

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 17-DCC-56 du 4 mai 2017
relative à la prise de contrôle exclusif
du groupe Ayme par Bridgestone Europe**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 24 mars 2017 et déclaré complet le 19 avril 2017, relatif à la prise de contrôle exclusif du groupe Ayme par la société Bridgestone* Europe NV/SA, formalisée par une promesse unilatérale d'achat en date du 21 décembre 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 la partie notifiante au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Bridgestone Europe NV/SA (ci-après « Bridgestone Europe »), société de droit belge, est une filiale détenue à [...] % par Bridgestone Corporation, société de droit japonais. Bridgestone Europe contrôle la société Bridgestone France SAS (ci-après « Bridgestone »), qui détient 100 % de la société Metifiot SASU (ci-après « Metifiot ») et [...] % de la société Pneus à Bas Prix. Metifiot contrôle les sociétés First Stop West SASU (ci-après « First Stop ») et Littoral pneus services SAS (ci-après « LPS »). Bridgestone* Europe détient également 100 % de Speedy Holding France SAS, qui elle-même détient 100 % de Speedy France SAS (ci-après « Speedy »)¹, et 100 % de la Société lyonnaise et bressane de rechapage SAS (ci-après « SLBR »). En France, Bridgestone est principalement active dans la fabrication de pneumatiques, la distribution en gros de pneumatiques auprès des principaux industriels du secteur automobile, de négociants et de distributeurs, et la distribution au détail de

¹ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 16-DCC-109 du 21 juillet 2016 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Speedy Holding France par Bridgestone Europe.

* Rectification d'erreur matérielle.

pneumatiques de remplacement. Le réseau First Stop comprend 344 points de vente. Outre la vente en points de vente physiques, Bridgestone distribue également des pneumatiques par internet via le site en ligne de First Stop. Speedy, qui est active dans la distribution au détail de pneumatiques de remplacement, anime un réseau de 490 points de vente en France. Outre la vente en points de vente physiques, Speedy distribue également des pneumatiques par internet.

2. Établissement Paul Ayme SAS est une société détenue à 100 % par des membres de la famille Ayme. Elle contrôle les sociétés Dorcier pneus SA, Côté route développement SAS, qui elle-même détient [...] % de Pneu WYZ SAS, 100 % de Ayme Californie SAS et [...] % de Ayme & fils SAS, les [...] % restants étant détenus par des membres de la famille Ayme. Ayme & fils, qui exploite la marque Culture pneus, détient 100 % de Martin productions SARL et 100 % d'Eurogom SAS (ci-après ensemble « groupe Ayme »). Le groupe Ayme est principalement actif dans la distribution en gros de pneumatiques auprès des principaux industriels du secteur automobile, de négociants et de distributeurs, et dans la distribution au détail de pneumatiques de remplacement.
3. Aux termes d'une promesse unilatérale d'achat en date du 21 décembre 2016, Bridgestone Europe s'est engagée à acquérir auprès des membres de la famille Ayme 100 % et [...] % des actions composant le capital social d'Établissement Paul Ayme et de Ayme & fils. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif du groupe Ayme par Bridgestone Europe, 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 hors taxes total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Bridgestone Corporation : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; groupe Ayme : [...] d'euros pour le même exercice). Chacune réalise en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Bridgestone Europe : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; groupe Ayme : [...] 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

5. Bridgestone et le groupe Ayme sont simultanément actifs en France sur les marchés amont de la fabrication et de la commercialisation en gros de pneumatiques de remplacement, les marchés aval de la distribution de pneumatiques de remplacement, de la distribution des pièces de rechange et d'accessoires automobiles, et de la distribution des services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles.
6. En outre, Bridgestone et le groupe Ayme sont actifs sur les marchés amont de la fabrication et de la commercialisation en gros de pneumatiques de remplacement. Ces marchés présentent un lien vertical avec les marchés aval de la distribution de pneumatiques de remplacement.

A. LES MARCHÉS AMONT DE LA FABRICATION ET DE LA COMMERCIALISATION EN GROS DE PNEUMATIQUES DE REMPLACEMENT

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

7. La pratique décisionnelle a considéré que le marché de la fabrication et de la commercialisation en gros de pneumatiques de remplacement peut être segmenté en fonction des catégories de véhicules concernés : (i) véhicules de tourisme et camionnettes, (ii) camions et bus, (iii) engins agricoles, (iv) engins de travaux publics et de génie civil, (v) deux-roues non motorisés et (vi) deux-roues motorisés².

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

8. La pratique décisionnelle considère, tout en laissant la question ouverte, que ces marchés sont de dimension nationale³.
9. En l'espèce, il n'y a pas lieu de se prononcer sur la délimitation exacte des marchés géographiques amont (nationale ou européenne), les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées, quelle que soit la segmentation envisagée.

B. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PNEUMATIQUES DE REMPLACEMENT

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

10. S'agissant de la distribution de pneumatiques, la pratique décisionnelle distingue la distribution de pneumatiques de premier équipement (dit aussi de « première monte ») de celle de pneumatiques de remplacement⁴. En effet, bien que ces produits soient identiques, ils ne sont pas destinés aux mêmes clients, ni distribués via les mêmes canaux. Les pneumatiques de « première monte » correspondent aux pneumatiques placés sur les véhicules neufs, généralement vendus directement par les producteurs aux constructeurs automobiles. En revanche, les pneumatiques de remplacement concernent les achats effectués par les utilisateurs des véhicules auprès d'intermédiaires.
11. Par ailleurs, la pratique décisionnelle a considéré qu'au sein des pneumatiques de remplacement les pneumatiques neufs de remplacement et les pneumatiques « rechapés »⁵ constituaient deux

² Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.1470 Goodyear/Sumitomo du 23 juillet 1999, COMP/M.3081 Michelin/Viborg du 7 mars 2003 et COMP/M.4516 Continental/Matador du 8 juin 2007, et les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-149 du 26 octobre 2010 relative à la prise de contrôle conjoint de la société TyreDating par la Manufacture Française des Pneumatiques Michelin et Atiro Holding, n° 14-DCC-90 du 23 juin 2014 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés MPI et Repneu par Continental Holding France et n° 14-DCC-169 du 17 novembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Ihle Holding AG par la société Michelin Finanz Gesellschaft für Beteiligungen AG & OGH.

³ Voir notamment les décisions COMP/M.3081, COMP/M.4516, n° 14-DCC-90, et n° 14-DCC-169 précitées.

⁴ Voir notamment les décisions COMP/M.1470, COMP/M.4516, n° 14-DCC-90, n° 14-DCC-169 et n° 16-DCC-109 précitées, et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 15-DCC-88 du 8 juillet 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Alençon Pneus par la société Continental Holding France.

⁵ Le rechapage est une technique qui consiste à remplacer sur la carcasse d'un pneu certaines parties comme la bande de roulement ou le flanc, lorsque celles-ci sont usées.

marchés distincts⁶. En effet, les pneumatiques de remplacement ne sont pas nécessairement neufs : lorsque les carcasses des pneumatiques usagés sont encore en bon état, il est possible de les pourvoir d'une nouvelle bande de roulement au moyen d'une opération dite de « rechapage ». Le marché du rechapage se présente donc comme un marché de prestation de service « après-vente », distinct du marché des pneumatiques neufs de remplacement. En pratique, les besoins en rechapage concernent presque uniquement les pneumatiques pour les véhicules lourds. Le rechapage peut être effectué par les fabricants de pneumatiques eux-mêmes, mais aussi par un grand nombre d'entreprises spécialisées.

a) La distribution de pneumatiques neufs de remplacement

12. Au sein des pneumatiques neufs de remplacement, la pratique décisionnelle distingue plusieurs marchés selon les types de véhicules : (i) véhicules de tourisme et camionnettes, (ii) camions et bus, (iii) engins agricoles, (iv) engins de travaux publics et de génie civil, (v) deux roues non motorisés et (vi) deux roues motorisés.
13. S'agissant des pneus neufs de remplacement pour véhicules de tourisme et camionnettes, leur distribution peut s'effectuer via (i) le canal des négociants spécialistes (tels Euromaster, Vulco, First Stop, Point S, Profil Plus ou Eurotyre), (ii) le canal des centres auto (tels Norauto, Feu Vert ou Speedy) et (iii) le canal des concessionnaires et garages automobiles⁷. À côté de ces canaux traditionnels, se développe la vente par internet, soit par le biais des sites internet des distributeurs traditionnels, soit par des acteurs uniquement actifs en ligne (« pure players »), tels Allopneus, 1001pneus ou 123pneus. Ces sites permettent aux consommateurs d'acheter en ligne leurs modèles de pneus et de les faire livrer directement auprès notamment d'un lieu de montage agréé (garage, centre auto, etc.).
14. La pratique décisionnelle n'a cependant pas tranché la question de la segmentation de ce marché par canaux de distribution : elle a mené une analyse concurrentielle sur un marché global de la distribution en point de vente physique et en ligne, ainsi que sur ces deux marchés distincts⁸.

