



**Décision n° 15-DCC-138 du 16 octobre 2015
relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Sunclear par le
groupe Aramis**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 15 septembre 2015, relatif à la prise de contrôle exclusif du groupe Sunclear par le groupe Aramis, formalisée par un accord d'acquisition d'actions signé le 15 juillet 2015 ;

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. 430-10 ;

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. Le groupe Aramis (ci-après, « Aramis ») est un groupe industriel qui développe, fabrique et commercialise des produits destinés au secteur du bâtiment dans les domaines des eaux fluviales (gouttières et éléments de toitures) et des panneaux sandwichs. Il est également actif dans la distribution BtoB de panneaux et plaques plastiques à travers quatre agences en France. Aramis, via sa filiale Arkaplast, exerce en outre une activité de négoce de produits d'aluminium. [confidentiel].
2. Le groupe Sunclear (ci-après, « Sunclear ») est spécialisé dans la distribution de matières plastiques et de produits en aluminium à destination des professionnels. Il distribue ses produits en France à travers 16 agences spécialisées à une clientèle essentiellement constituée de petites et moyennes entreprises, d'artisans et de distributeurs détaillants.
3. L'opération, formalisée par un accord d'acquisition d'actions signé le 15 juillet 2015, prévoit l'acquisition par Aramis de 100 % du capital des sociétés composant le groupe Sunclear (Sunclear France, Sunclear Spain et Sunclear Italy). Elle consiste donc en la prise de contrôle exclusif de Sunclear par Aramis. Par conséquent, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.

4. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Aramis : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; Sunclear : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014). Les entreprises concernées réalisent chacune, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Aramis : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; Sunclear : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I 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 relatives à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

5. Les parties à l'opération sont toute deux actives dans le secteur des matériaux de construction et en particulier du négoce spécialisé en plaque plastique, aluminium et composite. Elles distribuent également des panneaux sandwichs, dont Aramis est également un fabricant.

A. LE MARCHE DES PANNEAUX SANDWICHES

1. LE MARCHE DE PRODUITS

6. La pratique décisionnelle¹ a distingué le marché des panneaux sandwichs de celui d'autres panneaux ou profilés utilisés en matière de construction. Les panneaux sandwichs sont des produits constitués de deux parements, généralement en acier, au milieu desquels se trouve une âme isolante, généralement en polyuréthane. Les panneaux sandwichs sont utilisés pour le revêtement et la couverture de bâtiments à usage industriel, de stockage ou commercial, et peuvent présenter différents niveaux de résistance mécanique, de réaction et de résistance au feu, d'isolation thermique et acoustique, d'étanchéité à l'eau, à l'air et à la vapeur d'eau.
7. La pratique décisionnelle² a également envisagé de distinguer les panneaux sandwichs classiques des panneaux frigorifiques. En effet, les premiers sont majoritairement utilisés pour la couverture ou le bardage extérieur de bâtiments à usage industriel, de stockage ou commercial alors que les panneaux sandwichs frigorifiques sont principalement destinés à l'industrie agro-alimentaire et à l'industrie pharmaceutique. Ils possèdent des particularités propres (forte étanchéité et forte résistance au feu ainsi qu'aux produits chimiques) liées à leur usage pour la construction de chambres froides ou de laboratoires, et nécessitent l'emploi de technologies spécifiques pour le froid négatif. La pratique décisionnelle a également envisagé une segmentation supplémentaire relative aux panneaux sandwichs propres, utilisés pour

¹ Voir notamment les décisions de la Commission européenne n° IV/M.1329, Usinor / Cockerill du 4 février 1999, n° IV/M.1595, British Steel / Hoogovens du 15 juillet 1999, n° 2382 Usinor Arbed / Arcelaria du 19 juillet 2001 et COMP/M.7479 Kingspan / Steel Partners du 16 mars 2015 ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-124 du 18 août 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Financière Dagard par la société Windhurst Industries.

² Voir notamment les décisions de la Commission européenne n° IV/M.1329 et n° M.1595 précitées.

construire des « salles propres »³ dans les secteurs pharmaceutique, aéronautique et spatial, agroalimentaire, de la chimie ou des hôpitaux, et spécifiquement fabriqués pour éviter tout type de contamination⁴.

8. En l'espèce, la partie notifiante a versé au dossier une estimation de part de marché sur les segments de marché des panneaux sandwichs classiques et frigorifiques. Aramis fabrique et distribue des panneaux sandwichs dans ses quatre agences et Sunclear s'approvisionne seulement en panneaux sandwichs pour les distribuer au sein de son réseau d'agences. Les parties à l'opération distribuent leurs produits seulement à des professionnels.
9. En tout état de cause, la délimitation exacte du marché des panneaux sandwichs peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la segmentation retenue.

2. LE MARCHE GEOGRAPHIQUE

10. La pratique décisionnelle⁵ a considéré que le marché des panneaux sandwichs était de dimension européenne du fait qu'il existe d'importants échanges intra-européens, que l'offre de panneaux sandwichs vendus en Europe est fortement standardisée et qu'il n'existe pas de différence substantielle de prix d'un pays européen à l'autre. Dans une décision récente, la Commission a examiné les effets d'une opération aux niveaux européen, national ainsi que par groupe de pays⁶.
11. En l'espèce, les parties à l'opération réalisent l'essentiel de leur chiffre d'affaires en France et la partie notifiante a donné une estimation de part de marché aux niveaux national et européen. La question de la délimitation géographique exacte du marché des panneaux sandwichs sera toutefois laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la délimitation retenue.

B. LA DISTRIBUTION DE PANNEAUX ET PLAQUES PLASTIQUES, ALUMINIUM ET COMPOSITE

1. LE MARCHE DE PRODUITS

12. Aramis et Sunclear sont actifs sur le marché de la distribution de plaques et panneaux plastiques, aluminium et composite à destination d'une clientèle de professionnels. Sunclear dispose d'un réseau de 16 agences et Aramis de 4 agences. Ces produits sont achetés par des

³ La norme ISO 14644 relative aux « salles propres et environnements maîtrisés apparentés » définit une « salle propre » comme « une salle dans laquelle la concentration de particules en suspension dans l'air est maîtrisée et qui est construite et utilisée de façon à minimiser l'introduction, la production et la rétention de particules à l'intérieur de la pièce et, dans laquelle d'autres paramètres pertinents tels que la température, l'humidité et la pression sont maîtrisés comme il convient. »

⁴ Les panneaux sandwichs propres doivent répondre principalement à des exigences en matière d'absence de contamination alors que les panneaux sandwichs classiques sont d'abord utilisés pour leurs performances mécaniques ainsi qu'en matière d'isolation thermique et que les panneaux frigorifiques, qui doivent être conformes à de multiples normes spécifiques, doivent d'abord être performants en matière d'isolation thermique. Contrairement aux panneaux sandwichs classiques et frigorifiques pour lesquels l'âme isolante est en général constituée de polyuréthane, l'âme isolante des panneaux propres est généralement en laine de roche ou en nid d'abeille aluminium. Ils se distinguent des autres types de panneaux sandwichs par leurs caractéristiques propres et leur niveau de prix, bien plus élevé que celui des panneaux sandwichs classiques et frigorifiques.

⁵ Voir notamment les décisions de la Commission européenne n° M.1329 et M.2382 ainsi que la décision n° 11-DCC-124 précitées.

⁶ Voir la décision COMP/M.7479 Kingspan / Steel Partners précitée.

distributeurs détaillants et des entreprises utilisatrices dans le secteur de la construction (bardage de façades, vérandas, etc, ...) ou dans le secteur industriel (fabrication d'aires de jeux, de meubles en plastique, ...). Conformément à la pratique décisionnelle, la partie notifiante a distingué le marché aval du négoce et de la distribution et le marché amont de l'approvisionnement en produits nécessaires à l'activité de négoce et de distribution.

a) Le marché amont de l'approvisionnement

13. S'agissant du marché amont de l'approvisionnement en matériaux de construction, la pratique décisionnelle distingue autant de marchés qu'il existe de familles de produits et a ainsi identifié les catégories suivantes : gros-œuvres et maçonnerie, couverture et étanchéité, bois et panneaux, menuiseries intérieurs et extérieurs, cloisons et plafonds, isolation, outillage, sanitaire, carrelage, chauffage, peinture et traitement, jardin et environnement, et quincaillerie⁷.
14. En l'espèce, les parties à l'opération s'approvisionnent en plaques et panneaux plastiques, aluminium et composites ainsi qu'en accessoires liés. La partie notifiante propose, compte tenu de la diversité des produits concernés, de distinguer les panneaux sandwiches, les tôles et profilés en aluminium, les panneaux et plaques en plastiques et les accessoires ; ces familles de produits correspondant à des familles de fournisseurs différentes.

