

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 15-DCC-95 du 15 juillet 2015
relative à la prise de contrôle exclusif de la Société Financière JPC par
la Société Financière CLC**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 12 juin 2015, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Financière JPC par la société Financière CLC, formalisée par un contrat de cession signé le 29 avril 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. 430-7 ;

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. **Financière CLC** est une société par actions simplifiée qui détient 100 % du capital de douze sociétés exploitant autant de concessions de véhicules de loisirs (ci-après « VDL ») en France, principalement dans le nord-est. Elle distribue des véhicules des constructeurs ou importateurs Bürstner, Trigano, Sociéta Europea Autocaravan, Fleurette, Euramobil, Autostar, Caravalair, Pilote Sterckman et Socanor. Elle est détenue à 100 % par la société à responsabilité limitée Financière Nicolas Clasadonte, elle-même contrôlée par M. Julien Clasadonte, qui contrôle en outre plusieurs sociétés civiles immobilières ainsi que la société Star Mobil Services (ci-après, « SMS ») active dans le secteur de l'assistance technique pour autocaravanes (ci-après, « camping-cars »).
2. **Financière JPC** est une société par actions simplifiée qui détient 100 % du capital des sociétés Ypo Camp Loisirs 71, Ypo Camp Jeanniot Bourgogne et Ypo Camp Jeanniot Loisirs, exploitant au total quatre concessions de VDL dans le nord-est de la France. Elle distribue des véhicules des constructeurs Trigano, Rapido et Societa Europea Autocaravan. Financière JPC est contrôlée par M. Patrick Jeanniot.
3. L'opération notifiée, formalisée par une lettre d'intention du 3 mars 2015 et un contrat d'acquisition des actions en date du 29 avril 2015, consiste en l'acquisition de 100 % du

capital de la société Financière JPC et de ses filiales par la société Financière CLC. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de la cible par Financière CLC, 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'affaire hors taxe total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (groupe contrôlé par M. Clasadonte : [...] d'euros pour l'exercice clos le 30 septembre 2014 ; Financière JPC : [...] d'euros pour l'exercice clos le 30 septembre 2014). Deux au moins de ces entreprises réalisent en France un chiffre d'affaire supérieur à 15 millions d'euros dans le secteur du commerce de détail (groupe contrôlé par M. Clasadonte : [...] d'euros pour l'exercice clos le 30 septembre 2014 ; Financière JPC : [...] d'euros pour l'exercice clos le 30 septembre 2014). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, elle ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au II de l'article L. 430-2 du code de commerce 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

A. LES MARCHES DE PRODUITS ET DE SERVICES

1. LE SECTEUR DE LA DISTRIBUTION DE VEHICULES DE LOISIRS

5. Dans le secteur de la distribution automobile, la pratique décisionnelle¹ distingue les marchés (i) de la distribution de véhicules automobiles particuliers neufs et destinés à une clientèle de particuliers ; (ii) de la distribution de véhicules automobiles particuliers neufs et destinés à une clientèle de professionnels ; (iii) de la distribution de véhicules automobiles commerciaux ; (iv) de la distribution de véhicules automobiles d'occasion ; (v) de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles ; (vi) de la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles ; (vii) de la distribution de services de location.
6. La pratique décisionnelle a considéré que cette segmentation était également applicable au secteur des véhicules de loisirs².
7. Au cas d'espèce, les parties sont actives sur les marchés (i) de la distribution de véhicules de loisirs neufs et (ii) d'occasion, (iii) de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires de véhicules de loisirs³ et (iv) de la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules de loisirs.

¹ Voir notamment la décision n° 09-DCC-01 de l'Autorité de la concurrence du 8 avril 2009, la décision n°10-DCC-23 du 1er mars 2010 et la décision n° 14-DCC-194 du 26 décembre 2014.

² Lettre du ministre du 3 septembre 2003 aux conseils de la société Sociéta Eueopea Autocaravan SpA, relative à une concentration dans le secteur de la distribution de véhicules de loisirs.

³ Marché défini par la Commission dans sa décision de la Commission du 20 juillet 2007, COMP M.4757 Nordic Capital/Thule qui avait cependant laissé ouverte la question d'une sous segmentation éventuelle en fonction des types d'accessoires. L'Autorité de la concurrence, dans ses avis n° 09-A-18 du 2 juin 2009 relatif aux deux accords dérogatoires aux délais de paiement dans le secteur des véhicules de loisirs n°13-A-03 du 29 janvier 2013 relatif à deux accords dérogatoires pour les délais de paiement dans le secteur des véhicules de loisir a délimité un marché de produits constitués par les accessoires pour véhicules de loisirs.

8. Tout en laissant la question ouverte, la pratique décisionnelle⁴ a envisagé de distinguer au sein de l'activité de distribution de véhicules de loisirs neufs ou d'occasion, des marchés distincts en fonction de la catégorie de véhicules de loisirs considérée (caravanes, camping-cars, résidences mobiles (ci-après « mobile-homes »)). Un marché distinct de la vente de mobile-homes a été envisagé, lui-même segmenté en fonction du canal de distribution, en distinguant les mobile-homes résidentiels (haut de gamme) des mobile-homes locatifs (milieu et bas de gamme)⁵.
9. En tout état de cause, la question de la définition exacte des marchés de la distribution de véhicules de loisirs peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

2. MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE SERVICES D'ASSISTANCE TECHNIQUE

10. La pratique décisionnelle⁶ a distingué un marché de l'assistance technique automobile, accessoire ou connexe des marchés d'assurance dommages, consistant à proposer des prestations d'assistance aux véhicules accidentés en panne ou volés (dépannage, prêt de véhicule de remplacement).
11. L'acquéreur est actif sur ce marché par le biais de sa filiale SMS qui offre des services d'assistance technique dépannage pour VDL. La plupart des acteurs du marché proposent des services d'assistance technique pour les véhicules de toutes catégories, y compris de loisirs, et sont donc en concurrence directe avec les assureurs spécialisés dans les VDL. Il n'y a donc pas lieu d'envisager une segmentation plus étroite en fonction de la catégorie de véhicule.

B. DELIMITATION GEOGRAPHIQUE DES MARCHES

12. En ce qui concerne les marchés de la distribution de véhicules de loisirs neufs et d'occasion la pratique décisionnelle a laissé ouverte la question de savoir s'ils revêtent une dimension nationale ou locale⁷. Elle a envisagé que le marché des mobile-homes pouvait revêtir une dimension au moins nationale tout en laissant la question ouverte⁸. La pratique décisionnelle en vigueur pour la distribution de véhicules automobiles neufs retient généralement une définition départementale tout en complétant l'analyse dans une zone de chalandise plus largement définie, délimitée au cas par cas en fonction des caractéristiques géographiques locales⁹.

⁴ Lettre du ministre du 3 septembre 2003 précitée.

⁵ Lettre C 2006-107 du ministre du 5 mars 2007 aux conseils du groupe Bénéteau SA, relative à une concentration dans le secteur des résidences de loisirs.

⁶ Lettre C 2004-144 du ministre du 14 octobre 2004 aux conseils de la société Europ Assistance Holding relative à une concentration dans le secteur de l'assurance ; lettre C 2005-51 du ministre du 23 novembre 2005 aux conseils des groupes MAAF et MMA relative à une concentration dans le secteur de l'assurance ; décision n° 10-DCC-52 du 2 juin 2010 relative à la création d'une Société de Groupe d'Assurance Mutuelle (« SGAM ») par la MACIF, la MAIF et la MATMUT ; Décision n° 11-DCC-163 du 9 novembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif par les sociétés SMABTP et l'Auxiliaire d'un portefeuille de contrats d'assurances de flottes de véhicules d'entreprises ; décision n°14-DCC-143 du 29 septembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif par la société BNP Paribas Cardif de la société Icare.

⁷ Lettre du ministre du 3 septembre 2003 précitée.

⁸ Lettre du ministre du 5 mars 2007 précitée.

⁹ Lettre du ministre du 17 octobre 2002 au président de la société SA Gueudet Frères, relative à une concentration dans le secteur de l'exploitation de concessions automobiles ; décision 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.

13. La partie notifiante relève toutefois que le comportement des acheteurs de VDL diffère de celui des acheteurs de véhicules automobile, la spécificité des VDL justifiant des déplacements plus importants de la part des clients. Elle propose donc de délimiter les marchés géographiques au cas d'espèce comme ceux correspondant aux zones de chalandise des concessions concernées par l'opération, dont l'étendue est plus large que le département. Ainsi, la partie notifiante a communiqué des données montrant que la localisation de 80 % de la clientèle de ses concessions émane des départements d'implantation des concessions et des départements limitrophes. La partie notifiante a donc délimité des zones de chalandise correspondant au département d'implantation de chaque concession et des départements limitrophes. La pertinence de cette segmentation géographique a été confirmée par la plupart des concurrents interrogés au cours de l'instruction. En l'espèce, l'analyse concurrentielle sera donc conduite au niveau local par zones de chalandise.
14. Il n'y a toutefois pas lieu de conclure sur la délimitation précise de ces marchés en l'espèce dès lors que cette question est sans incidence sur l'analyse concurrentielle.
15. En ce qui concerne la distribution (i) de pièces de rechange et d'accessoires de véhicules de loisirs, et (ii) de services d'entretien et de réparation de véhicules de loisirs, la pratique décisionnelle¹⁰ a laissé ouverte la question de savoir s'ils revêtent une dimension nationale ou locale. La partie notifiante propose de transposer la pratique décisionnelle applicable aux marchés analogues s'agissant des véhicules automobiles¹¹ - qui retient une dimension départementale - sans toutefois exclure la pertinence d'une délimitation par zone de chalandise comprenant le département de la concession et les départements limitrophes.
16. Il n'y a pas lieu de conclure sur la délimitation précise de ces marchés en l'espèce dès lors que cette question est sans incidence sur l'analyse concurrentielle.
17. En ce qui concerne le marché de la distribution de services d'assistance technique la pratique décisionnelle¹² considère que les marchés de produits d'assurance sont de dimension nationale compte tenu des préférences des consommateurs, de l'existence de législations et de contraintes fiscales nationales, de la structure actuelle de ces marchés ou encore des systèmes de régulation. Il n'y a pas lieu de revenir sur cette définition dans le cadre de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

18. L'opération entraîne un chevauchement d'activité des parties sur les différents marchés du secteur de la distribution de VDL.

¹⁰ Lettre du ministre du 3 septembre 2003 précitée.

¹¹ Décision n°09-DCC-01 de l'Autorité de la concurrence du 8 avril 2009, décision n°10-DCC-23 du 1^{er} mars 2010 et la décision n°14-DCC-194 du 24 décembre 2014.

¹² Décision n° 11-DCC-163 du 9 novembre 2011 précitée.

a) Le marché de la distribution de véhicules de loisirs

19. Les parts de marché ont été évaluées par la partie notifiante en rapportant les ventes de véhicules réalisées par les parties au total des immatriculations de véhicules enregistrés, conformément à la pratique décisionnelle dans la distribution de véhicules automobiles neufs¹³. Toutefois, la partie notifiante ne dispose pas de données précises sur le segment des mobile-homes¹⁴ de sorte que les parts sur les marchés globaux de la distribution de VDL neufs et d'occasions sont surestimées.
20. Au niveau national, la part de la nouvelle entité sur le marché de la distribution de VDL neufs hors mobile-homes est de [5-10] %. Elle est de [0-5] % sur le segment des caravanes et de [5-10] % sur celui des camping-cars. Sur le marché de la distribution de VDL d'occasion hors mobilhomes la part de marché est de [0-5] %. Elle est de [0-5] % sur le segment des caravanes et de [0-5] % sur celui des camping-cars. Enfin, les parties ne sont pas actives sur le segment des mobile-homes.
21. En outre, l'incrément de parts de marchés imputable à l'opération reste inférieur à [0-5] % sur ces différents segments et les parties feront face à la concurrence de plusieurs groupes ou groupements tels que SLC, TPL-SODEV, Ypo Camp, Masters France, Idylcar, Socanor ainsi que des distributeurs indépendants.
22. Au niveau départemental, aucune concession de l'acquéreur n'est présente dans un département dans lequel une concession de la cible est implantée. L'opération entraîne en revanche des chevauchements d'activité sur le marché de la distribution des VDL et plus particulièrement sur les segments des caravanes neuves et d'occasion et des camping-cars neufs et d'occasion dans plusieurs zones de chalandises situées autour des concessions de l'acquéreur et de la cible et incluant le département d'implantation et les départements limitrophes.
23. *En ce qui concerne le segment des caravanes neuves*, l'opération entraîne un chevauchement d'activité dans les zones de chalandise autour de la concession CLC « Vosges »¹⁵ et JPC « Vesoul »¹⁶. Toutefois, la part de marché de la nouvelle entité sera comprise entre [0-5] % et [10-20] % et celle-ci fera face dans ces zones à de nombreux distributeurs concurrents.
24. *En ce qui concerne le segment des caravanes d'occasion*, l'opération entraîne un chevauchement d'activité dans les zones de chalandise autour des concessions JPC « Vesoul » et « Bourgogne »¹⁷. La partie notifiante n'est pas en mesure d'estimer les parts de marché de la nouvelle entité sur les marchés de la vente de caravanes d'occasion. Toutefois, les parties continueront de subir la pression concurrentielle de onze distributeurs concurrents dans la zone correspondant au point de vente de Vesoul et sept concurrents dans la zone correspondant au point de vente de Bourgogne.
25. *En ce qui concerne le segment des camping-cars neufs*, les parts de marché des parties sont reproduites dans le tableau ci-après :

