

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 13-DCC-148 du 30 octobre 2013**  
**relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Saci SAS, SCII,**  
**Daessle Klein SA, Leclerc Pneus SA et Eco + System SAS par la société**  
**Continental Holding France**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 30 septembre 2013, relatif à la prise de contrôle exclusif par la société Continental Holding France (ci après « Continental HF ») du contrôle exclusif des sociétés Saci SAS<sup>1</sup>, SCII, Daessle Klein SA, Leclerc Pneus SA et Eco + System SAS (ci après le « groupe Saci » ou les « sociétés cibles »), formalisée par un contrat d'acquisition d'actions en date du 27 septembre 2013 ;

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. Continental HF est une société par actions simplifiée, filiale de la société Continental AG qui est la société mère du groupe allemand Continental (ci-après le « groupe Continental »). Le groupe Continental est actif dans le secteur de la production et la distribution de pneumatiques et de freins pour les véhicules automobiles et utilitaires ainsi que de différents composants pour voitures. Les activités du groupe sont organisées autour de deux divisions : (i) *Automotive* qui comprend les pôles Châssis et Sécurité (systèmes de freinage électriques et hydrauliques, etc.), Propulsion (systèmes pour moteur, transmissions, etc.) et Intérieur (systèmes de sécurité, connectivité, navigation, etc.) et (ii) *Rubber* qui comprend les pôles Pneus et ContiTech' (élastomères techniques).
2. Le groupe Continental est un groupe coté en bourse, dont le principal actionnaire est la société Schaeffler qui détient 46 % des droits de vote, ce qui lui assure une majorité de fait dans les assemblées générales. Le groupe Schaeffler est indirectement contrôlé par Mme Maria

Elisabeth Schaeffler. Le groupe Schaeffer est un fournisseur de l'industrie automobile, principalement dans l'industrie du roulement (roulements, paliers lisses, guidages linéaires, systèmes d'embrayage, composants de boîtes de vitesse et amortisseurs de tension). Il comprend deux divisions : la division automobile et la division industrie. En dehors du groupe Continental, le groupe Schaeffler n'est pas présent sur les différents marchés concernés par l'opération que ce soit en France ou dans le monde.

3. En France, le groupe Continental exploite 54 points de vente, sous enseigne Profil Plus, via les sociétés Ripa et Alençon Pneus. Le groupe Continental détient également la marque Eurotyre qui a été concédée à ContiClub SAS, filiale de Continental HF, et qui a pour objet social l'animation du réseau de distributeurs indépendants sous enseigne Eurotyre. Le réseau français Eurotyre regroupe des négociants indépendants spécialistes du pneumatique et compte aujourd'hui 142 points de vente en France.
4. Le groupe Saci exploite 56 points de vente en France dans le secteur de la distribution de pneumatiques de remplacement qui comprend également des prestations accessoires : montage, équilibrage, géométrie, suivi de parc et plus généralement entretien, réparation et dépannage. Ces 56 points de vente sont membres du réseau d'indépendants Profil Plus. [Confidentiel].
5. L'opération projetée consiste en l'acquisition par Continental HF de l'intégralité du capital des sociétés cibles. L'opération se traduit donc par la prise de contrôle exclusif des sociétés Saci SAS, SCII, Daessle Klein SA, Leclerc Pneus SA et Eco + System SAS par Continental HF, et constitue à ce titre une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (groupe Continental : 32,7 milliards d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2012 ; groupe Saci : 99,8 millions d'euros au cours de l'exercice clos le 28 février 2013). Chacune réalise, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (groupe Continental : [...] d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2012 ; groupe Saci : [...] d'euros au cours de l'exercice clos le 28 février 2013). Compte-tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas de dimension communautaire. Les seuils mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce, en revanche, 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. Le groupe Continental et le groupe Saci sont simultanément actifs dans le secteur de la distribution de pneumatiques de remplacement. En outre, le groupe Continental est actif en amont dans le secteur de la fabrication et de la vente de pneumatiques.

## A. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PNEUMATIQUES DE REMPLACEMENT

### 1. DÉLIMITATION DES MARCHÉS DE PRODUITS

#### *Pneumatiques de première monte et pneumatiques de remplacement*

8. S'agissant de la distribution de pneumatiques, la pratique décisionnelle distingue<sup>1</sup> la fourniture de pneumatiques de premier équipement (dit aussi « de première monte ») de celle de pneumatiques de remplacement.
9. En effet, bien que ces produits soient identiques, ils ne sont pas destinés aux mêmes clients et distribués selon les mêmes canaux. Les pneumatiques de « première monte » correspondent aux pneumatiques placés sur les véhicules neufs. Ces pneumatiques sont généralement vendus sans intermédiaire, directement du producteur aux constructeurs automobiles. En revanche, les pneumatiques de remplacement concernent les achats effectués par les utilisateurs des véhicules, la vente au consommateur final s'opérant principalement par l'intermédiaire d'un grand nombre d'entreprises spécialisées.

#### *Segmentation par type de véhicule au sein des pneumatiques de remplacement*

10. S'agissant des pneumatiques de remplacement, l'Autorité de la concurrence a notamment souligné<sup>2</sup> que « *la vente des pneus pour les véhicules industriels présente indéniablement des caractéristiques spécifiques qui la distinguent de la vente des pneus de tourisme. Les caractéristiques tiennent à l'usage uniquement professionnel de ce type de pneu, aux besoins de cette clientèle, au prix unitaire du pneu, au gabarit des produits, à l'étendue de la gamme devant être en permanence disponible pour les utilisateurs ainsi qu'aux moyens techniques et de personnel nécessaires lorsque ces pneus sont utilisés (montage, dépannage, retaillage, rechapage)* ».
11. Plus précisément, l'Autorité de la concurrence comme la Commission européenne ont distingué<sup>3</sup> plusieurs marchés selon les catégories de pneumatiques : (i) pneumatiques de remplacement pour véhicules de tourisme et camionnettes, (ii) pneumatiques de remplacement pour camions et bus, (iii) pneumatiques de remplacement pour engins agricoles, (iv) pneumatiques de remplacement pour engins de travaux publics et de génie civil, (v) pneumatiques de remplacement pour véhicules à deux roues non motorisés et (vi) pneumatiques de remplacement pour véhicules à deux roues motorisés.
12. La distribution des pneumatiques de remplacement varie en outre selon la catégorie envisagée.
13. S'agissant des pneumatiques pour véhicules de tourisme et camionnettes, leur distribution peut s'effectuer via (i) le canal des négociants spécialistes, tels Euromaster, Vulco, First Stop,

---

<sup>1</sup> Voir notamment les décisions de la Commission européenne n° COMP/M.1470 Goodyear/Sumitomo du 23 juillet 1999 ; n° COMP/M.3081 Michelin/Viborg du 7 mars 2003 ; n° COMP/M.4516 Continental/Matador du 8 juin 2007 ; la décision du TPICE n° T-203/01 Michelin/Commission européenne du 30 septembre 2003 ; la décision de l'Autorité de la concurrence, n° 10-DCC-149 du 26 octobre 2010 relative à la prise de contrôle conjoint de la société TyreDating par la Manufacture Française des Pneumatiques Michelin et Atiro Holding ; la décision n° 11-DCC-75 du 25 mai 2011 relative à la prise de contrôle conjoint de la société Alençon Pneus par la société Continental Holding France et la Société Normande de Développement et de Financement.

<sup>2</sup> Voir l'avis de l'Autorité de la concurrence n° 09-A-12 du 14 mai 2009 relatif à un projet de décret concernant un accord dérogatoire en matière de délais de paiement dans le secteur des pneumatiques.

<sup>3</sup> Voir les décisions précitées.

Métifiot, Point S, Profil Plus ou Eurotyre ; (ii) le canal des centres auto, tels Norauto, Feu Vert, Speedy ; (iii) le canal des concessionnaires et garages automobiles. L'Autorité a ainsi précisé<sup>4</sup> qu'« en retenant l'existence d'un marché spécifique pour le pneumatique de tourisme, on peut (...) relever que les distributeurs spécialisés, les centres autos et les autres opérateurs généralistes ont une offre pneumatique comparable (diversité des produits, des références, des marques distribuées) et s'adressent à la même clientèle potentielle des particuliers et des professionnels ayant un véhicule de tourisme ou utilitaire léger. Le classement des principales entreprises sur le marché français des pneumatiques met d'ailleurs en évidence des acteurs appartenant aux deux catégories parmi les principaux opérateurs, avec Euromaster et Point S (négociants spécialisés) aux côtés de Feu Vert et Norauto (centres autos) ».

14. A côté de ces canaux traditionnels s'est développée ces dernières années la vente par Internet. Les centres autos, les spécialistes des pneumatiques, les constructeurs ou encore des réseaux d'indépendants se dotent d'un site Internet. De plus, des *pures players* sont apparus, tels que Allo pneus, 123 pneus ou Pneusonline. Ces sites permettent aux consommateurs d'acheter en ligne leurs modèles de pneumatiques et de les faire livrer directement auprès d'un lieu de montage agréé (garage, centre auto...). L'Autorité a envisagé<sup>5</sup>, tout en laissant la question ouverte, de distinguer un marché de la vente de pneumatiques sur Internet.
15. En revanche, en France, le négoce spécialisé est quasiment le seul circuit de distribution pour les pneumatiques destinés aux véhicules industriels.

*Segmentation entre pneumatiques neufs et rechapés au sein des pneumatiques de remplacement*

16. Par ailleurs, la Commission européenne<sup>6</sup> a considéré que les marchés (i) du pneumatique neuf de remplacement, d'une part, et (ii) du pneumatique rechapé, d'autre part, constituaient deux marchés pertinents distincts. En effet, les pneumatiques de remplacement ne sont pas nécessairement neufs : lorsque les carcasses des pneumatiques usagés sont encore en bon état, il est possible de les pourvoir d'une nouvelle bande de roulement, opération dite de rechapage. Le marché du rechapage se présente donc comme un marché de prestation de service « après-vente » vis-à-vis du marché des pneumatiques neufs. La Commission européenne a ainsi souligné que « l'opération de rechapage résultant précisément du souci de prolonger la vie d'un pneu afin de différer le rachat d'un pneu neuf, il est exclu qu'une véritable concurrence s'exerce entre le rechapage et l'achat d'un pneu neuf »<sup>7</sup>.
17. En pratique, les besoins en rechapage concernent presque uniquement les pneumatiques pour les véhicules lourds. Cette opération de rechapage peut être effectuée par les fabricants de pneumatiques eux-mêmes, mais aussi par un grand nombre d'entreprises spécialisées.
18. La Commission européenne<sup>8</sup> a en outre considéré, tout en laissant la question ouverte, la possibilité de distinguer les pneumatiques rechapés selon la technique de rechapage. Il existe en effet deux techniques : le procédé de rechapage à chaud (qui consiste en la pose d'une

---

<sup>4</sup> Voir l'avis 09-A-12, précité.

<sup>5</sup> Voir les décisions 10-DCC-149 et 11-DCC-75, précitées.

<sup>6</sup> Voir notamment les décisions de la Commission européenne n° COMP/M.4516, précitée et n° COMP/M.4564 Bridgestone/Bandag du 29 mai 2007.

<sup>7</sup> Voir la décision de la Commission européenne n° COMP/E-2/36.041 PO - Michelin du 20 juin 2001 relative à une procédure d'application de l'article 82 du traité CE.

<sup>8</sup> Voir la décision n° COMP/M.4564 précitée.

nouvelle bande de roulement sur la carcasse du pneumatique, qui est ensuite moulé en usine et à chaud) et le procédé de rechapage à froid (qui consiste en la pose d'une bande de roulement pré-moulée, provenant d'un fournisseur extérieur, sur la carcasse du pneumatique). Si les produits obtenus sont parfaitement substituables du point de vue de l'utilisateur, la Commission a précisé qu'au niveau amont des recapeurs, la substituabilité de la demande est très limitée dans la mesure où un recapeur à chaud ne peut pas utiliser une bande de roulement pré-moulée et un recapeur à froid une bande de roulement non moulée. En l'espèce, il n'y a pas lieu de se prononcer sur la distinction entre pneumatiques rechapés à froid et pneumatiques rechapés à chaud, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.

19. L'activité des parties se chevauche sur les marchés de la vente à destination des consommateurs finals de pneumatiques de remplacement pour véhicules de tourisme et camionnettes, pour camions et bus, pour engins agricoles, pour engins de travaux publics et de génie civil, pour véhicules à deux roues motorisés et de pneumatiques rechapés.

## 2. DÉLIMITATION DES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

20. La pratique décisionnelle<sup>9</sup>, tout en laissant la question ouverte, a considéré que les marchés de la distribution de pneumatiques de remplacement pour les différents types de véhicules et de pneumatiques rechapés revêtaient une dimension nationale.
21. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation géographique à l'occasion de l'analyse de l'opération notifiée.

### **B. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PIÈCES DE RECHANGE ET D'ACCESSOIRES AUTOMOBILES ET DE LA DISTRIBUTION DE SERVICES D'ENTRETIEN ET DE RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES**

22. Dans le secteur de la distribution automobile, la pratique décisionnelle<sup>10</sup> distingue notamment : (i) la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles et (ii) la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles.
23. La pratique décisionnelle retient une définition locale de ces marchés, l'analyse s'effectuant généralement au niveau départemental.

---

<sup>9</sup> Voir notamment les décisions n° COMP/M.3081 et COMP/M.4516, précitées.

<sup>10</sup> Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-01 du 8 avril 2009 relative à la prise de contrôle de la société Pellier Metz S.A.S. par le groupe Bailly S.A.S ; n° 10-DCC-23 du 1er mars 2010 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Evry Corbeil Automobiles et Vétille Automobiles par la société Priod Holding (groupe Priod) ; n° 10-DCC-162 du 29 novembre 2010 relative à l'acquisition de fonds de commerce de la société Auto Losange par la société David Gerbier Finances et n° 10-DCC-192 du 16 décembre 2010 relative à la prise de contrôle de la société Catar SA par la société Vincent SA.

## C. LES MARCHÉS AMONT DE LA FABRICATION DE PNEUMATIQUES DE REMPLACEMENT

24. La pratique décisionnelle<sup>11</sup> a considéré que le marché de la fabrication de pneumatiques de remplacement pouvait être subdivisé en fonction des catégories de véhicules concernés : (i) pneumatiques de remplacement pour véhicules de tourisme et camionnettes, (ii) pneumatiques de remplacement pour camions et bus, (iii) pneumatiques de remplacement pour engins agricoles, (iv) pneumatiques de remplacement pour engins de travaux publics et de génie civil, (v) pneumatiques de remplacement pour véhicules à deux roues non motorisés et (vi) pneumatiques de remplacement pour véhicules à deux roues motorisés.
25. La Commission considère que ce marché est plutôt de dimension nationale mais a laissé cette question ouverte<sup>12</sup>. Les parties notifiantes estiment que ce marché est au moins de dimension européenne compte tenu de l'absence de différences significatives des prix entre les États membres, de l'absence de barrières à l'entrée, de l'importance des importations et des courants d'échanges entre pays, de l'homogénéité des produits, des caractéristiques techniques similaires, de la réglementation commune au niveau européen, des coûts de transports peu élevés en Europe et de la présence de concurrents se livrant à une concurrence à l'échelle mondiale.
26. En l'espèce, il n'y a pas lieu de se prononcer sur la délimitation exacte du marché géographique amont, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la segmentation envisagée. En l'espèce, l'analyse sera menée au niveau national.

