

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 13-DCC-77 du 4 juillet 2013
relative à l'acquisition des sociétés Financière Riu, Riu-Aublet et
Compagnie et Jacqueline Riu Polska par la Société Immobilière
et Mobilière de Montagny**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 7 juin 2013, relatif à l'acquisition des sociétés Financière Riu, Riu-Aublet et Compagnie et Jacqueline Riu Polska par la Société Immobilière et Mobilière de Montagny, formalisée par une promesse d'achat pour l'acquisition du groupe Riu Aublet en date du 30 avril 2013 et par un protocole de cession d'actions de Riu-Aublet en date du 5 juin 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. La Société Immobilière et Mobilière de Montigny (ci-après « SIMM »), détenue par la famille Deveaux, est la société mère de la société Armand Thiery SAS (ci-après « Armand Thiery ») dont elle détient 99,99 % du capital. Armand Thiery et ses filiales conçoivent et distribuent des vêtements et accessoires pour hommes et femmes. Elles exploitent un réseau de 317 boutiques aux enseignes Armand Thiery et Toscane : 307 en France dont 306 succursales et une franchise (située à Gap), 1 dans la principauté de Monaco, 8 en Belgique et 1 au Luxembourg. L'enseigne Toscane est exclusivement destinée aux femmes qui s'habillent de la taille 44 à la taille 52.
2. La société à responsabilité limitée Financière Riu est la holding de la famille Riu, qui détient 94,54 % de son capital social et ses droits de vote, le solde étant détenu par la société Jacqueline Riu Polska. La famille Riu contrôle également, directement et via Financière Riu la société Riu Aublet. Cette dernière contrôle la société Jacqueline Riu Polska.

3. Riu Aublet est active dans le secteur de la commercialisation de vêtements de prêt-à-porter et d'accessoires de mode sous la marque Jacqueline Riu dont elle est propriétaire. Le groupe Jacqueline Riu distribue également des chaussures. Elle dispose d'un réseau de 246 boutiques dans quatre pays :
 - 201 en France dont 169 succursales, 28 affiliés et 4 corners ;
 - 30 succursales en Pologne, à travers la filiale Jacqueline Riu Polska ;
 - 1 affilié en Belgique ;
 - 14 franchisés en Arabie Saoudite.
4. Aux termes d'une promesse d'achat en date du 30 avril 2013 et du protocole de cession d'actions en date du 5 juin 2013, l'opération consiste en l'acquisition par la SIMM auprès de personnes physiques membres de la famille Riu, de 45,99 % du capital de la société Riu Aublet et Compagnie et de 67,21 % du capital de la société Financière Riu, elle-même détentrice de 34,92 % du capital de Riu Aublet. A l'issue de l'opération, la SIMM détiendra donc 80,91 % du capital de Riu Aublet et de 67,21 % du capital de Financière Riu. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif du groupe Jacqueline Riu par la SIMM, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées exploitent des magasins de commerce de détail et réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (SIMM : 431,7 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 ; groupe Jacqueline Riu : 118,3 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2012). Chacune réalise, en France, dans le secteur du commerce de détail, un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (SIMM : 419,2 millions pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 ; groupe Jacqueline Riu : 109,4 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2012). Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, l'opération 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

6. Les parties à l'opération sont simultanément actives dans le secteur de la vente de prêt-à-porter féminin. Elles vendent également des accessoires en accompagnement de leurs collections de prêt-à-porter.

A. DÉLIMITATION DES MARCHÉS DE PRODUITS

7. Dans le secteur de la vente de vêtements et d'accessoires, la pratique décisionnelle¹ distingue un marché amont de l'approvisionnement en vêtement et d'accessoires et un marché aval de la vente au détail. En l'espèce, les parties à l'opération sont simultanément présentes sur le marché de l'approvisionnement en vêtements et accessoires en tant qu'acheteuses et sur le marché aval de la vente au détail de vêtements et d'accessoires.
8. En ce qui concerne la vente au détail de vêtements et d'accessoires en magasin, la pratique décisionnelle opère une distinction (i) par genre² (homme, femme, enfant) (ii) par canal de distribution³ (boutique spécialisée, GSS, GSA) et (iii) par gamme⁴ (bas, moyen, haut de gamme). En l'espèce, les parties sont simultanément actives sur le marché de la vente en boutique spécialisée de vêtements féminins de moyenne gamme et d'accessoires de mode.
9. Par ailleurs, la pratique décisionnelle⁵ a envisagé une distinction entre les ventes en magasin et les ventes à distance, tous canaux de vente à distance confondus. En l'espèce toutefois, les ventes en ligne ont représenté, en 2012, [0-5] % du chiffre d'affaires d'Armand Thiery et [0-5] % du chiffre d'affaires de Riu Aublet.
10. La question de la délimitation exacte des marchés peut toutefois être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées.

B. DÉLIMITATION DES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

11. Selon la pratique décisionnelle antérieure, le marché de l'approvisionnement en vêtements et accessoires est de taille mondiale⁶.
12. S'agissant en revanche de la distribution au détail de vêtements et d'accessoires, la concurrence s'exerce entre les points de vente sur des zones de chalandise. Deux critères ont été utilisés pour délimiter ces zones⁷ :
 - d'une part, du point de vue des consommateurs, il existe autant de marchés que de villes où sont situés les détaillants susceptibles de vendre ces articles, chacun de ces marchés correspondant à la zone d'attraction commerciale où peuvent, très généralement, être acquis ces types de vêtements et accessoires ;

¹ Voir, par exemple, les décisions C2008-16 / Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 30 avril 2008, aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur des vêtements et des chaussures de sport, publiée au BOCCRF n° 5 bis du 19 juin 2008, C2007-28 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 20 avril 2007, aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur de l'habillement, publiée au BOCCRF n°6 bis du 28 juin 2007.