¹³ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-23 du 1^{er} mars 2010.

¹⁴ Les ventes de mobilhomes en France en 2014 (neufs et d'occasion) ont été de 12 428 unités, selon les données du comité national de l'Hôtellerie de plein air produites par la partie notifiante.

¹⁵ Départements des Vosges, de la Meuse, de la Meurthe et Moselle, du Bas Rhin, du Haut Rhin, du Territoire de Belfort, de la Haute Saône, et de la Haute Marne.

¹⁶ Département de la Haute Saône, de la Haute Marne, les Vosges, le Territoire de Belfort, le Doubs, le Jura et la Côte d'or.

¹⁷ Départements de la Côte d'Or, de l'Aube, de la Haute Marne, de la Haute Saône, du Jura, de la Saône et Loire, de la Nièvre et de l'Yonne.

Zone	CLC	Cibles	Position cumulée des parties
Concession CLC « Troyes » ¹⁸	[10-20] %	[5-10] %	[20-30] %
Concession CLC « Saint-Dizier » ¹⁹	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
Concession CLC « Vosges »	[30-40] %	[5-10] %	[40-50] %
Concession JPC « Vesoul »	[5-10] %	[20-30] %	[30-40] %
Concession JPC « Bourgogne »	[5-10] %	[20-30] %	[30-40] %
Concession JPC « Belfort » ²⁰	[5-10] %	[20-30] %	[20-30] %

26. S'agissant des zones autour des concessions CLC « Troyes » et JPC « Vesoul », « Bourgogne » et « Belfort », les parts de marché de la nouvelle entité seront inférieures à **[40-50] %**, l'opération entraînant un incrément de part de marché compris entre [5-10] % et [5-10] %. Les parties feront face à de nombreux concurrents (sept à dix selon les zones) susceptibles d'exercer une pression concurrentielle significative dans les marchés géographiques affectés.
27. S'agissant de la zone autour de la concession CLC « Vosges », la nouvelle entité représentera [40-50] % du marché, l'opération entraînant un incrément de [5-10] % de parts de marché. Toutefois, les parties continueront de faire face à seize distributeurs concurrents et resteront ainsi soumises à une pression concurrentielle significative.
28. S'agissant de la zone autour de la concession CLC « Saint Dizier », la part de marché de la nouvelle entité sera de [40-50] %, l'opération entraînant un incrément de [10-20] %. Toutefois, les parties feront face à cinq distributeurs concurrents ainsi qu'à dix autres distributeurs situés proches de la concession de CLC quoique dans des départements non limitrophes. Par ailleurs, il résulte de l'instruction que la plupart des concurrents interrogés ne font valoir aucun risque concurrentiel dans cette zone. Les parties resteront donc soumises à une pression concurrentielle suffisante.
29. *En ce qui concerne le segment des camping-cars d'occasion* les parts de marché des parties sont reproduites dans le tableau ci-après :

¹⁸ Département de l'Aube, de la Marne, de la Haute Marne, de la Côte d'Or, de l'Yonne, de la Seine et Marne, de la Marne.