b) La distribution de pneumatiques rechapés

15. Au sein des pneumatiques rechapés, la Commission a considéré, tout en laissant la question ouverte, la possibilité de distinguer les pneumatiques rechapés selon la technique de rechapage⁹. Il existe en effet deux techniques : le procédé de rechapage à chaud (qui consiste en la pose d'une nouvelle bande de roulement sur la carcasse du pneumatique, qui est ensuite moulé en usine et à chaud) et le procédé de rechapage à froid (qui consiste en la pose d'une bande de roulement pré-moulée, provenant d'un fournisseur extérieur, sur la carcasse du pneumatique). Si les produits obtenus sont parfaitement substituables du point de vue de l'utilisateur, la Commission a précisé qu'au niveau des rechapeurs, la substituabilité du côté de l'offre est

⁶ Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.4564 Bridgestone/Bandag du 29 mai 2007, et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-75 du 25 mai 2011 relative à la prise de contrôle conjoint de la société Alençon Pneus par la société Continental Holding France et la Société Normande de Développement et de Financement.

⁷ Dans l'avis n° 09-A-12 du 14 mai 2009 relatif à un projet de décret concernant un accord dérogatoire en matière de délais de paiement dans le secteur des pneumatiques, l'Autorité a ainsi précisé qu'« en retenant l'existence d'un marché spécifique pour le pneumatique de tourisme, on peut (...) relever que les distributeurs spécialisés, les centres autos et les autres opérateurs généralistes ont une offre pneumatique comparable (diversité des produits, des références, des marques distribuées) et s'adressent à la même clientèle potentielle des particuliers et des professionnels ayant un véhicule de tourisme ou utilitaire léger. Le classement des principales entreprises sur le marché français des pneumatiques met d'ailleurs en évidence des acteurs appartenant aux deux catégories parmi les principaux opérateurs, avec Euromaster et Point S (négociants spécialisés) aux côtés de Feu Vert et Norauto (centres autos) ».

⁸ Voir la décision n° 15-DCC-76 précitée.

⁹ Voir les décisions COMP/M.4564 et n° 11-DCC-75 précitées.

limitée, dans la mesure où un rechapteur à chaud ne peut pas utiliser une bande de roulement pré-moulée et un rechapteur à froid une bande de roulement non moulée.

16. En tout état de cause, la question de la délimitation de ce marché peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit la segmentation retenue.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

17. La pratique décisionnelle a considéré que les marchés de la distribution de pneumatiques de remplacement revêtent une dimension nationale, tout en laissant la question ouverte¹⁰. Ainsi, l'Autorité a envisagé une dimension locale de ce marché¹¹.
18. En tout état de cause, la question de la délimitation exacte des marchés géographiques peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit la délimitation retenue.

C. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PIÈCES DE RECHANGE ET D'ACCESSOIRES AUTOMOBILES ET DE LA DISTRIBUTION DE SERVICES D'ENTRETIEN ET DE RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

19. Dans le secteur de la distribution automobile, la pratique décisionnelle distingue notamment : (i) la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles et (ii) la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles¹².
20. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.
21. Au sein du marché de la distribution des services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles, la pratique décisionnelle a envisagé, tout en laissant la question ouverte, l'existence d'un marché distinct des services d'entretien et de réparation rapides (« *fast-fit services* »)¹³.
22. En tout état de cause, la question de l'existence d'un marché des services d'entretien et de réparation rapides peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit la délimitation retenue.

¹⁰ Voir notamment les décisions COMP/M.3081, COMP/M.4516, et n° 14-DCC-169 précitées.

¹¹ Voir les décisions n° 14-DCC-90 et n° 15-DCC-88 précitées.

¹² Voir notamment les décisions 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, n° 10-DCC-23 du 1^{er} mars 2010 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Evry Corbeil Automobiles et Vétille Automobiles par la société Priod Holding (groupe Priod), n° 10-DCC-162 du 29 novembre 2010 relative à l'acquisition de fonds de commerce de la société Auto Losange par la société David Gerbier Finances et n° 10-DCC-192 du 16 décembre 2010 relative à la prise de contrôle de la société Catar SA par la société Vincent SA.

