

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 19-DCC-217 du 25 novembre 2019
relative à la prise de contrôle exclusif de l'activité GMPA Prévoyance
d'Allianz par le groupe AGPM**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé, complet au service des concentrations le 18 octobre 2019, relatif à la prise de contrôle exclusif de l'activité GMPA Prévoyance d'Allianz par le groupe AGPM, formalisée par un accord de négociation en date du 17 octobre 2019 ;

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 ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Le groupe AGPM (ci-après « AGPM ») est un groupe d'assurance mutualiste français comprenant notamment deux sociétés d'assurance mutuelle : AGPM Vie et AGPM Assurances. AGPM commercialise aujourd'hui auprès de tout type de clientèle une vaste gamme de produits d'assurance de personnes et de dommages sur l'ensemble du territoire français. Elle détient 42 agences en France.
2. GMPA Prévoyance (ci-après « GMPA ») est l'activité de prévoyance complémentaire du groupe Allianz. Elle est notamment constituée du portefeuille de contrats de prévoyance complémentaire « GMPA Prévoyance » souscrits auprès d'Allianz Vie et Allianz IARD par l'association GMPA et ses adhérents, des actifs corporels et incorporels nécessaires à l'exercice de cette activité. GMPA intègre également l'activité accessoire de distribution d'autres produits d'assurance actuellement exercée par les personnels commercialisant les contrats GMPA Prévoyance dont les contrats de travail seront transférés à AGPM.
3. L'opération, formalisée par un accord de négociation en date du 17 octobre 2019, consiste en la cession à AGPM du portefeuille de contrats de prévoyance complémentaire de l'activité GMPA Prévoyance d'Allianz. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de l'activité GMPA Prévoyance d'Allianz par AGPM, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.

4. Les entreprises concernées ont réalisé ensemble un chiffre d'affaires hors taxes consolidé sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (AGPM : $[\geq 150 \text{ millions}]$ d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2018 ; GMPA : $[\leq 150 \text{ millions}]$ d'euros au cours du même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (AGPM : $[\geq 50 \text{ millions}]$ d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2018 ; GMPA : $[\geq 50 \text{ millions}]$ d'euros au cours du 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. 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 simultanément actives sur les marchés amont de produits d'assurances et sur les marchés de la distribution de produits d'assurance pour compte de tiers.

A. LES MARCHÉS AMONT DE PRODUITS D'ASSURANCE

6. La pratique décisionnelle¹ distingue, de manière constante, les marchés de l'assurance de personnes, de l'assurance dommages (biens et responsabilités) et de la réassurance.
7. En ce qui concerne les deux premières catégories de produits, les autorités de concurrence ont estimé qu'elles peuvent être segmentées en autant de marchés qu'il existe d'assurances couvrant les différents types de risques, dans la mesure où, du point de vue de la demande, les assurances couvrant ces risques différents ne sont pas substituables.
8. Concernant le marché des assurances de personnes, une segmentation supplémentaire peut être opérée entre les contrats d'assurance collective, conclus entre un assureur et un souscripteur distinct du bénéficiaire, et les contrats d'assurance individuelle pour lesquels le souscripteur est également le bénéficiaire².
9. Au cas d'espèce, AGPM et GMPA sont tous deux actifs dans le secteur de l'assurance de personnes, et, plus précisément, sur le marché de la prévoyance collective.
10. S'agissant de la délimitation géographique des marchés, à l'exception de certaines assurances couvrant des risques de grande ampleur, les marchés de produits d'assurance ont été considérés comme étant 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 concernant ce secteur d'activité.

¹ Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.5083 - Groupama / OTP Garancia du 15 avril 2008, ainsi que les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 17-DCC-119 du 27 juillet 2017 relative à la prise de contrôle exclusif de Mutex par Harmonie Mutuelle, n° 13-DCC-84 du 4 juillet 2013, relative à l'affiliation de la mutuelle interprofessionnelle SMI à la société de groupe d'assurance mutuelle Covéa.

² Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.5083 précitée, et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 17-DCC-119 précitée.

11. La question de la définition exacte des marchés de produits d'assurance peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle restent inchangées.

B. LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS D'ASSURANCE POUR COMPTE DE TIERS

12. La distribution de produits d'assurance pour compte de tiers consiste à commercialiser et assurer la gestion administrative des garanties ou contrats d'assurance dont le risque est porté par des assureurs tiers³. Les autorités de concurrence, tant européenne que nationales, ont laissé ouverte la question de la délimitation précise des marchés dans ce secteur, plusieurs segmentations étant envisagées⁴.
13. Un marché large de la distribution des produits d'assurance par des intermédiaires indépendants, comprenant tous les canaux de distribution (agents, courtiers, et autres intermédiaires dont les banques), à l'exception toutefois de la distribution directe par les compagnies d'assurance, a ainsi été identifié par la pratique décisionnelle⁵. Un marché limité au courtage d'assurance et comprenant ce seul canal de distribution a également été envisagé.
14. Les marchés de la distribution de produits d'assurance peuvent également être segmentés en fonction de la catégorie de risques assurés (assurance de dommages et assurance de personnes) et selon la clientèle (entreprises ou particuliers).
15. Au cas d'espèce, AGPM et GMPA sont simultanément actifs sur le marché de la distribution par tous canaux de produits d'assurance pour le compte de tiers⁶. Ils distribuent à la fois des produits d'assurance de dommages et de personnes.
16. S'agissant de leurs délimitations géographiques, les marchés de la distribution de produits d'assurance pour compte de tiers ont été considérés pour l'essentiel comme étant de dimension nationale.
17. La question de la définition exacte des marchés de la distribution de produits d'assurance pour compte de tiers peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle restent inchangées.

³ Voir notamment la lettre du ministre de l'économie C2008-77 du 28 octobre 2008 aux conseils de la société Mutuelle Harmonie Mutualité et les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 17-DCC-119 précitée et n° 10-DCC-138 du 19 octobre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de MFPrévoyance par CNP assurances.

⁴ Voir notamment la lettre C2008-77 précitée et la décision n° 10-DCC-138 précitée.

⁵ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 17-DCC-119 précitée et n° 11-DCC-117 du 26 juillet 2011 relative à la fusion par absorption d'Eovi Mutuelle creusoise, Eovi Mutuelle du Limousin, Eovi la Mif, Eovi Roanne Mutuelle, Eovi Mutuelles Présence, Eovi Mutuelle Drôme Arpica par Eovi Novalia Mutuelle et à l'apport de portefeuille d'Eovi Languedoc Mutualité, union de mutuelles, à Eovi Novalia Mutuelle.

⁶ La cible n'est active que sur le segment des produits d'assurance pour le compte de tiers à destination des particuliers.

III. Analyse concurrentielle

A. EFFETS HORIZONTAUX

1. SUR LES MARCHÉS AMONT DES PRODUITS D'ASSURANCES

18. Sur les marchés nationaux des assurances de personnes, la part de marché de la nouvelle entité sera inférieure à 2 %, quelle que soit la segmentation retenue. La nouvelle entité restera confrontée à une pression concurrentielle exercée par plusieurs acteurs, en particulier les groupes Axa France, Crédit Agricole Assurances, AG2R La Mondiale, Groupama, Malakoff-Médéric et Groupe Vyv.
19. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés amont des produits d'assurances.

2. SUR LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS D'ASSURANCE POUR COMPTE DE TIERS

20. Sur les marchés nationaux de la distribution de produits d'assurance pour compte de tiers, la part de marché de la nouvelle entité sera inférieure à 1 %, quelle que soit la segmentation retenue. La nouvelle entité restera confrontée à la pression concurrentielle de l'ensemble des assureurs distribuant les produits d'autres assureurs, des agents et courtiers spécialisés, ainsi que des acteurs issus d'autres secteurs tels que, notamment, les banques, la grande distribution et les concessions automobiles.
21. Par conséquent, 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 de produits d'assurance pour le compte de tiers.

B. EFFETS VERTICAUX

22. 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. Ce verrouillage peut viser les marchés aval, lorsque l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval, ou 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. Cependant, la pratique décisionnelle considère en principe qu'un risque d'effet vertical peut être écarté dès lors que la part de marché de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.
23. En l'espèce, la partie notifiante estime que la part de marché cumulée des parties est inférieure à 2 % au niveau national sur les marchés amont des produits d'assurance, et inférieure à 1 % au niveau national sur les marchés de la distribution de produits d'assurance pour compte de tiers, quelles que soient les segmentations retenues.
24. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur les marchés concernés.

IV. Restrictions accessoires

25. L'accord de négociation conclu entre les parties contient deux clauses susceptibles de restreindre la concurrence qui s'exercera entre les parties sur les marchés de produits d'assurance. Il y a donc lieu d'apprécier dans quelle mesure de telles dispositions constituent des restrictions accessoires « *directement liées et nécessaires à la réalisation de l'opération* »⁷.

A. CLAUSE DE NON-CONCURRENCE

26. Aux termes de l'article 2 de l'accord de négociation, Allianz s'engage, [confidentiel]. Cette clause s'apparente donc à une clause de non concurrence à la charge du vendeur, pour une catégorie de clients déterminée.
27. Comme le précisent les lignes directrices de l'Autorité, la communication de la Commission européenne relative aux restrictions directement liées et nécessaires à la réalisation des opérations de concentration publiée le 5 mars 2005 peut servir de guide à l'Autorité dans l'appréciation de telles restrictions dans le cadre du contrôle national des concentrations. Cette communication indique que les clauses de non-concurrence « *peuvent être directement liées et nécessaires à la réalisation de la concentration*⁸ ». Elle précise cependant qu'elles ne sont justifiées que dans la mesure où leur durée, leur champ d'application territorial et leur portée matérielle n'excèdent pas ce qui est raisonnablement nécessaire. Ainsi, « *les clauses de non-concurrence se justifient pour des périodes n'excédant pas trois ans lorsque la cession de l'entreprise inclut la fidélisation de la clientèle sous la forme à la fois du fonds commercial et du savoir-faire*⁹ ».
28. En l'espèce, l'accord conclu entre les parties interdit au vendeur [confidentiel] pendant une durée de [$>$ 3] ans. Compte tenu de la durée de cette interdiction, cette dernière ne constitue donc pas une restriction directement liée et nécessaire à la réalisation de la concentration.

B. CLAUSE DE RÉASSURANCE

29. Aux termes de l'article 3 de l'accord de négociation, AGPM s'engage, en contrepartie de l'acquisition de l'activité cible, à faire réassurer en quote-part par Allianz, pour une durée n'excédant pas [...] ans, un ensemble de contrats [confidentiel]. Cette disposition crée donc, à la charge de l'acquéreur, une obligation d'achat de services de réassurance auprès du vendeur.
30. La Communication précitée énonce que les obligations d'achat « *peuvent avoir pour but d'assurer la continuité d'approvisionnement de l'une ou de l'autre des parties en produits nécessaires aux activités conservées par le vendeur ou reprises par l'acquéreur*¹⁰ ». Elle précise que leur durée doit être limitée à 5 ans et que les « *obligations, tant de livraison que d'achat portant sur des quantités fixes, assorties le cas échéant d'une clause évolutive, sont reconnues comme directement liées et nécessaires à la réalisation de la concentration. Les obligations portant sur la fourniture de quantités indéterminées, prévoyant l'exclusivité ou*

⁷ §535 des lignes directrices de l'Autorité de la concurrence

⁸ Extrait du paragraphe 18 de la Communication de la Commission 2005/C précitée.

⁹ Extrait du paragraphe 20 de la Communication de la Commission 2005/C précitée.

¹⁰ Extrait du paragraphe 33 de la Communication de la Commission 2005/C précitée.

conférant un statut privilégié au fournisseur ou à l'acheteur ne sont, en revanche, pas nécessaires à la réalisation de l'opération¹¹.»

31. En l'espèce, l'accord conclu entre les parties prévoit une obligation de réassurance auprès d'Allianz sur une durée potentielle de [> 5] ans (soit bien plus que la durée maximale identifiée dans la Communication de la Commission précitée), pour une quantité de produits indéterminée. Compte tenu de ces deux éléments, cette clause ne constitue donc pas une restriction directement liée et nécessaire à la réalisation de la concentration.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 19-205 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva

© Autorité de la concurrence

¹¹ Extrait du paragraphe 34 de la Communication de la Commission 2005/C précitée.