

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 16-DCC-121 du 28 juillet 2016  
relative à la prise de contrôle exclusif d'Atlas for Men par la société  
Activa Capital**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 27 juin 2016, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Atlasformen par la société Activa Capital, formalisée par une offre ferme et un projet du protocole de cession en date du 15 juin 2016 ;

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. Activa Capital SAS (ci-après, « Activa Capital ») est une société de gestion de portefeuilles agréée par l'Autorité des marchés financiers. Activa Capital détient des participations, via les fonds communs de placement à risque Activa Capital Fund et Activa Capital Fund II, dans plusieurs entreprises, dont la société Bruno Saint Hilaire, active dans le secteur du prêt-à-porter masculin et féminin, et Sport 2000<sup>1</sup>, active dans la vente des articles de sport. Le capital social d'Activa Capital est détenu par des investisseurs privés dont aucun n'exerce de contrôle sur la société, au sens du droit des concentrations.
2. Atlasformen SAS, société de droit français, et sa filiale russe Atlasformen OOO (ci-après, ensemble, « Atlas for Men »), sont spécialisées dans la conception et la vente par correspondance (internet, téléphone) de vêtements, de chaussures et d'accessoires d'extérieur principalement destinés à une clientèle masculine sur catalogue.

---

<sup>1</sup> Sport 2000 France SAS (ci-après, « Sport 2000 ») est la société tête d'un réseau de franchise composé de magasins indépendants exploités sous l'une des enseignes Sport 2000, à savoir « Sport 2000 », « Mondovélo », « S2 » et « Espace Montagne ».

3. L'opération, formalisée par une offre ferme et un projet du protocole de cession en date du 15 juin 2016, consiste en l'acquisition par Activa Capital de l'intégralité du capital d'Atlas for Men.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif d'Atlas for Men par Activa Capital, l'opération notifiée 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 hors taxes total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Activa Capital : [...] millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; Atlas for Men : [...] millions d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé en France un chiffre d'affaires hors taxes supérieur à 50 millions d'euros (Activa Capital : [...] millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; Atlas for Men : [...] millions d'euros pour le même exercice). 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. 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 dans le secteur de la distribution au détail de vêtements pour hommes et pour femmes<sup>2</sup>.

### **A. LES MARCHES DE PRODUITS**

7. S'agissant de la vente au détail de vêtements, la pratique décisionnelle<sup>3</sup> a retenu des segmentations de marché en fonction (i) du genre<sup>4</sup> (homme, femme, enfant), (ii) du niveau de gamme des produits<sup>5</sup> (bas, moyen, haut de gamme) et (iii) du canal de distribution<sup>6</sup> (boutique spécialisée, grandes surfaces spécialisées (« GSS »), grandes surfaces alimentaires (« GSA »)).
8. Par ailleurs, la pratique décisionnelle a envisagé une distinction entre les ventes de vêtements en magasin et les ventes de vêtement à distance<sup>7</sup>.

---

<sup>2</sup> S'agissant des marchés amont de l'approvisionnement en vêtements pour hommes et pour femmes, définis au niveau mondial par la pratique décisionnelle, les parties représentent une part négligeable des achats.

<sup>3</sup> Voir notamment les décisions de l'Autorité 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 et n°13-DCC-75 du 10 juillet 2013 relative à la prise de contrôle de la société Réservoir Team SAS par la société Towerbrook Capital Partners LP.

<sup>4</sup> Voir notamment la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2005-129 du 31 janvier 2006 aux conseils de la société Glam relative à une concentration dans le secteur du prêt-à-porter.

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> Voir la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 24 juillet 2003 précitée et les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-139 et 13-DCC-75 précitées.

<sup>7</sup> Voir les décisions de l'Autorité 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 et n°13-DCC-75 précitée.

9. La question de la définition exacte des marchés peut toutefois être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées.

## **B. LES MARCHES GEOGRAPHIQUES**

10. S'agissant de la distribution à distance de vêtements, la pratique décisionnelle a retenu une délimitation nationale, eu égard aux différences linguistiques, à l'hétérogénéité des habitudes des consommateurs, ainsi qu'aux coûts et délais de livraison<sup>8</sup>.
11. Au cas d'espèce, Atlas for Men vend des vêtements uniquement à distance, son chevauchement d'activité avec Activa Capital<sup>9</sup> ne concerne donc que les marchés de la distribution à distance de vêtements pour hommes et pour femmes. L'analyse concurrentielle sera donc menée sur des marchés de dimension nationale.

## **III. Analyse concurrentielle**

12. Au préalable, il convient d'analyser l'autonomie commerciale des franchisés Sport 2000 vis-à-vis de leur société tête de réseau, contrôlée par Activa Capital, afin de déterminer si cette dernière peut être considérée comme active sur ce marché par leur intermédiaire. En effet, la pratique décisionnelle a retenu que le pouvoir de marché d'un groupe de distribution devait s'apprécier en tenant compte des magasins détenus en propre et de ceux exploités en franchise, quel que soit leur statut juridique, dès lors que leur politique commerciale n'était pas suffisamment autonome par rapport au franchiseur<sup>10</sup>.
13. En l'espèce, chaque magasin faisant partie du réseau Sport 2000 conclut un contrat de partenariat avec Sport 2000. Préalablement à la signature de ce contrat, les adhérents doivent devenir membre d'une coopérative qui a pour objectifs principaux de (i) négocier des conditions d'achats préférentielles auprès des fournisseurs, et de (ii) « renforcer les concepts d'enseigne ». Un règlement intérieur s'applique à tous les adhérents membres de la coopérative, qui prévoit que les adhérents sont des entrepreneurs indépendants.
14. Cependant, plusieurs éléments du contrat type et du règlement intérieur viennent limiter l'autonomie de la politique commerciale des adhérents au regard de la tête de réseau, à savoir, notamment, les obligations suivantes : [confidentiel].
15. Compte tenu des éléments ci-dessus, il convient de conclure que les adhérents ne disposent pas d'une autonomie commerciale suffisante à l'égard de Sport 2000 et de la coopérative. Les adhérents seront donc pris en compte dans l'analyse du pouvoir de marché de Sport 2000.

---

<sup>8</sup> Voir notamment la décision n° 10-DCC-77 précitée.

<sup>9</sup> Notamment avec Bruno Saint Hilaire, société détenue par Activa Capital, qui réalise une partie marginale de son chiffre d'affaires par la vente à distance de vêtements pour hommes et pour femmes.

<sup>10</sup> Voir les paragraphes 633, 634 et 635 des Lignes Directrices de l'Autorité relatives au contrôle des concentrations en date du 10 juillet 2013 et la décision 10-DCC-01 du 12 janvier 2010 relative à la prise de contrôle exclusif par Mr Bricolage de la société Passerelle, confirmée par l'arrêt du 23 décembre 2010 du Conseil d'Etat, n° 337533.

16. Sur le marché national de la distribution des vêtements, l'estimation des parts de marché de Bruno Saint Hilaire, Sport 2000 et Atlas for Men est la suivante<sup>11</sup> :

Marché national de vente de vêtements			Sport 2000	Bruno Saint Hilaire	Atlas for Men	Ensemble
Critères de segmentation	Modalité de vente	Vente distance <sup>12</sup> à	-	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		Total <sup>13</sup>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	Genre <sup>14</sup>	Homme	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		Femme	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		Total	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %

17. Compte tenu des parts de marché très limitées de la nouvelle entité, 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 au détail de vêtements en France.

<sup>11</sup> Les activités des parties se chevauchent sur les marchés de la vente à distance de vêtements et sur les marchés de la distribution de vêtements pour hommes, d'une part, et pour femmes, d'autre part.

<sup>12</sup> Source : Chiffres clés 2016 de la Fédération e-commerce et vente à distance.

<sup>13</sup> Source : Observatoire prospectif du commerce – Données 2013 – Commerce succursaliste de l'habillement.

<sup>14</sup> Source : INSEE – Le commerce spécialisé d'habillement et chaussure n°1459 – juillet 2013.

**DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 16-120 est autorisée.

La vice-présidente,

Claire Favre

---

© Autorité de la concurrence