## III. Analyse concurrentielle

### A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

#### 1. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PNEUMATIQUES DE REMPLACEMENT

27. Le groupe Saci est actif sur les marchés aval de la distribution de pneumatiques de remplacement au travers d'un réseau de 56 points de vente adhérents au groupement Profil Plus situés dans le quart nord-est de la France. Le groupe Continental est également actif sur ces marchés via les sociétés Ripa et Alençon pneus qui exploitent 54 points de vente adhérents au groupement Profil Plus situés dans les quarts sud-est et nord-ouest de la France.
28. Il convient par ailleurs de relever que le groupe Continental a racheté, en septembre 2010, la marque Eurotyre auprès de la société Eurotyre SA et anime, via sa filiale ContiClub SAS, le réseau d'indépendants sous enseigne Eurotyre (142 points de vente). L'Autorité de la concurrence a eu l'occasion de se prononcer, dans le cadre de la décision n° 11-DCC-75 précitée, sur l'autonomie commerciale des membres du réseau Eurotyre vis-à-vis du groupe Continental. Elle a constaté que « *le groupe Continental ne possède aucune participation,*

---

<sup>11</sup> Voir les décisions précitées.

<sup>12</sup> Voir les décisions précitées.

même minoritaire, dans le capital des membres du réseau. Continental n'est lié avec les indépendants que par un contrat de licence de marque conclu pour une durée déterminée de trois ans qui ne peut être reconduit que par voie d'avenant dûment signé par chacune des parties. Ce contrat de licence de marque accorde uniquement aux indépendants le droit d'utiliser la marque comme enseigne et de bénéficier des avantages inhérents au réseau, il ne donne lieu à aucun transfert de savoir-faire, de méthodes commerciales ou autres éléments étrangers à la simple utilisation de la marque comme enseigne. Les membres du réseau sont totalement libres de déterminer leurs prix de revente. Concernant l'approvisionnement, les membres du réseau s'approvisionnent de manière non exclusive auprès du groupe Continental. Néanmoins, ils s'engagent à effectuer au minimum [...] % de leurs achats de pneumatiques neufs pour véhicules de tourisme, camionnettes et 4x4 parmi les marques du Groupe Continental. Par ailleurs, les membres du réseau s'engagent à effectuer au moins [...] % de leurs achats dans les marques et produits sélectionnés par ContiClub. A ce titre, ils effectuent une partie de leurs achats auprès de fournisseurs référencés par ContiClub (y compris des fournisseurs concurrents de Continental). ContiClub intervient en tant que simple centrale de référencement et négocie avec différents fournisseurs afin de faire bénéficier les adhérents du réseau Eurotyre de conditions commerciales avantageuses. ContiClub ne procède donc pas aux achats de pneumatiques, chaque manufacturier facturant directement l'adhérent ayant passé la commande. Pour la mise en place et la communication du référencement auprès des adhérents, une redevance est octroyée à ContiClub (en ce qui concerne les pneumatiques, cette redevance varie entre [...] et [...] % du chiffre d'affaires de l'adhérent). En dehors des achats auprès de fournisseurs référencés (toutes marques confondues), l'adhérent est totalement libre d'effectuer ses achats auprès des fournisseurs de son choix ». L'Autorité de la concurrence a conclu de ces éléments que les points de vente étaient exploités par « des commerçants indépendants, pleinement autonomes en matière de définition de leur politique commerciale ». Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette analyse à l'occasion de l'examen de la présente opération. Le réseau Eurotyre ne sera donc pas pris en compte dans l'analyse concurrentielle.

29. Sur le marché national de la distribution de pneumatiques de remplacement pour véhicules de tourisme et camionnettes, estimé en 2012 à 30 millions de pneumatiques<sup>13</sup>, le groupe Continental dispose, via Ripa et Alençon Pneus, d'une part de marché de [0-5] % et le groupe Saci d'une part de marché de [0-5] %. Les parties font face à la présence de nombreux concurrents crédibles et puissants tels que notamment Euromaster (Michelin), Vulco (Goodyear Dunlop), First Stop Metifiot (Bridgestone) ou 123 pneus. Selon les meilleures estimations des parties, Euromaster détiendrait une part de marché d'environ [5-10] %, Vulco une part de marché d'environ [0-5] % et Métifiot une part de marché d'environ [0-5] %<sup>14</sup>.
30. Sur le marché national de la distribution de pneumatiques de remplacement pour camions et bus, estimé en 2012 à 1 085 900 pneumatiques<sup>15</sup>, le groupe Continental dispose, via Ripa et Alençon Pneus, d'une part de marché de [0-5] % et le groupe Saci d'une part de marché de [0-5] %, soit une part de marché cumulée de [5-10] %. Les parties font face à la présence de nombreux concurrents tels qu'Euromaster (Michelin), Vulco (Goodyear Dunlop) ou First Stop Metifiot (Bridgestone). Selon les meilleures estimations des parties, Euromaster détiendrait

---

<sup>13</sup> Source : ETRMA (European Tyre & Rubber Manufacturers' Association).

<sup>14</sup> Les estimations des parties ne concernent que trois réseaux revendeurs concurrents et n'incluent que les unités de pneus vendues par ces trois réseaux revendeurs de marque Michelin, Goodyear/Dunlop, Bridgestone et Continental.

<sup>15</sup> Source : ETRMA (European Tyre & Rubber Manufacturers' Association).

une part de marché d'environ [10-20] %, Vulco une part de marché d'environ [5-10] % et Métifiot une part de marché d'environ [5-10] %<sup>16</sup>.

31. Sur le marché de la distribution de pneumatiques de remplacement pour engins agricoles, estimé en 2012 à 250 063 pneus<sup>17</sup>, le groupe Continental dispose, via Ripa et Alençon Pneus, d'une part de marché de [5-10] % et le groupe Saci d'une part de marché de [5-10] %, soit une part de marché cumulée de [10-20] %. Les parties font face à la présence de nombreux concurrents tels que notamment Euromaster (Michelin), Vulco (Goodyear Dunlop) ou First Stop Metifiot (Bridgestone)<sup>18</sup>.
32. Sur le marché de la distribution de pneumatiques de remplacement pour engins de travaux publics et de génie civil, estimé en 2012 à 9 500 pneus, le groupe Continental dispose, via Ripa et Alençon Pneus, d'une part de marché de [10-20] % et le groupe Saci d'une part de marché de [5-10] %, soit une part de marché cumulée de [10-20] %. Les parties font face à la présence de concurrents tels qu'Euromaster (Michelin), GCS (Génie Civil Services) ou First Stop Metifiot (Bridgestone)<sup>19</sup>.
33. Sur le marché de la distribution de pneumatiques de remplacement pour véhicules à deux roues motorisés, estimé en 2012 à 1 164 845 pneumatiques, le groupe Continental, via Ripa et Alençon Pneus, et le groupe Saci disposent chacun d'une part de marché inférieure à [0-5] %<sup>20</sup>.
34. En outre, l'opération notifiée ne concerne que 107 points de vente (56 points de vente pour le groupe Saci et 54 points de vente pour le groupe Continental) sur les 33 184 points de ventes de distribution de pneumatiques recensés en France (tous circuits de distribution confondus)<sup>21</sup>. Certains des concurrents des parties disposent en France de réseaux plus étendus que celui des parties tels le réseau Vulco (détenu par Goodyear Dunlop) qui comprend 287 points de vente, le réseau Euromaster (détenu par Michelin) qui comprend 547 points de vente, le réseau First stop Métifiot (détenu par Bridgestone) qui comprend 280 points de vente, le réseau Point S qui comprend 430 points de vente en France, le réseau Siligom qui comprend 249 points de vente<sup>22</sup>. L'Autorité de la concurrence<sup>23</sup> a également souligné la concurrence exercée, principalement pour les pneumatiques pour véhicules de tourisme et camionnettes, par le canal de distribution des centres auto tels que Norauto (257 centres en France), Feu vert (306 centres en France) ou Speedy (près de 477 centres en France) et par le canal des concessionnaires et garages automobiles (plus de 28 170)<sup>24</sup>.
35. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés de la distribution aux utilisateurs finals de pneumatiques de remplacement.

---

<sup>16</sup> Les estimations des parties ne concernent que trois réseaux revendeurs concurrents et n'incluent que les unités de pneus vendues par ces trois réseaux revendeurs de marque Michelin, Goodyear/Dunlop, Bridgestone et Continental.

<sup>17</sup> Source : ETRMA (European Tyre & Rubber Manufacturers' Association).