² Voir la décision C2005-129 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 31 janvier 2006 au conseil de la société Glam relative à une concentration dans le secteur du prêt-à-porter, publiée au BOCCRF du n° 6 du 21 juin 2006.

³ Voir la Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 24 juillet 2003 aux conseils de la société Vetir SA relative à une concentration dans le secteur de la distribution de vêtements publiée au BOCCRF n° 2004-01. Dans cette décision, l'offre des GSA a été estimée substituable à celle des GSS. Voir également les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-86 du 4 août 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Aster-Mod par la société Verywear, n° 10-DCC-159 du 12 novembre 2010 relative à la prise de contrôle de la société Comptoir Français de la Mode par la société Du Pareil au Même et n° 10-DCC-139 du 27 octobre 2010 relative à la prise de contrôle conjoint de Maje, Sandro, Claudie Pierlot et HF Biousse par L Capital et Florac.

⁴ Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 24 juillet 2003 précitée.

⁵ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-77 du 9 juillet 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Afibel SAS par la société Damartex SA.

⁶ Voir les décisions du ministre C2008-16, C2007-28 et C2007-43 précitées.

⁷ Voir les décisions C2007-28, n° 10-DCC-139 et n° 10-DCC-159 précitées.

- d'autre part, le marché géographique pertinent correspondrait, pour les GSA et les GSS à un rayon d'attractivité de 20 minutes de trajet en voiture. Cette zone de chalandise est également retenue en ce qui concerne les magasins implantés dans des centres commerciaux adossés à des GSS ou des GSA.
13. Par ailleurs, l'Autorité a relevé le poids croissant dans ce secteur de chaînes de distribution spécialisées, constituées de réseaux de points de vente sous une enseigne commune, exploités en propre, en franchise ou en groupement d'achats et présentes sur l'ensemble du territoire national, voire sur de nombreux pays⁸. Elle a ainsi envisagé d'analyser les opérations concernant ce type d'activités sur des marchés au moins nationaux.
 14. En l'espèce, cette question peut cependant être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la définition retenue.
 15. La reprise des magasins en l'enseigne Jacqueline Riu engendre des chevauchements d'activité dans 102 villes sur l'ensemble du territoire national.

III. Analyse concurrentielle

A. SUR LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES

16. La partie notifiante n'a pas été en mesure d'évaluer précisément les parts d'achat des parties sur les marchés mondiaux de l'approvisionnement en vêtements et accessoires. Elle estime toutefois que les parties représenteraient une part très inférieure à [0-5] % des achats sur le marché mondial de l'approvisionnement en vêtements.
17. La partie notifiante n'a pas non plus été en mesure d'estimer les parts d'achat des parties en accessoires mais indique que le montant des achats représentait moins de [0-5] % du chiffre d'affaires du groupe Jacqueline Riu et moins de [0-5] % du celui de SIMM.
18. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement en vêtements et accessoires.

B. SUR LES MARCHÉS AVAL DE LA VENTE AU DÉTAIL DE VÊTEMENTS FÉMININS DE MOYENNE GAMME ET D'ACCESSOIRES

19. Au niveau national, la nouvelle entité détiendra une part de marché sur l'ensemble du prêt-à-porter féminin évaluée à [0-5] %, l'opération entraînant une addition de parts de marché limitée (le groupe Jacqueline Riu représentant une part de marché de [0-5] %)). Les parties n'ont pas été en mesure d'évaluer les parts de marché sur le segment des vêtements de moyenne gamme. Toutefois, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence de très nombreuses enseignes de moyenne gamme telles que Caroll, Sinequanone, Kookai, Naf Naf, 1.2.3, Etam, Esprit, ou Camaïeu.

⁸ Voir les décisions n° 10-DCC-139 et n° 10-DCC-159 précitées.

20. Au niveau local, les activités des parties se chevauchent dans 102 villes situées sur l'ensemble du territoire national, en centre-ville et dans des centres commerciaux. A l'issue de l'opération, la partie notifiante estime que sa part de marché restera inférieure à 25 % dans chacune des zones de chevauchement et relève qu'elle y fera face à au moins cinq enseignes concurrentes directes telles que Camaïeu, Etam, Jennyfer, Pimkie, Promod, Caroll, Cache-Cache, 1.2.3 ou H&M. En outre, l'offre demeure particulièrement atomisée dans ce secteur.
21. S'agissant de la vente au détail d'accessoires, la partie notifiante n'a pas été en mesure de fournir d'estimation précise de parts de marché, tout en relevant qu'elle disposera même localement d'une part de marché inférieure à 25 %. La partie notifiante relève en outre que cette activité ne représente qu'une faible part du chiffre d'affaires respectif des parties (environ [5-10] % pour Armand Thierry et moins de [10-20] % pour Riu Aublet). Comme sur le marché de la vente au détail de vêtements féminins de moyenne gamme, la nouvelle entité continuera de faire face à la concurrence de très nombreuses enseignes, le secteur étant caractérisé par une offre atomisée.
22. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 13-069 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence