



**Décision n° 16-DCC-42 du 10 mars 2016  
relative à la prise de contrôle exclusif des actifs de la société Logitec  
par la société AMG Développement**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 9 novembre 2015 et déclaré complet le 8 février 2016, relatif à la prise de contrôle exclusif des actifs de la société Logitec par la société AMG Développement, formalisée par une offre de reprise en date du 22 octobre 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. **AMG Développement SA** est la société faîtière du groupe GPdis France (ci-après, « GPdis »). Elle est soumise au contrôle fluctuant des actionnaires familiaux qui détiennent 90 % du capital sans que ces derniers n'aient conclu un pacte de gouvernance. Les fonds d'investissements CM-CIC Asset Management et Arkea Capital Investissement détiennent le reste du capital sans droit de vote particulier susceptible de leur conférer, seul ou conjointement, une influence déterminante sur la société. Un pacte d'associés conclu entre tous les associés régit les principes de préemption en cas de volonté exprimée par un associé de céder sa participation.
2. GPdis exerce l'activité de grossiste en tant que centrale d'achats et de référencement, via sa filiale Selectis SAS, en produits électrodomestiques pour le compte des réseaux de revendeurs professionnels spécialisés Pulsat (370 magasins), Competence (86 magasins), DEFis (80 magasins), Antennes @ndom (178 magasins) et Avelis connect (61 magasins). GPdis exploite, en propre, 40 magasins principalement sous les enseignes Pix'Hall Collectivités<sup>1</sup> et

---

<sup>1</sup> Le réseau Pix'Hall est spécialisé dans la vente aux comités d'entreprise et collectivités en électroménager, petit ménager, hi-fi et son.

EDM Demarq, ainsi que 4 magasins Pulsat. GPdis assure la logistique (réception, expédition, livraison) pour le compte des détaillants.

3. **Logitec SAS**, jusqu'à sa mise en redressement judiciaire par jugement du tribunal de commerce d'Arras du 2 octobre 2015, était contrôlée par la société Euronics France<sup>2</sup>. La société Logitec est la centrale d'achats et de référencement de la société coopérative Euronics France qui anime un réseau d'environ 150 magasins sous enseignes Gitem-Euronics<sup>3</sup>. Logitec est chargée de négocier auprès des fournisseurs le référencement, les conditions générales d'achat, les accords cadres et les conditions de garantie pour le compte des magasins de la coopérative Euronics France.
4. Dans le cadre de la procédure collective AMG Développement a adressé, le 22 octobre 2015, une offre de reprise à l'administrateur judiciaire. Par un jugement en date du 4 décembre 2015, le tribunal de commerce d'Arras a arrêté le plan de cession des actifs de la société Logitec au profit de la société AMG Développement. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif des actifs de la société Logitec par la société AMG Développement, l'opération 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 (AMG Développement : 384,8 millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2014 ; actifs de la société Logitec : 120,7 millions d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (AMG Développement : 363,3 millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2014 ; actifs de la société Logitec : 109,8 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 présentes dans le secteur de la distribution de produits électrodomestiques en tant que centrales d'achats et de référencement de produits dits « blancs »<sup>4</sup>, « bruns »<sup>5</sup> et « gris »<sup>6</sup>. Elles sont ainsi simultanément actives en tant qu'acheteurs sur les marchés amont de l'approvisionnement de ces produits (1) et en tant que vendeurs sur le marché de la distribution en gros aux réseaux de commerces de détail adhérents de leur centrale d'achats, tels que les enseignes Gitem, Euronics et Pulsat (2).
7. Au stade du commerce de détail, l'Autorité et le Conseil d'Etat ont rappelé que le pouvoir de marché d'un distributeur doit s'apprécier en tenant compte des magasins détenus en propre et de ceux exploités en réseau, quel que soit leur statut juridique, dès lors que leur politique

---

<sup>2</sup> La société HTM Group SA (Boulangier, Electro-Dépôt, Clixity) détenait une participation non-contrôlante de 35% dans le capital de la société Logitec.

<sup>3</sup> Le capital de la société Euronics France est donc détenu par les magasins détaillants membres du réseau.

<sup>4</sup> Les tables de cuisson, les cuisinières, les fours, les ensembles encastrables, les hottes, les lave-linges, les sèche-linges, les lave-vaisselles, les réfrigérateurs, les congélateurs, le petit électroménager de préparation culinaire, les cafetières, les robots, les fers et les aspirateurs.

<sup>5</sup> Les téléviseurs, magnétoscopes, caméscopes, les équipements hi-fi et audio, les appareils numériques et les lecteurs DVD.