¹³ Voir la décision de la Commission européenne COMP/M.1526 Ford/Kwik-Fit du 31 mai 1999.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

23. La pratique décisionnelle retient une définition locale de ces marchés, l'analyse s'effectuant généralement au niveau départemental¹⁴.
24. La question de la délimitation exacte de ce marché peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent identiques, quelle que soit la délimitation retenue.

III. Analyse concurrentielle

25. Bridgestone et le groupe Ayme sont simultanément actifs en France sur les marchés amont de la fabrication et de la commercialisation en gros de pneumatiques de remplacement, sur les marchés aval de la distribution de pneumatiques de remplacement et sur les marchés aval de la distribution des pièces de rechange et d'accessoires automobiles et de la distribution des services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles. L'opération entraîne donc des effets horizontaux (A) et verticaux (B).

A. LES EFFETS HORIZONTAUX

1. LES MARCHÉS AMONT DE LA FABRICATION ET DE LA COMMERCIALISATION EN GROS DE PNEUMATIQUES DE REMPLACEMENT

26. Sur le marché européen de la fabrication et de la commercialisation en gros de pneumatiques de remplacement, la part de marché cumulée des parties est estimée à [10-20] % (Bridgestone : [10-20] % et le groupe Ayme : moins de [0-5] %). Sur le segment de la fabrication et de la commercialisation en gros de pneumatiques pour véhicules de tourisme et camionnettes, seul segment où les activités des parties se chevauchent, cette part de marché est estimée à [10-20] % (Bridgestone : [10-20] % et le groupe Ayme : moins de [0-5] %).
27. Sur le marché national de la fabrication et de la commercialisation en gros de pneumatiques de remplacement, la part de marché cumulée des parties est estimée à [10-20] % (Bridgestone : [10-20] % et le groupe Ayme : [0-5] %). Sur le segment de la fabrication et de la commercialisation en gros de pneumatiques pour véhicules de tourisme et camionnettes, cette part de marché est estimée à [10-20] % (Bridgestone : [10-20] % et le groupe Ayme : [0-5] %).

2. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PNEUMATIQUES DE REMPLACEMENT

28. Les parties sont simultanément actives sur le marché aval de la distribution de pneumatiques de remplacement en point de vente physique et en ligne.

¹⁴ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-42 du 29 mars 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Précisium Groupe par la société Financière Alliance Industrie, et les décisions n° 14-DCC-90 et n° 15-DCC-88 précitées.

29. En France, Bridgestone, via le réseau First Stop et Speedy, dispose de 834 points de vente, tandis que le groupe Ayme dispose, via le réseau Côté route, de 104 points de vente¹⁵. A l'issue de l'opération, la nouvelle entité exploitera donc 938 points de vente, soit moins de 5 % des 33 184 points de vente couvrant le territoire national.
30. Par ailleurs, la nouvelle entité fera face à d'importants concurrents, tels qu'Euromaster (Michelin) qui regroupe 412 points de vente, Vulco (Goodyear Dunlop) qui regroupe 220 points de vente, Midas et Norauto (Mobivia) qui regroupent 660 points de vente, Point S qui regroupe 470 points de vente, et à une importante frange concurrentielle constitués de nombreux garages indépendants. Ces concurrents distribuent tout type de pneumatiques de remplacement, de sorte qu'il subsistera des alternatives crédibles pour le consommateur, quel que soit le marché concerné.

a) Distribution de pneumatiques de remplacement en point de vente physique

31. Sur le marché national de la distribution de pneumatiques de remplacement en point de vente physique, la part de marché cumulée des parties est estimée à [10-20] % (Bridgestone : [5-10] % et le groupe Ayme : [0-5] %). Par ailleurs, sur des segments plus fins, la part de marché cumulée des parties la plus élevée est estimée à [20-30] % sur le segment des engins agricoles (Bridgestone : [5-10] % et le groupe Ayme : [10-20] %).
32. Au niveau départemental, l'opération entraîne des chevauchements dans 32 départements. Cependant, la part de marché cumulée des parties, calculée en nombre de points de vente, est inférieure à 15 % dans chacun de ces départements.