<sup>18</sup> Les parties ne sont pas en mesure de fournir d'estimations de parts de marché pour leurs concurrents.

<sup>19</sup> Les parties ne sont pas en mesure de fournir d'estimations de parts de marché pour leurs concurrents.

<sup>20</sup> Les parties ne sont pas en mesure de fournir d'estimations de parts de marché pour leurs concurrents.

<sup>21</sup> Source : GIPA, juillet 2013.

<sup>22</sup> Source : Etude Xerfi, L'entretien et la réparation automobile, avril 2013.

<sup>23</sup> Voir notamment l'avis 09-A-12, la décision 10-D-27 et la décision 11-DCC-75, précités.

<sup>24</sup> Source : Etude Xerfi, L'entretien et la réparation automobile, avril 2013.



## **2. MARCHÉ AVAL DU RECHAPAGE**

36. Sur le marché aval du rechapage, estimé en 2012 à 875 435 pneumatiques rechapés<sup>25</sup>, le groupe Continental dispose d'une part de marché de [0-5] % et le groupe Saci d'une part de marché de [0-5] %. La part de marché cumulée du groupe Continental et du groupe Saci est donc de [5-10] %. En outre, les parties feront face à la présence de nombreux concurrents tels que Euromaster (Michelin), Vulco (Goodyear Dunlop) ou First Stop Metifiot (Bridgestone).
37. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés de la distribution aux utilisateurs finals de pneumatiques rechapés.

## **3. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PIÈCES DE RECHANGE ET D'ACCESSOIRES AUTOMOBILES ET DE LA DISTRIBUTION DE SERVICES D'ENTRETIEN ET DE RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES**

38. Les parties proposent des services de montage, équilibrage, géométrie, réparation et recreusage des pneus, etc. Il s'agit pour elles d'une activité accessoire à l'activité de commercialisation de pneus. En 2012, cette activité représentait moins de [10-20] % du chiffre d'affaires réalisé par le groupe Saci en France et moins de [10-20] % du chiffre d'affaires réalisé par le groupe Continental en France.
39. L'opération notifiée ne conduit à aucun chevauchement d'activité entre les parties sur les marchés aval de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles et de la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles au niveau départemental. En effet, le groupe Continental, via Ripa et Alençon Pneus, opère dans les quarts sud-est et nord-ouest de la France dans les départements suivants : Ardèche, Calvados, Cher, Eure, Eure-et-Loir, Ille-et-Vilaine, Indre-et-Loire, Loir-et-Cher, Haute-Loire, Lozère, Maine-et-Loire, Manche, Oise, Orne, Sarthe, Seine-Maritime, Somme, Yonne ; alors que le groupe Saci opère dans le quart nord-est de la France dans les départements suivants : Aisne, Aube, Côte-d'Or, Doubs, Marne, Haute-Marne, Meurthe-et-Moselle, Meuse, Moselle, Nord, Pas-de-Calais, Bas-Rhin, Haut-Rhin, Haute-Saône, Vosges, Territoire de Belfort.
40. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles et de la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles.

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

41. Les effets verticaux d'une opération de concentration sont étudiés lorsque l'opération réunit des acteurs présents à différents niveaux de la chaîne de valeur. Au cas d'espèce le groupe Continental fournit des distributeurs, tels que le groupe Saci, en pneumatiques de remplacement.

---

<sup>25</sup> Source : estimations des parties sur la base d'informations fournies par le Syndicat National des Caoutchoucs et Polymères.

42. Une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant potentiellement les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Ce verrouillage peut viser les marchés aval, lorsque l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval. La stratégie de verrouillage peut également concerner les marchés amont lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux. Cependant la pratique décisionnelle des autorités de la concurrence écarte en principe ces risques de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.
43. Sur les marchés amont de la fabrication de pneumatiques de remplacement, le groupe Continental estime détenir en 2012, en prenant en considération tous les réseaux de distribution présents sur le territoire français, une part de marché de [10-20] % pour les véhicules de tourisme et camionnettes, de [10-20] % pour les camions et bus, de [0-5] % pour les véhicules à deux roues motorisés et de moins de [0-5] % pour les engins agricoles, les engins de travaux publics et de génie civil et les véhicules à deux roues non motorisés. Le groupe Saci n'est pas présent sur ces marchés amont.
44. Selon les meilleures estimations du groupe Continental, les parts de marché des concurrents du groupe Continental pour l'année 2012 sont les suivantes :