<sup>6</sup> Les micro-ordinateurs personnels, les écrans, les périphériques (comme les imprimantes ou les scanners), les claviers, les accessoires ou pièces détachées modulaires (comme les cartes mémoires ou les disques durs additionnels, par exemple), les logiciels et la téléphonie.

commerciale n'est pas suffisamment autonome par rapport à la tête de réseau. L'Autorité a notamment considéré que les critères suivants permettaient d'inférer l'absence d'autonomie des membres d'un réseau : (i) la possibilité de la tête de réseau de fixer des prix maximum à ses adhérents affectant la liberté de l'adhérent de fixer ses prix de manière indépendante, (ii) les obligations d'approvisionnement des adhérents auprès du groupement pour une part importante de leurs achats, (iii) l'obligation de respecter des clauses de préemption, de substitution et de préférence au profit du groupement en cas de cession de leur magasin en dehors du périmètre familial, (iv) l'obligation de participer à un certain nombre d'opérations promotionnelles par an, durant lesquelles les adhérents doivent mettre en vente les produits au prix indiqué sur les documents publicitaires, (v) l'obligation de référencer plus de 50 % des lignes de produits de la tête de réseau, (vi) la durée plus ou moins longue des contrats.<sup>7</sup>

8. Au cas d'espèce, l'analyse des contrats d'enseigne des parties révèle que ceux-ci ne privent pas les détaillants de leur autonomie commerciale, ces derniers demeurant entièrement libres de déterminer leurs prix de vente. Les contrats d'enseigne des parties ne comportent en outre aucune disposition de nature à faire obstacle à la sortie des détaillants des réseaux auxquels ils adhèrent. Enfin, les obligations de référencement que comportent les contrats d'enseigne sont limitées et concernent moins de la moitié des produits commercialisés. Les détaillants liés par un contrat d'enseigne avec les parties jouissent d'une autonomie commerciale suffisante et ne contribuent donc pas aux positions des parties à l'aval. L'opération n'emporte dès lors aucun chevauchement d'activité sur les marchés aval du commerce de détail de produits électrodomestiques.

## 1. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS ÉLECTRODOMESTIQUES

9. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, la pratique décisionnelle considère que « *les producteurs fabriquent des groupes de produits particuliers et ne sont pas en mesure de se reconvertir facilement dans la fabrication d'autres produits* »<sup>8</sup>. De plus, la pratique décisionnelle considère qu'au niveau de l'approvisionnement en produits électrodomestiques, il existe autant de marchés que de familles de produits sur lesquels porte la négociation, chaque distributeur mettant en concurrence les différents fournisseurs sur chacun des marchés<sup>9</sup>. Aussi, une segmentation par groupe de produits a été considérée comme la plus pertinente.
10. En se basant sur l'organisation des divisions « achat » des distributeurs, la pratique décisionnelle<sup>10</sup> segmente le marché selon les groupes de produits suivants : (i) gros électroménager ; (ii) petit électroménager ; (iii) appareils photo / cinéma ; (iv) appareils hi-fi / son ; (v) appareils TV / vidéo ; (vi) ordinateurs / périphériques ; et (vii) téléphonie.
11. Au plan géographique, les autorités de concurrence, sans clore définitivement la définition du marché pertinent, ont visé des marchés nationaux, voire européens<sup>11</sup>.

<sup>7</sup> Voir, par exemple, la décision de l'Autorité n° 15-DCC-15 du 23 février 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Nobia Holding France SAS par la société Fournier SA, point 44.

<sup>8</sup> Voir notamment l'avis du Conseil de la concurrence 07-A-06 du 16 juillet 2007 relatif à l'acquisition par la société Cafom du pôle distribution de la société Fincar dans le secteur de la vente d'équipement de la maison ; la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi du 31 août 2007 au conseil de la société Cafom, relative à une concentration dans le secteur de la vente de biens d'équipements de la maison.

<sup>9</sup> Voir notamment la décision n° 11-DCC-87 du 10 juin 2011, relative à la prise de contrôle exclusif de la société Media Concorde SNC par la société High Tech Multicanal Group.

<sup>10</sup> Id.

<sup>11</sup> Voir notamment la décision de l'Autorité n° 11-DCC-87 précitée, l'avis du Conseil de la concurrence 07-A-06 du 16 juillet 2007 précité, la décision du ministre C2006-155 précitée, et les décisions de l'Autorité n° 09-DCC-12, n° 09-DCC-21 et n° 09-DCC-62 précitées.

12. En l'espèce, la définition exacte des marchés amont de l'approvisionnement peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation ou la délimitation géographique retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle resteront inchangées.

## **2. MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION EN GROS DE PRODUITS ÉLECTRODOMESTIQUES**

13. La pratique décisionnelle nationale<sup>12</sup> et européenne<sup>13</sup> a eu l'occasion d'envisager l'existence d'un marché de la distribution en gros de produits électrodomestiques.
14. La pratique décisionnelle a envisagé une segmentation de la distribution en gros de ces produits par groupe de produits (gros électroménager (i), petit électroménager (ii), appareils photo / cinéma (iii), appareils hi-fi / son (iv), appareils TV / vidéo (v), ordinateurs / périphériques (vi), et téléphonie (vii)) et par canal de distribution (aux GSA (i), aux GSS (ii), aux commerces de proximité (iii), et aux détaillants vendant à distance (iv)).
15. Au niveau géographique la pratique décisionnelle a envisagé l'existence de marchés de distribution en gros de produits électrodomestiques de dimension nationale, voire régionale, sans toutefois se prononcer définitivement<sup>14</sup>.
16. Les activités des parties se chevauchent sur tous les segments de produits précités à l'égard principalement des commerces de proximité<sup>15</sup> et de manière plus limitée à l'égard des GSS (entre 10 % et 15% de leurs ventes). Selon les parties les grossistes ne représentent que 2 % des ventes auprès des GSS, celles-ci ayant très largement recours à leur propre centrale d'achats. Compte tenu de l'impact très marginal de l'opération à l'égard des GSS, ce dernier canal de distribution ne fera donc pas l'objet d'une analyse concurrentielle.
17. En l'espèce, la définition exacte des marchés de la distribution en gros de produits électrodomestiques peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle resteront inchangées.

## **III. Analyse concurrentielle**

18. L'opération entraîne des chevauchements d'activité sur les marchés amont de l'approvisionnement (1) et le marché intermédiaire de la distribution en gros de produits électrodomestiques (2). L'opération entraîne également un renforcement vertical du nouvel ensemble, compte tenu des activités de l'acquéreur dans la distribution de détail de produits électrodomestiques. Toutefois, compte tenu des faibles positions de ce dernier, tout risque de verrouillage peut être écarté à titre liminaire<sup>16</sup> et l'analyse concurrentielle portera sur les effets horizontaux de l'opération.

---

<sup>12</sup> Décision de l'Autorité n° 11-DCC-200 du 13 décembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Dubost Holding par la société Findis.

<sup>13</sup> Décision de la Commission européenne COMP/M. 4226, DSGI / Fotovista, point 20.

<sup>14</sup> Voir la décision n° 11-DCC-200, précitée, point 12.

<sup>15</sup> Environ 80% des ventes totales de chaque société.

<sup>16</sup> GPdis ne contrôle en propre que quatre magasins Pulsat et quinze magasins discount EDM Demarq.

## **1. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS ÉLECTRODOMESTIQUES**

19. Au niveau national, les parties détiennent une part d'achat cumulée sur les marchés de l'approvisionnement en produits électrodomestiques comprise entre 0,2 % pour le groupe de produits photo/cinéma et 3 % pour le groupe de produits appareils TV/vidéo.
20. L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement en produits électrodomestiques en France.

## **2. MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION EN GROS DE PRODUITS ÉLECTRODOMESTIQUES**

21. Sur le marché national de la distribution en gros de produits électrodomestiques aux commerces de proximité, les parties détiennent une part de marché cumulée de 28,1 % sur le segment du petit électroménager, de 14,9 % sur celui du gros électroménager et de 15,1 % sur celui des produits « bruns ». Sur le segment des produits « gris » qui constitue une activité marginale des parties (environ 5 % du chiffre d'affaires cumulé), la part de marché cumulée des parties sera négligeable, de l'ordre de 1 %.
22. La partie notificante n'a pas été en mesure de fournir des parts de marché au niveau régional. Elle a toutefois précisé que les entrepôts régionaux de GPdis ont un rayon d'action de 300 à 400 km selon les infrastructures routières. Les réseaux de détaillants Gitem et Euronics implantés en France sont tous approvisionnés à partir de l'unique plateforme logistique située à Angres dans le département du Pas-de-Calais (62). Dans un rayon d'action de 300 km autour du dépôt d'Angres, GPdis n'est présent qu'au travers de sa plateforme située à Reims dans le département de la Marne (51), à une distance d'environ 180 km.
23. En tout état de cause, la nouvelle entité restera confrontée, tant sur le plan national que régional, à la concurrence de nombreux grossistes tels que Findis, Pro&Cie, Concerto, GGE Planete Manager et Digital.
24. Au vu de ces éléments, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la distribution en gros de produits électrodomestiques en France.

### **DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 15-202 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

---