b) Le marché du négoce en matériau de construction

15. La distribution de matériaux de construction destinés à l'industrie du bâtiment peut être segmentée entre les négoce généralistes et les négoce spécialisés avec des sous-segments selon la spécialisation des négociants. La pratique décisionnelle a également envisagé des sous-segmentations selon la spécialisation des négociants⁸.
16. La partie notifiante indique qu'il existe en France des distributeurs spécialisés en plaques et panneaux plastiques, aluminium et composites tels que les parties à l'opération et certains de leurs concurrents (ThyssenKrupp Cadillac ou Vink), certains d'entre eux ayant plusieurs spécialités (Richardson, Descours & Cabaud). Enfin, elle précise que certains clients de ces distributeurs sont issus d'autres secteurs que celui du bâtiment, qui fabriquent alors des panneaux publicitaires, des panneaux de signalisation, des aires de jeux ou du mobilier.
17. En l'espèce, la partie notifiante a donné une estimation des parts de marché des parties à l'opération sur le marché du négoce spécialisé en panneaux et plaques plastiques, aluminium et composites.

2. LE MARCHE GEOGRAPHIQUE

a) Le marché amont de l'approvisionnement

18. S'agissant des marchés d'approvisionnement en matériaux de construction, la pratique décisionnelle retient une dimension au moins nationale. L'Autorité de la concurrence a ainsi

⁷ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-115 du 10 septembre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Efisol par le groupe Soprema, n° 11-DCC-10 du 25 janvier 2011 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Parisot par Windhurst Industries et de la prise de contrôle conjoint de Windhurst Industries par le FSI et n° 11-DCC-157 du 24 octobre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Guillemet par la société Chaussou Matériaux SA.

⁸ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-66 du 3 mai 2011 relative à la prise de contrôle conjoint de la société LNTP par les groupes Queguiner et VM Matériaux.

considéré que « *la plupart des fournisseurs sont actifs sur l'ensemble du territoire et ont une offre de produits et une politique commerciale uniforme* »⁹.

19. La partie notifiante indique que cette approche reste pertinente pour les familles de produits concernés de panneaux et plaques plastiques, aluminium et composites. Elle a donné une estimation des parts de marché des parties à l'opération au niveau national et au niveau européen.
20. La question de la délimitation exacte des marchés de panneaux et plaques plastiques, aluminium et composite sera laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la délimitation retenue.

b) Le marché du négoce en matériau de construction

21. S'agissant du secteur du négoce de matériaux de construction, la concurrence s'exerce principalement au niveau local, les professionnels du bâtiment effectuant généralement leurs achats à proximité de leur zone d'intervention. La pratique décisionnelle a ainsi considéré des zones de 50 km au plus autour des points de vente des négociants généralistes et de 50 à 75 km autour des points de vente des négociants spécialistes, assimilés généralement à l'échelon départemental. Elle a également considéré que la zone de chalandise pouvait varier en fonction de la taille du point de vente et d'autres caractéristiques propres à chaque zone, telles que la géographie, la densité de population ou les autres magasins situés à proximité¹⁰.
22. En l'espèce, les parties à l'opération sont simultanément présentes dans les trois départements des Bouches-du-Rhône (13), de Gironde (33) et de Seine et Marne (77). Elles sont également présentes dans les départements limitrophes du Nord (59) et du Nord-Pas-de-Calais (62) dans la région Nord-Pas-de-Calais. La partie notifiante a ainsi donné une estimation de parts de marché dans les départements et la région précités ainsi qu'au sein de zones délimitées par un rayon d'environ 100 km autour de chacun des points de vente des parties à l'opération afin de tenir compte de la répartition de leurs agences. Elle a enfin donné une estimation de part de marché au niveau national.
23. La question de la délimitation géographique exacte des marchés concernés du négoce en matériaux de construction sera toutefois laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées, quelle que soit la délimitation retenue.

III. Analyse concurrentielle

24. Les parties à l'opération sont toutes deux présentes sur le marché du négoce en matériau de construction. Les parties interviennent également sur les marchés de l'approvisionnement en panneaux sandwichs, panneaux et plaques plastiques, tôles et profilés aluminium, Aramis en tant que fabricant et distributeur et Sunclear seulement en tant qu'acheteur.

⁹ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-157 précitée ainsi que la décision C2004-13 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie en date du 11 février 2004 aux conseils de la société Lafarge Plâtres relative à une concentration dans le secteur des matériaux de construction, BOCCRF n° 2005-11.

¹⁰ Voir la décision n° 11-DCC-157 précitée.

A. LES EFFETS HORIZONTAUX

1. SUR LES MARCHES AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

25. La partie notifiante estime que la part des achats de la nouvelle entité s'élèverait à [5-10] % sur le segment des panneaux sandwichs, à moins de 10 % sur celui des panneaux et plaques plastiques, et à [0-5] % sur le segment des tôles et profilés aluminium. Au niveau européen, la partie notifiante a estimé la part de marché de la nouvelle entité à moins de 5 % sur le segment des panneaux sandwichs et des panneaux et plaques en plastiques et à moins de 1 % pour les tôles et profilés aluminium.
26. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement en panneaux sandwichs, panneaux et plaques plastiques, tôles et profilés aluminium.

2. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE PLAQUES ET PANNEAUX PLASTIQUES, ALUMINIUM ET COMPOSITE

27. Au niveau national ainsi que sur la totalité des zones dans lesquelles la nouvelle entité sera présente, elle disposera d'une part de marché estimée à [10-20] %. La partie notifiante indique faire face à la concurrence d'opérateurs nationaux tels que ThyssenKrupp Cadillac (10 %), Vink (7 %), Descours & Cabaud (8 %) et Richardson (6 %) ainsi que de nombreux opérateurs locaux.
28. Dans la région Nord-Pas-de-Calais, la nouvelle entité aurait une part de marché inférieure à 20 %. De plus, Sunclear est essentiellement présent dans le département du Nord (59) et Aramis dans celui du Pas-de-Calais (62), de sorte que, dans chacun de ces départements, la nouvelle entité aura une part de marché estimée à [10-20] %.
29. Enfin, au niveau départemental la nouvelle entité détiendra [20-30] % de parts de marché dans les Bouches-du-Rhône et la zone de Marseille et [10-20] % en Gironde comme en Seine-et-Marne. Dans chacune des zones où les parties à l'opération seront présentes, la nouvelle entité aura une part de marché cumulée inférieure à 25 %.
30. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés du négoce en matériaux de construction.

B. LES EFFETS VERTICAUX

31. 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. 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 %.

32. En l'espèce, Aramis fabrique et distribue des panneaux sandwiches à des professionnels du secteur et à des distributeurs détaillants, dont Sunclear, qui s'approvisionne en panneaux sandwiches en partie auprès d'Aramis.
33. Au niveau européen, Aramis représente [5-10] % du marché des panneaux sandwiches et sera confronté à la concurrence de groupes de dimension mondiale tels qu'Arcelor (12 %) et Thyssen (13 %). Sur le segment de marché de la fabrication de panneaux sandwiches classiques, Aramis disposerait d'une part de marché de [5-10] %. Sa part de marché serait de [0-5] % sur le segment de marché des panneaux sandwiches frigorifiques.
34. Au niveau national, Aramis aurait une part de marché estimée à [10-20] % sur le marché des panneaux sandwiches, et à [20-30] %¹¹ sur le segment de la fabrication de panneaux sandwiches classiques et [0-5] % sur celui des panneaux sandwiches frigorifiques. Il existe donc de nombreuses alternatives pour les approvisionnements des concurrents.
35. Par ailleurs, l'analyse des effets de l'opération sur les marchés du négoce en plaques et panneaux sandwiches, aluminium et composite, a montré que les parts de marché de la nouvelle entité resteront inférieures à 20 %, quelle que soit le segment de marché et la délimitation géographique retenue.
36. La partie notifiante indique en outre que Sunclear s'est approvisionné en panneaux sandwiches pour un montant de [...] d'euros en 2014, dont [...] d'euros auprès d'Aramis, laquelle a réalisé un chiffre d'affaire de [...] d'euros en Europe, dont [...] d'euros en France. Elle indique de plus que les capacités de production d'Aramis ne lui permettraient pas de satisfaire l'intégralité de la demande en panneaux sandwiches de Sunclear.
37. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 15-147 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence

¹¹ [confidentiel].