¹⁹ Départements de la Haute Marne, de la Meuse, des Vosges, de la Haute Saône, de la Côte d'Or, de l'Aube, de la Marne.

²⁰ Départements du Territoire de Belfort, du Doubs, de la Haute Saône, des Vosges (considéré comme limitrophe eu égard à la configuration géographique du territoire de Belfort) et du Haut Rhin.

Zone	CLC	Cibles	Position cumulée des parties	
Concession « Troyes »	CLC	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
Concession « Saint-Dizier »	CLC	[10-20] %	[5-10] %	[10-20] %
Concession « Vosges »	CLC	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
Concession « Vesoul »	JPC	[5-10] %	[5-10] %	[10-20] %
Concession « Bourgogne »	JPC	[0-5] %	[5-10] %	[10-20] %
Concession « Belfort »	JPC	[5-10] %	[5-10] %	[10-20] %

30. Dans les six zones concernées, les parts de marché de la nouvelle entité seront inférieures à [20-30] %, l'opération entraînant un incrément de part de marché compris entre [0-5] et [5-10] %. En outre les parties feront face à de nombreuses concessions concurrentes, susceptibles d'exercer une pression concurrentielle suffisante à l'issue de l'opération.
31. Il ressort de l'ensemble de ces éléments que l'opération notifiée n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la distribution de VDL.

b) Sur les marchés des pièces de rechange et des services d'entretien et de réparation de véhicules de loisirs

32. Les parties exercent une activité de vente de pièces de rechange pour la partie « cellule » des VDL, d'une part, et une activité de réparation de la partie « cellule » et de la carrosserie des VDL d'autre part.
33. La partie notifiante n'a pas été en mesure de fournir des estimations de parts de marché. Elle relève toutefois qu'en ce qui concerne les services de réparation, la nouvelle entité fera face sur les différents marchés géographiques concernés à de nombreux autres concessionnaires agréés par les constructeurs ainsi qu'à des carrossiers généralistes ou à des entreprises spécialisées, susceptibles d'exercer une pression concurrentielle sur le nouvel ensemble.
34. De la même manière, en ce qui concerne la vente de pièces de rechange et d'accessoires pour VDL, la nouvelle entité fera face dans les différentes zones concernées à la concurrence de nombreux autres concessionnaires de VDL, dont l'instruction a permis de confirmer que la plupart d'entre eux exerce également une activité de vente de pièces de rechange et d'accessoires. Les parties continueront également de faire face à la concurrence d'entreprises non spécialisées dans les VDL telles que Décathlon.
35. Il ressort de l'ensemble de ces éléments que l'opération notifiée n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés des pièces de rechange et des services d'entretien et de réparation de VDL.

B. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMERAUX

36. Une concentration a des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur plusieurs marchés dont la connexité peut lui permettre d'accroître son pouvoir de marché. Si les concentrations conglomérales peuvent généralement susciter des synergies pro-concurrentielles, certaines peuvent néanmoins produire des effets restrictifs de concurrence lorsqu'elles permettent de lier, techniquement ou commercialement, les ventes ou les achats des éléments constitutifs du regroupement de façon à verrouiller le marché et à en évincer les concurrents. La pratique décisionnelle des autorités de la concurrence considère en principe qu'un risque d'effet congloméral peut être écarté dès lors que la part de l'entité issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas [20-30] %.
37. En l'espèce, les marchés de la distribution de camping-cars présentent dès liens de connexité avec celui de l'assistance technique dépannage sur lequel l'acquéreur intervient.
38. Au cas d'espèce, toutefois, à supposer que la nouvelle entité décide de lier la vente de camping-cars à la souscription d'un contrat d'assistance technique, une telle stratégie n'aurait aucun effet significatif sur le marché français de l'assistance technique automobile sur lequel la partie notifiante évalue sa part à [0-5] %.
39. L'opération notifiée n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 15-079 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre