



Décision n° 17-DCC-34 du 16 mars 2017
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Modelabs Mobiles
par la société RemadeGroup

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 13 février 2017, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Modelabs Mobiles par la société RemadeGroup, formalisée par un protocole d'acquisition en date du 30 janvier 2017 ;

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. **RemadeGroup**, société par actions simplifiée soumise au contrôle fluctuant de ses actionnaires, est la société de tête du groupe Remade qui est principalement actif dans le secteur du reconditionnement et de la vente à l'état neuf ou quasi-neuf de *smartphones* (cette activité représente environ [...] % de son chiffre d'affaires) et d'objets connectés. Le groupe Remade exerce également une activité de vente en ligne de produits électrodomestiques (via ses sites vente-du-diable et Pixmania). Enfin, à titre marginal, le groupe Remade fournit des prestations de services à des tiers (SAV, réparation et logistique e-commerce).
2. **Modelabs Mobiles** est une société par actions simplifiée détenue à 100 % par la société Parcours Invest, elle-même contrôlée par M. Alain Zagury. Modelabs Mobiles est essentiellement active dans le commerce de gros d'appareils de téléphonie mobile neufs et, à titre marginal, d'accessoires¹, d'objets connectés et de téléviseurs. Depuis 2016, Modelabs Mobiles fabrique des téléphones intelligents (*smartphones*) sous marque propre (« Echo »).

¹ Modelabs Mobiles exerce une influence déterminante au sens du contrôle des concentrations sur la société CG Mobile, via le contrôle conjoint qu'elle détient sur sa société-mère CGM Capital (22,5 % du capital). CG Mobile est active sur le marché français de la vente d'accessoires pour mobiles. CG Mobile a réalisé un chiffre d'affaires total hors taxes sur le plan mondial, au 31 mars 2016, de [...] d'euros, dont environ [...] % en France.

3. L'opération, formalisée par un protocole d'acquisition en date du 30 janvier 2017, consiste en l'acquisition par la société RemadeGroup de la totalité du capital social et des droits de vote de Modelabs Mobiles détenus par la société Parcours Invest. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Modelabs Mobiles par RemadeGroup, l'opération notifiée 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 hors taxes sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (le groupe Remade : [...] d'euros pour l'exercice au 31 décembre 2016² ; Modelabs Mobiles : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 mars 2016). Chacune réalise en France un chiffre d'affaires total hors taxes supérieur à 50 millions d'euros (le groupe Remade : [...] d'euros pour l'exercice au 31 décembre 2016 ; Modelabs Mobiles : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 mars 2016). 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 relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

5. Les parties sont actives dans le secteur du commerce d'appareils de téléphonie mobile, d'accessoires téléphoniques et très marginalement d'objets connectés. Elles ne sont toutefois pas présentes au même niveau de la chaîne de valeur : Modelabs Mobiles est principalement active au stade du commerce de gros alors que RemadeGroup est active au stade de la fabrication de *smartphones* reconditionnés et de la distribution au détail de ses produits par Internet. Les parties ne proposent par ailleurs ni les mêmes gammes ni les mêmes marques de *smartphones*.
6. En effet, l'activité de reconditionnement du groupe Remade concerne exclusivement des *smartphones* sous marque « *iPhone* », qu'il distribue directement via ses sites Internet ou qu'il fournit aux enseignes de la grande distribution (GSA et GSS) ou d'acteurs de la vente en ligne (*pure players*). Pour sa part, Modelabs Mobiles est un grossiste en téléphonie mobile (appareils neufs hors « *iPhone* ») et, dans une moindre mesure d'accessoires de téléphonie, d'objets connectés et de télévisions, auprès de revendeurs indépendants, d'enseignes de la grande distribution (GSA et GSS) et de *pure players*.
7. L'opération concerne donc le secteur de la distribution en gros et au détail de produits électrodomestiques, essentiellement des produits de téléphonie, d'une part, et celui de la fabrication de ces mêmes produits, d'autre part.

1. LE MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS DE TÉLÉPHONIE

8. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement en produits électrodomestiques les autorités de concurrence ont relevé qu'« *au niveau des approvisionnements, on peut considérer qu'il existe autant de marchés que de familles de produits sur lesquels porte la*

² Conformément au point 100 des lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relative au contrôle des concentrations, le chiffre d'affaires total mondial hors taxes du groupe Remade en 2016 tient compte des modifications permanentes de la réalité économique de l'entreprise intervenues postérieurement au dernier exercice clos de 2015.

négociation, chaque distributeur mettant en concurrence les divers fournisseurs sur chacun des marchés »³. Aussi, une répartition par groupe de produits a été considérée comme la plus pertinente.

9. En se basant sur l'organisation des divisions « achat » des distributeurs, les autorités de concurrence ont envisagé une segmentation selon les groupes de produits suivants : 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).
10. Au plan géographique, les autorités de concurrence, sans clore définitivement la définition du marché pertinent, ont visé des marchés nationaux, voire européens⁴.
11. 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.
12. Modelabs Mobiles est présent en qualité d'acheteur et le groupe Remade en qualité de fournisseur sur le marché de l'approvisionnement en produits de téléphonie.

2. LES MARCHÉS INTERMÉDIAIRES ET AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS DE TÉLÉPHONIE

a) Marchés intermédiaires de la distribution en gros de produits de téléphonie

13. La pratique décisionnelle nationale⁵ et européenne⁶ a déjà 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 ((i) gros électroménager, 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.
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 définitivement⁷.
16. 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.
17. Seul Modelabs Mobiles est présent sur ce marché en tant que grossiste-fournisseur de *smartphones* à l'égard des *pure players* ainsi que des enseignes de la grande distribution (GSA et GSS).

³ Voir notamment la décision n° 16-DCC-111 du 27 juillet 2016 relative à la prise de contrôle exclusif de Darty par la Fnac, point 8 et les décisions citées.

⁴ Voir notamment la 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, point 11 et les décisions citées.

⁵ Voir les décisions de l'Autorité n° 16-DCC-42 précitée, et n° 11-DCC-200 du 13 décembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Dubost Holding par la société Findis.

⁶ Décision de la Commission européenne COMP/M. 4226, DSGI / Fotovista, point 20.

⁷ Voir la décision n° 11-DCC-200, précitée, point 12.

b) Marché aval de la distribution au détail de produits « gris »

18. La pratique décisionnelle segmente le marché aval de la distribution de produits électrodomestiques selon le type de clientèle (particuliers ou professionnels)⁸, les familles de produits concernés et par canal de distribution.
19. S'agissant des familles de produits, les autorités de concurrence distinguent les produits « blancs », les produits « bruns », et les produits « gris ». Ces derniers incluent les appareils de téléphonie.
20. S'agissant des canaux de distribution, la pratique décisionnelle distingue traditionnellement les ventes en magasins (GSA, GSS, hard-discounters, revendeurs indépendants) et les ventes à distance (« VAD »)⁹.
21. Cette segmentation se justifiait par l'existence de différences significatives dans la manière dont les distributeurs de la VAD et de la vente « physique » communiquaient et démarchaient leurs clients¹⁰. L'Autorité relevait dans ses décisions précédentes que, du point de vue du consommateur, l'achat en magasin offrait la possibilité d'inspecter le produit souhaité et, si besoin, de bénéficier des conseils d'un vendeur spécialisé. De plus, les articles présentés sont, la plupart du temps, disponibles immédiatement. L'Autorité relevait qu'à l'inverse, la VAD présentait pour sa part l'avantage de pouvoir réaliser des achats à n'importe quel moment du jour et de la semaine, depuis son lieu de résidence.
22. Cependant, dans sa décision n° 16-DCC-111 du 27 juillet 2016, *Fnac/Darty*, l'Autorité a estimé qu'il convenait désormais d'inclure à la fois les ventes réalisées en magasin et celles sur Internet au sein de l'analyse du marché aval de la distribution au détail des produits électrodomestiques. En effet, l'Autorité a constaté « *le développement de la vente en ligne dans le secteur des produits électroniques au cours de cinq dernières années [qui] s'est accompagné d'un amenuisement significatif des différences qui avaient été relevées par la pratique décisionnelle antérieure entre la vente en ligne et la vente en magasins* » (point 151). Au terme de son instruction, l'Autorité en a conclu que « *bien que la substituabilité des canaux ne soit pas parfaite, elle apparaît suffisante pour considérer que les ventes en ligne exercent une pression concurrentielle telle sur les ventes en magasin que ces deux canaux doivent à présent être considérés comme faisant partie du même marché* » (point 154).
23. Au cas d'espèce, cette question est sans incidence sur l'analyse concurrentielle dans la mesure où RemadeGroup est uniquement présent au stade de la distribution au détail par Internet (vente-du-diable, pixmania et remadeinfrance). Pour sa part, Modelabs Mobiles n'est pas présent comme détaillant.
24. S'agissant de la délimitation géographique du marché, en cohérence avec la décision *Fnac/Darty* précitée, les effets éventuels de l'opération sur le marché de la distribution au détail seront analysés au niveau national en l'absence pour les parties d'un réseau de points de vente physique.

⁸ Voir la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 10 octobre 2006, au conseil de la société Inmac Wstore, relative à une concentration dans le secteur des produits informatiques et la décision de l'Autorité n°09-DCC-39 du 4 septembre 2009 relative à l'acquisition par Systemax de Wstore Europe S.A. précitée.

⁹ Voir, s'agissant des produits « gris », 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.

¹⁰ Voir par exemple les décisions n°10-DCC-42 du 25 mai 2010 relative à l'acquisition par la société 3 Suisses International SA de certains actifs de la société La Source, et n°11-DCC-87 du 10 juin 2011 précitée ainsi que la décision COMP/M.5721 précitée.

25. En l'espèce, l'analyse concurrentielle sera menée sur le marché national de la vente au détail de produits électrodomestiques « gris », et plus particulièrement sur le segment des appareils de téléphonie.

c) Distinction entre les appareils de téléphonie neufs et reconditionnés au sein du segment des appareils de téléphonie

26. Dans sa décision n° 13-DCC-49 du 22 avril 2013 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs de la société Game France par la société Micromania Group SAS, l'Autorité s'est interrogée sur l'existence d'un marché distinct de la distribution de jeux vidéo d'occasion. Si l'Autorité avait relevé l'existence de distributeurs physiques spécialisés dans la vente de produits de jeux vidéo d'occasion et le développement d'une offre d'occasion par certaines enseignes de la grande distribution (GSA et GSS), elle avait néanmoins considéré que, compte tenu de la parfaite substituabilité entre ces produits du point de vue de la demande marquée notamment par la fixation du prix des produits d'occasion en référence au prix du neuf, les jeux vidéo d'occasion ne constituait pas un marché distinct¹¹.
27. Dans le cadre de la présente opération, les éléments recueillis par l'instruction ne permettent pas de trancher la question de l'existence de marchés distincts de la distribution en gros et au détail d'appareils de téléphonie reconditionnés. En effet, du point de vue du consommateur, smartphones neufs et reconditionnés sont substituables en termes d'usage. Du côté de l'offre, ces produits sont distribués par les mêmes distributeurs de la vente physique et en ligne. De plus, les prix des *smartphones* reconditionnés sont généralement fixés en fonction du prix de référence des produits neufs équivalents.
28. En l'espèce, la question de l'existence de marchés distincts de la distribution en gros et au détail d'appareils de téléphonie reconditionnés peut toutefois être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle restant inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.

III. Analyse concurrentielle

29. RemadeGroup et Modelabs Mobiles n'interviennent pas au même niveau de la chaîne de valeur du commerce de *smartphones*, RemadeGroup étant un fabricant de *smartphones* reconditionnés et un distributeur en ligne de produits électrodomestiques alors que Modelabs Mobiles est un grossiste de *smartphones* neufs et très marginalement d'accessoires pour mobiles.
30. En outre, les deux entreprises ne commercialisent pas les mêmes gammes de *smartphones*. En effet, RemadeGroup ne propose que des *smartphones* reconditionnés vendus sous marque « iPhone » tandis que Modelabs Mobiles vend, en tant que grossiste, des *smartphones* neufs d'autres fabricants (essentiellement Samsung et Sony).
31. Par conséquent, l'opération est uniquement susceptible de générer un renforcement vertical du nouvel ensemble, entre les activités de fabricant d'appareils de téléphonie de l'acquéreur et celles de grossiste de la cible, d'une part (A), et les activités de grossiste de la cible et celles de distributeur au détail de l'acquéreur, d'autre part (B).

¹¹ Points 17 à 22 de la décision.

A. SUR LE MARCHÉ INTERMÉDIAIRE DE LA DISTRIBUTION DE GROS DE PRODUITS DE TÉLÉPHONIE

32. À l'issue de l'opération, RemadeGroup pourra être en mesure de confier à Modelabs Mobiles à la fois son approvisionnement auprès des fabricants en *smartphones* reconditionnés, dans l'hypothèse où les fabricants ont une politique de reprise, et la logistique de distribution de ses produits auprès des détaillants (GSA, GSS et *pure players*)¹².
33. 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. L'Autorité considère cependant qu'il est peu probable qu'une entreprise ayant une part de marché inférieure à 30 % sur un marché donné puisse verrouiller un marché en aval ou en amont de celui-ci.
34. Sur le marché français amont de l'approvisionnement en produits de téléphonie, la part de marché de Modelabs Mobiles est inférieure [0-5] %, Modelabs Mobiles ayant indiqué un montant d'achats d'environ [...] d'euros en 2015. Pour sa part, le groupe Remade représente une très faible fraction du nombre d'appareils de téléphonie mobile (neufs et reconditionnés) vendus en France en 2016. En effet, le groupe Remade a vendu [...] mobiles (uniquement des appareils reconditionnés de marque « *iPhone* ») pour un marché total estimé à 26 millions d'unités en 2016, soit une part de marché de l'ordre de [0-5] %.
35. Ainsi, dans l'hypothèse où RemadeGroup octroierait l'exclusivité de la distribution en gros de ses appareils de téléphonie à Modelabs Mobiles, cela n'aurait pas pour effet d'exclure les grossistes concurrents du marché concerné.
36. Par conséquent, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux entre le marché de l'approvisionnement en produits de téléphonie et le marché de la distribution en gros d'appareils de téléphonie, peut être écarté.

B. SUR LE MARCHÉ AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DÉTAIL DE PRODUITS « GRIS »

37. RemadeGroup est présent sur le marché aval de la distribution au détail de produits « gris » uniquement par Internet. Modelabs Mobiles exerce pour sa part une activité de grossiste d'appareils de téléphonie. Il convient donc d'examiner les risques de verrouillage de l'accès aux intrants pour les autres distributeurs d'appareils de téléphonie.
38. Modelabs Mobiles estime détenir une part de marché de l'ordre de [10-20] % sur le marché de la distribution en gros d'appareils de téléphonie tous canaux confondus. Les principaux concurrents de Modelabs Mobiles sont Ingram ([30-40] %), Tech Data ([20-30] %), Extenso ([10-20] %) et Audim ([5-10] %). Si l'on considère une segmentation par canal, la position de Modelabs Mobile sur le seul segment des grossistes à destination de la vente en ligne est estimée à [50-60] %. Elle est en revanche inférieure à [0-5] % sur les canaux de la distribution aux GSA et aux GSS.
39. Pour sa part, RemadeGroup dispose d'une part de marché extrêmement faible (inférieure à [0-5] %) sur le marché aval de la distribution au détail de produits « gris ». L'entreprise est uniquement présente par le biais de la vente en ligne (Pixmania et vente-du-diable) et doit faire

¹² Modelabs Mobiles s'approvisionne d'ores et déjà en *smartphones* reconditionnés auprès de RemadeGroup à hauteur de 13,2 millions d'euros.

face à la concurrence des principaux acteurs de la GSS (Darty/Fnac, Boulanger), de la GSA (Auchan, Carrefour, etc.) et des *pure players* (C Discount, Amazon, Rue du commerce).

40. Conformément à la pratique décisionnelle, la probabilité que l'opération fausse le jeu de la concurrence par des effets verticaux dépendra de la capacité de la nouvelle entité à verrouiller l'accès aux produits de téléphonie mobile pour les concurrents *pure players* du groupe Remade (a), de son incitation à mettre en œuvre une telle stratégie (b) et des effets de cette stratégie sur le marché en cause (c). En l'espèce un scénario de verrouillage par les intrants est peu crédible.
41. En premier lieu, le nouveau groupe n'aura pas l'incitation à mettre en œuvre une telle stratégie. En effet, RemadeGroup n'occupe qu'une position limitée sur le marché de la distribution en ligne des appareils de téléphonie (pixmania/vente-du-diable) et Modelabs Mobiles ne pourra donc pas distribuer l'intégralité de ses stocks sur ces seuls sites, en se privant des principaux distributeurs que sont notamment Amazon, Fnac/Darty ou encore C Discount.
42. En second lieu, la position de Modelabs Mobiles sur le marché intermédiaire de la distribution en gros sur le canal de la vente en ligne ne reflète pas le pouvoir de marché de cette entreprise à l'égard de ses principaux clients à l'aval que sont C Discount, Amazon ou Rue du Commerce. En effet, ces acteurs ont la possibilité de s'approvisionner directement auprès des fabricants d'appareils de téléphonie mobile sans recourir à un intermédiaire de sorte qu'une stratégie de verrouillage de la part de la nouvelle entité serait sans incidence sur leur activité.
43. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché de la distribution au détail de produits « gris », et plus particulièrement sur le segment des appareils de téléphonie.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 17-021 est autorisée.

Le vice-président,

Thierry Dahan