b) Distribution de pneumatiques neufs de remplacement en point de vente physique et en ligne

33. Sur le marché national de la distribution de pneumatiques neufs de remplacement en point de vente physique et en ligne, la part de marché cumulée des parties est estimée à [10-20] % (Bridgestone : [5-10] % et le groupe Ayme : [0-5] %). Par ailleurs, sur des segments plus fins, la part de marché cumulée des parties la plus élevée est estimée à [20-30] % sur le segment des engins agricoles (Bridgestone : [5-10] % et le groupe Ayme : [10-20] %).

c) Distribution de pneumatiques rechapés en point de vente physique et en ligne

34. Sur le marché national global de la distribution de pneumatiques rechapés en point de vente physique et en ligne, la part de marché cumulée des parties est estimée à [10-20] % (Bridgestone : [5-10] % et le groupe Ayme : [5-10] %).
35. Par ailleurs, sur des segments plus fins, la part de marché des parties la plus élevée est estimée à [20-30] % sur le segment du rechapage à froid (Bridgestone : [10-20] % et le groupe Ayme : [5-10] %).
36. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés aval de la distribution de pneumatiques de remplacement.

¹⁵ Le groupe Ayme n'a vendu en ligne que quelques dizaines d'unités pneumatiques.

3. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PIÈCES DE RECHANGE ET D'ACCESSOIRES AUTOMOBILES ET DE LA DISTRIBUTION DE SERVICES D'ENTRETIEN ET DE RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES

a) Distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles

37. Sur le marché national de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles, la part de marché cumulée des parties est estimée à moins de [0-5] %.
38. Ce marché est très atomisé. L'ensemble des acteurs de la distribution automobile (concessionnaires, garages, centres auto, stations essences ou encore *pure players*), mais également les acteurs de la distribution généraliste y sont actifs. Tous les acteurs de la grande distribution à dominante alimentaire, ainsi que les sites de commerce électronique généraliste tels que Amazon, Rue du Commerce ou encore Cdiscount, vendent ainsi des accessoires automobiles¹⁶.
39. Au niveau départemental, l'opération entraîne des chevauchements dans 32 départements. Cependant, la part de marché cumulée des parties, calculée en nombre de magasins, est inférieure à 15 % dans chacun de ces départements.

b) Distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles

40. Sur le marché national de la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles, la part de marché cumulée des parties est inférieure à [0-5] % (Bridgestone : [0-5] % et le groupe Ayme : [0-5] %). Sur le segment de la distribution de services d'entretien et de réparation rapides (« *fast-fit services* »), la part de marché cumulée des parties est estimée à environ [5-10] % (Bridgestone : [5-10] % et le groupe Ayme : [0-5] %).
41. Au niveau départemental, l'opération entraîne des chevauchements dans 32 départements. Cependant, la part de marché cumulée des parties, calculée en nombre de magasins, est inférieure à 15 % dans chacun de ces départements.
42. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés aval de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles et de la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles.

B. LES EFFETS VERTICAUX

43. Une concentration verticale peut restreindre l'accès à 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. L'Autorité considère 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.

¹⁶ Voir la décision n° 16-DCC-109, précitée.

44. Au cas d'espèce, Bridgestone et le groupe Ayme fournissent des distributeurs et des points de vente en pneumatiques de remplacement. Il convient donc d'examiner les éventuels effets verticaux que l'opération est susceptible de produire sur ces marchés.
45. Sur les marchés amont de la fabrication et de la commercialisation en gros de pneumatiques de remplacement, les parties estiment détenir en 2015 une part de marché d'environ [10-20] % au niveau national et d'environ [10-20] % au niveau européen, loin derrière le leader du marché, le groupe Michelin. En tout état de cause, les parts de marché des parties sont inférieures à 15 %, quelle que soit la segmentation retenue.
46. Sur les marchés aval de la distribution de remplacement, les parts de marché des parties sont par ailleurs inférieures à 30 %, quelle que soit la segmentation retenue.
47. Sur chaque marché, la nouvelle entité fera face à la concurrence de nombreux acteurs dont certains, tels que Michelin et Goodyear, sont simultanément présents sur les marchés amont et aval identifiés ci-dessus.
48. Par conséquent, tout risque de verrouillage de l'accès à la clientèle et de verrouillage de l'accès aux intrants peut être écarté.
49. L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 17-009 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva
