFETS CONGLOMERAUX

52. L'opération permet à Geodis de renforcer sa position sur les marchés dans lesquels elle était déjà présente.
53. Néanmoins, ce renforcement n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence compte tenu du fait que la part de marché de la nouvelle entité n'excède jamais [20-30] %, à l'exception du

²¹ Etude Xerfi, *Messagerie et fret express*, février 2011, p.31.

²² Voir décision 09-DCC26 et 11-DCC-206 précitées.

marché de la messagerie express de colis BtoB de plus de 30 kilogrammes. Il a cependant été démontré ci-dessus que les clients n'étaient pas captifs de ce marché et disposaient de fournisseurs alternatifs capables d'absorber d'éventuels reports de demande. La nouvelle entité ne sera donc pas en mesure d'exploiter, par un effet de levier, la position qu'elle occupe sur ce marché et d'évincer ses concurrents.

54. En outre, même si l'opération permettra à Geodis de renforcer plusieurs activités distinctes de messagerie, il n'est pas établi que le critère de la largeur de gamme soit de nature à conférer un avantage concurrentiel déterminant dans ce secteur. En effet, la grande majorité des répondants au test de marché a indiqué que le fait qu'un opérateur propose différents types de services de messagerie n'était pas de nature à influencer son choix en sa faveur. Ce point avait déjà été relevé par le ministre dans une décision antérieure²³.
55. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux sur les marchés concernés.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 12-041 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence

²³ Lettre du ministre de l'économie n° C2006-14 du 6 mars 2006 au conseil de la société Géopost.