	Groupes				
	Michelin	Goodyear/Dunlop	Bridgestone	Continental	Pirelli
<b>Pneus de remplacement – Tourisme et camionnettes</b>	[30-40] %	[10-20] %	[5-10] %	[10-20] %	[5-10] %
<b>Pneus de remplacement – Poids lourds neufs</b>	[40-50] %	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %	[0-5] %
<b>Pneus de remplacement – Poids lourds réchapés</b>	[90-100] %	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
<b>Taux de notoriété</b>	[90-100] %	[90-100] %	[60-70] %	[80-90] %	

45. Sur les marchés aval de la distribution, les parts de marché indiquées ci-dessus sont largement inférieures à 30 %, quel que soit le marché concerné.
46. De plus, le groupe Saci et le groupe Continental ont une politique commerciale multimarques. Les points de vente exploités par chacun des deux groupes commercialisent des pneumatiques de différents fabricants afin de répondre à l'ensemble des besoins de leurs clients. La proportion que représente en France les ventes de pneus Continental par les points de vente exploités par le groupe Saci est la suivante : [40-50] % pour le segment tourisme et camionnettes, [30-40] % pour le segment camions et bus, [0-5] % pour le segment engins agricoles, [20-30] % pour le segment engins de travaux publics et de génie civil, [5-10] % pour le segment deux roues motorisés et [5-10] % pour le segment des deux roues non motorisés. De même, la proportion que représente en France les ventes de pneus Continental par les points de vente exploités par le groupe Continental est la suivante : [30-40] % pour le segment tourisme et camionnettes, [30-40] % pour le segment camions et bus, [5-10] % pour le segment engins agricoles, [0-5] % pour le segment engins de travaux publics et de génie

civil, [0-5] % pour le segment deux roues deux roues motorisés et moins de [0-5] % pour le segment des deux roues non motorisés. La partie notifiante souligne qu'elle n'envisage pas de modifier sa politique commerciale multimarques à l'issue de l'opération notifiée. Les manufacturiers concurrents du groupe Continental pourront donc continuer à approvisionner les points de vente du groupe Saci.

47. Le groupe Continental fait valoir que compte tenu des parts de marché qu'il détient sur les marchés amont de la fabrication de pneumatiques de remplacement et des parts de marché que détiendra le groupe Continental, à l'issue de l'opération notifiée, sur les marchés aval de la distribution de pneumatiques de remplacement, toute stratégie du groupe Continental visant commercialiser exclusivement à travers ses points de vente des pneumatiques Continental conduirait à un report très significatif de la clientèle vers d'autres distributeurs concurrents. L'impact d'une telle stratégie serait, en tout état de cause, relativement limité, compte tenu du nombre de points de vente détenus par le groupe Continental à l'issue de l'opération (107) comparé à l'ensemble des points de vente recensés en France (33 184) (tous circuits de distribution confondus et tous types de pneus confondus). Le groupe Continental considère qu'une telle stratégie pourrait également avoir pour effet de conduire les manufacturiers concurrents du groupe Continental à mettre en place une politique d'exclusivité de leurs propres pneumatiques dans leurs propres réseaux de distribution. Or, ces réseaux sont plus importants que celui du groupe Continental et l'adoption d'une telle stratégie aurait des conséquences particulièrement négatives sur les ventes de pneumatiques Continental en France.
48. Il ressort de ces éléments que le groupe Continental n'aurait ni la capacité, ni les incitations à verrouiller l'accès de ses concurrents manufacturiers à la clientèle et qu'une telle stratégie de verrouillage n'aurait pas d'effets significatifs sur les marchés aval de la distribution de pneumatiques en France. L'opération notifiée n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés par le biais d'effets verticaux.

## DECIDE

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 13-158 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre