

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 21-DCC-166 du 29 septembre 2021
relative à la prise de contrôle exclusif de la
société Carroll International par le groupe Beaumanoir**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 6 septembre 2021, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Carroll International par le groupe Beaumanoir, formalisée par une promesse d'achat du 4 juin 2021 ;

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 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. CCV Beaumanoir¹ est une société contrôlée à titre exclusif par la famille Beaumanoir, dont l'ensemble des participations constituent le groupe Beaumanoir ((ci-après « Beaumanoir » ou l'« acquéreur »). Ce groupe a pour activité principale la vente au détail d'articles de prêt-à-porter en magasins et en ligne. Il dispose de magasins en France et à l'étranger exploités sous les enseignes Bonobo, Bréal, Cache Cache, La Halle, Morgan et Vib's. Cette dernière exploite des points de vente au sein desquels sont distribuées les marques du groupe Beaumanoir Bonobo, Bréal et Cache Cache.
2. La société Carroll International SA est la société de tête du groupe Carroll qui regroupe sept filiales exploitant un réseau international de 441 points de vente sous l'enseigne Carroll, dont 283 en France (ci-après « Carroll » ou « la cible »).
3. L'opération, matérialisée par une promesse d'achat du 4 juin 2021, consiste en l'acquisition par Beaumanoir de 99,99 % des titres de la société Carroll International SA.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Carroll par Beaumanoir, 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 total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (Beaumanoir : environ [>75] millions d'euros pour l'exercice clos le 28 février 2021 ; Carroll : environ [>75] millions d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2020). Chacune de ces entreprises réalise, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros dans le secteur du commerce de détail (Beaumanoir : environ [>15] millions d'euros pour l'exercice clos le 28 février 2021 ; Carroll : environ [>15] millions d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2020). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au II. 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, relatives à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

A. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

6. Dans le secteur de l'approvisionnement des distributeurs, les autorités de concurrence considèrent que les producteurs ne peuvent pas se convertir facilement à la fabrication d'autres produits que les leurs. Elles distinguent autant de marchés qu'il existe de familles de produits. Ainsi, l'Autorité de la concurrence (ci-après « l'Autorité ») a notamment envisagé un marché de l'approvisionnement en chaussures, distinct d'un marché de l'approvisionnement en vêtements².

¹ Le capital de la société CCV Beaumanoir est détenu directement et indirectement à hauteur de [...] % par la famille Beaumanoir.

² Voir, notamment, les décisions de l'Autorité de la concurrence 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° 21-DCC-43 du 24 mars 2021 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs de la société La Halle par la famille Beaumanoir.

7. En l'espèce, les parties s'approvisionnent simultanément en vêtements et en chaussures pour hommes et pour femmes.
8. Les marchés de l'approvisionnement en vêtements et en chaussures revêtent, au vu de la pratique décisionnelle, une dimension mondiale³.

B. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DÉTAIL

1. MARCHÉS DE PRODUITS

a) Marchés de la distribution au détail de vêtements

9. Concernant la distribution au détail de vêtements, l'Autorité a envisagé plusieurs segmentations en fonction (i) du genre et de l'âge des consommateurs (hommes, femmes, enfants) et (ii) de la gamme des produits vendus (entrée de gamme, milieu de gamme et haut de gamme)⁴.
10. S'agissant des canaux de distribution, l'Autorité a distingué, à ce jour, les ventes réalisées en magasins physiques et les ventes à distance (en ligne et par correspondance)⁵. Le marché de la distribution de vêtements en magasins est, enfin, sous-segmenté entre les ventes en boutiques spécialisées, les ventes en grandes surfaces spécialisées (« GSS ») et en grandes surfaces alimentaires (« GSA »)⁶.
11. La question de la définition exacte des marchés de la distribution au détail de vêtements peut toutefois être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées.
12. En l'espèce, la partie notifiante, qui s'est notamment fondée sur des relevés de prix et une étude marketing, indique que la marque Caroll a un positionnement commercial de milieu de gamme. S'agissant de ses propres marques, la partie notifiante considère que, hormis La Halle qui a un positionnement entrée de gamme, ses différentes marques (Cache Cache, Bonobo, Bréal et Morgan) sont positionnées en milieu de gamme⁷. Elle précise toutefois que la marque Morgan se situerait dans la tranche haute du milieu de gamme (moyenne gamme/début haut de gamme).
13. L'opération entraîne ainsi un chevauchement d'activité sur les marchés de la distribution de vêtements de milieu de gamme pour femme, sur lequel la cible est active au travers de l'enseigne Caroll, et Beaumanoir est actif au travers des enseignes Cache Cache, Bonobo, Bréal, Morgan et Vib's.

b) Marchés de la distribution au détail de chaussures

14. Comme pour la distribution au détail de vêtements, l'Autorité a segmenté les marchés de la distribution au détail de chaussures en fonction (i) du genre et de l'âge des consommateurs

³ Voir, notamment, les décisions de l'Autorité de la concurrence 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° 21-DCC-43 précitée.

⁴ Voir, notamment, les décisions de l'Autorité de la concurrence 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° 21-DCC-43 précitée.

⁵ Voir, notamment, les décisions n° 10-DCC-77 et n° 21-DCC-43 précitées.

⁶ Ibid.

⁷ L'enseigne Vib's est un concept multimarques composé de magasins regroupant les marques Cache Cache et Bonobo et de magasins associant à ces mêmes marques la marque Bréal.

(hommes, femmes, enfants) et (ii) de la gamme des produits vendus (entrée de gamme, milieu de gamme et haut de gamme)⁸.

15. Elle a également distingué la distribution de chaussures d'intérieur et la distribution de chaussures d'extérieur, en opérant une distinction entre les chaussures de ville et les chaussures de sport⁹.
16. Les marchés de la distribution de chaussures en magasins sont segmentés par canal de distribution, entre les ventes en boutiques spécialisées et les ventes en GSS et GSA¹⁰. Par ailleurs, s'agissant d'une segmentation éventuelle entre les ventes en ligne et en magasins physiques, l'Autorité a envisagé, dans la décision n° 18-DCC-50 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sarenza par la société Monoprix, l'existence d'un marché unique incluant tous les canaux de distribution, sans toutefois trancher la question¹¹.
17. La question de la définition exacte des marchés de la distribution au détail de chaussures peut toutefois être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées.
18. En l'espèce, les parties sont simultanément actives sur le marché de la distribution, en magasins et en ligne, de chaussures de milieu de gamme pour femmes au travers de l'enseigne Caroll, pour la cible, et des enseignes Bonobo, Bréal, Cache Cache, Morgan et Vib's, s'agissant de l'acquéreur.

c) Marché de la distribution au détail de produits déstockés

19. L'Autorité a retenu l'existence d'un marché de la distribution au détail d'articles à bas prix dans lequel des magasins spécialisés dans le déstockage de produits de marque ou la vente de produits discomptés vendent des articles à bas prix aux consommateurs. Elle a envisagé une segmentation de ce marché par famille de produits et par canal de distribution¹². Concernant la distribution de vêtements déstockés, l'Autorité a récemment envisagé une distinction en fonction de l'âge et du genre¹³.
20. Au cas présent, les parties à l'opération disposent de magasins de déstockage dans lesquels elles distribuent à des prix inférieurs aux prix pratiqués dans les magasins traditionnels les stocks non écoulés (vêtements pour femmes et chaussures) des collections précédentes¹⁴.
21. En l'espèce, il n'est pas nécessaire de revenir sur cette délimitation du marché de la distribution au détail de produits déstockés, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit la segmentation retenue.

⁸ Voir, notamment, les décisions n° 10-DCC-139 et n° 21-DCC-43 précitées.

⁹ Décision de l'Autorité n° 18-DCC-50 du 20 avril 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sarenza SA par la société Monoprix SAS (groupe Casino).

¹⁰ Voir, notamment, les décisions n° 10-DCC-139 et n° 21-DCC-43 précitées.

¹¹ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 18-DCC-50 du 20 avril 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sarenza SA par la société Monoprix SAS (groupe Casino).

¹² Voir, notamment, les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-88 du 20 juin 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Stokomani Holding SAS par la société Sagard SAS et n° 18-DCC-150 précitées et Décision 19-DCC-162 du 23 août 2019 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe De Fursac par le groupe Sandro Maje Claudie Pierlot.

¹³ Décision de l'Autorité n° 21-DCC-128 du 22 juillet 2021 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Kidiliz par le groupe Idkids.

¹⁴ Les parties ne sont pas présentes sur le marché de l'approvisionnement en produits déstockés.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

22. S'agissant de la distribution au détail de chaussures, de vêtements et de produits déstockés, l'Autorité considère que la concurrence s'exerce entre les points de vente situés dans des zones de chalandise. Deux critères sont utilisés pour délimiter ces zones¹⁵ :
- d'une part, pour les boutiques spécialisées, il existe autant de marchés géographiques que de villes où sont situés les détaillants susceptibles de vendre ces articles, chacun de ces marchés correspondant à la zone d'attraction commerciale de la ville dans laquelle un magasin des parties est situé ;
 - d'autre part, pour les GSS et les GSA, le marché géographique correspond à un rayon de 20 minutes en voiture à partir d'un magasin des parties. Cette délimitation est également retenue pour les boutiques spécialisées qui sont implantées dans des centres commerciaux adossés à des GSS ou des GSA.
23. Par ailleurs, le poids croissant dans ce secteur de chaînes de distribution spécialisées, constituées de réseaux de points de vente sous une enseigne commune, exploités en propre, en franchise ou en groupement d'achats et présents sur l'ensemble du territoire national pose la question de l'intérêt d'une analyse complémentaire au niveau national¹⁶.
24. Enfin, s'agissant des ventes à distance de ces articles, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence retient une délimitation nationale, en raison des différences linguistiques et de l'hétérogénéité des habitudes des consommateurs au sein de l'Union européenne, ainsi que de l'homogénéité des coûts et des délais de livraison au niveau national.
25. En l'espèce, Caroll distribue principalement ses articles par le biais de chaînes de boutiques spécialisées. Caroll distribue également ses articles par le biais de magasins de déstockage et sur internet. L'analyse concurrentielle des effets de l'opération sur les marchés aval de la distribution au détail sera ainsi menée au niveau national et au niveau local. L'analyse locale sera menée au niveau des zones dans lesquelles les activités des parties se chevauchent. Compte tenu de la typologie des points de ventes cibles (boutiques spécialisées, qui sont soit situées en centre-ville, soit implantées dans des centres commerciaux adossés à des GSS ou des GSA), ces zones correspondent selon les cas aux zones d'attraction commerciale de villes ou à des zones d'un rayon de 20 minutes en voiture autour des boutiques cibles implantées dans des centres commerciaux.

III. Analyse concurrentielle

26. Les parties sont simultanément actives sur les marchés amont de l'approvisionnement en vêtements et en chaussures pour femmes (en tant qu'acheteurs), ainsi que sur les marchés aval de la distribution au détail pour ces mêmes produits et pour les produits déstockés.

1. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

27. Sur les marchés amont de l'approvisionnement en chaussures et en vêtements pour femmes, la partie notifiante a estimé que la part de marché de la nouvelle entité sera inférieure à 25 %.

¹⁵ Décisions n° 10-DCC-139, n° 10-DCC-159 et n° 16-DCC-166 précitées.

¹⁶ Voir, notamment, les décisions n° 10-DCC-139 et n° 21-DCC-43 précitées.

28. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur ces marchés.

2. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DÉTAIL

a) Analyse nationale

29. Au niveau national, les activités aval de distribution au détail des parties à l'opération se chevauchent sur les marchés de la distribution de vêtements et de chaussures, de milieu de gamme, pour femmes, ainsi que sur le marché de la distribution au détail de produits déstockés pour femmes.
30. La nouvelle entité disposera d'une part de marché inférieure à 25 % sur ces marchés nationaux, quelle que soit la segmentation envisagée. Elle fera notamment face à la concurrence d'autres enseignes nationales, disposant de magasins physiques et de sites de vente en ligne, telles que Camaïeu, Esprit, Armand Thierry Femme, Burton of London, Naf Naf, Superdry, Kookai, United Color of Benetton, Maison 123, Comptoir des Cotonniers, IKKS, Levis ou encore Zara.
31. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur ces marchés.

b) Analyse locale

32. Au niveau local, les parties¹⁷ sont simultanément présentes dans 283 zones de chalandise¹⁸ au titre de leurs activités de distribution au détail de chaussures et de vêtements pour femmes. Elles n'opèrent en revanche pas simultanément dans les mêmes zones de chalandise au titre de leurs activités de distribution au détail de produits déstockés.
33. L'analyse quantitative a été menée sur les différentes segmentations envisagées par la pratique décisionnelle et de manière conservatrice, puisque les parts de marché n'incluent pas les ventes en ligne.
34. S'agissant de l'activité de distribution au détail de chaussures de milieu de gamme pour femmes, la part de marché de la nouvelle entité sera inférieure à 25 % sur l'ensemble des zones, quelle que soit la segmentation envisagée. De plus, les consommateurs pourront s'adresser aux enseignes concurrentes de la nouvelle entité ainsi qu'à des magasins spécialisés exclusivement dans la vente de chaussures tels qu'André, Jonak, San Marina et Bocage.
35. En ce qui concerne l'activité de distribution au détail de vêtements de milieu de gamme pour femmes, tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté dans 277 zones de chalandise concernées dans la mesure où, toutes segmentations confondues, la nouvelle entité aura une part de marché inférieure à 45 %, en présence d'au moins trois enseignes concurrentes.
36. À titre conservateur et à l'instar de la méthodologie qui avait été suivie dans le cadre de la décision n° 21-DCC-43 précitée, une analyse qualitative sera présentée pour les différentes

¹⁷ Caroll opère sur ces marchés à travers des points de vente sous enseigne éponyme, qui sont majoritairement des boutiques spécialisées dans la distribution de vêtements et de chaussures pour femmes. Celles-ci sont localisées en centre-ville ou dans les centres commerciaux et disposent, chacune, d'une surface commerciale de vente inférieure à 400 m². Les autres boutiques spécialisées de l'enseigne Caroll ont une activité dédiée à la distribution au détail de produits déstockés. Il est précisé que, sur les 292 points de ventes cibles situés en France, neuf d'entre eux ne figurent pas dans l'analyse concurrentielle car, indépendamment de l'opération, ils ont été fermés ou vont l'être prochainement. En ce qui concerne les points de vente du groupe Beaumanoir, il s'agit majoritairement de boutiques spécialisées localisées en centre-ville ou dans les centres commerciaux et qui ont majoritairement une surface de vente inférieure à 400 m², à l'exception des points de vente de l'enseigne Vib's, d'un point de vente de l'enseigne Cache Cache situé à Tourville-la-Rivière (76) et d'un point de vente sous enseigne Bonobo situé à L'Isle-d'Abeau (38) Certains des points de vente de l'acquéreur ont une activité dédiée à la distribution au détail de produits déstockés.

¹⁸ À savoir dans 165 villes où sont situées les boutiques spécialisées cibles situées en centre-ville et dans 118 zones isochrones d'un rayon de 20 minutes en voiture autour des boutiques spécialisées cibles implantées dans des centres commerciaux adossés à des GSS ou des GSA.

zones dans lesquelles les parts de marché de la nouvelle entité seront supérieures à 45 % ou en présence de moins de trois enseignes concurrentes¹⁹.

37. Au sein de six zones de chalandise, à savoir celles de Mandelieu (06), Dinan (22), Redon (35), Marmande (47), Saverne (67) et Colombes (92), il ressort de l'analyse quantitative conservatrice (ne prenant pas en compte la pénétration des ventes en ligne) exposée ci-après que la nouvelle entité aura une part de marché supérieure à 45 %, ou bien sera confrontée à la concurrence de moins de trois enseignes sur certaines segmentations.
38. Dans les zones de Mandelieu, de Dinan, de Marmande et de Saverne, la nouvelle entité détiendra des parts de marché comprises entre [40-50] % et [50-60] % (avec une addition de parts de marché comprise entre [0-5] et [10-20] points) sur la distribution au détail de vêtements pour femmes, de milieu de gamme, en magasin physique :
 - dans la zone de Mandelieu, la part de marché de la nouvelle entité atteindra [40-50] % sur la distribution au détail de vêtements pour femmes, de milieu de gamme, en magasin physique, avec une addition de parts de marché de [5-10] points. La nouvelle entité sera toutefois confrontée à la concurrence de huit opérateurs, dont notamment les enseignes Camaïeu ([10-20] %), Pourquoi Pas ([10-20] %) et Promod ([5-10] %) ;
 - dans la zone de Dinan, la part de marché de la nouvelle entité atteindra [50-60] % sur la distribution au détail de vêtements pour femmes, de milieu de gamme, en magasin physique, avec une addition de parts de marché de [0-5] points. La nouvelle entité sera toutefois confrontée à la concurrence de sept opérateurs, dont notamment les enseignes Camaïeu ([5-10] %), Sud Express ([5-10] %) et Burton of London ([5-10] %) ;
 - dans la zone de Marmande, la part de marché de la nouvelle entité atteindra 46,6 % sur la distribution au détail de vêtements pour femmes, de milieu de gamme, en magasin physique, avec une addition de parts de marché de [10-20] points. La nouvelle entité sera toutefois confrontée à la concurrence de cinq opérateurs, dont notamment les enseignes Naf Naf ([10-20] %), Riu Paris ([10-20] %) et Camaïeu ([10-20] %) ;
 - dans la zone de Saverne, la part de marché de la nouvelle entité atteindra [40-50] % sur la distribution au détail de vêtements pour femmes, de milieu de gamme, en boutique spécialisée uniquement, avec une addition de parts de marché de [5-10] points. La nouvelle entité sera toutefois confrontée à la concurrence de quatre opérateurs, dont notamment les enseignes Camaïeu ([20-30] %) et Mise au Green ([0-5] %).
39. Par ailleurs, dans les zones de Redon et de Colombes, la nouvelle entité, qui détiendra des parts de marché inférieures à [40-50] % (avec une addition de parts de marché comprise entre [5-10] et [5-10] points) sur la distribution au détail de vêtements pour femmes, de milieu de gamme, en magasin physique, sera confrontée à moins de trois concurrents dans chacune de ces deux zones :
 - dans la zone de Redon, sur la distribution au détail de vêtements pour femmes, de milieu de gamme, en magasin physique, la nouvelle entité, dont la part de marché de la nouvelle entité atteindra [40-50] % avec une addition de parts de marché de [5-10] points, ne sera confrontée à la concurrence que de deux concurrents. Il s'agit des enseignes Superstore ([40-50] %) et Esprit ([10-20] %) ;
 - dans la zone de Colombes, sur la distribution au détail de vêtements pour femmes, de milieu de gamme, en boutique spécialisée uniquement, la nouvelle entité, dont la part de

¹⁹ À cet égard, il est précisé au paragraphe 832 des lignes directrices de l'Autorité relatives au contrôle des concentrations, « lorsqu[e] [...] la part de marché de la nouvelle entité dans la zone concernée est supérieure à 50%, ou lorsqu'elle l'estime nécessaire, compte tenu des spécificités du cas de l'espèce, l'Autorité procède à une analyse plus qualitative de la situation concurrentielle sur la zone considérée ».

marché sera de [30-40] % avec une addition de parts de marché de [5-10] points, ne sera confrontée à la concurrence que de deux concurrents. Il s'agit des enseignes Camaïeu ([50-60] %) et Antonelle ([10-20] %).

40. En ce qui concerne les zones de Mandelieu, de Dinan, de Marmande et de Saverne, la nouvelle entité sera confrontée à un minimum de quatre concurrents.
41. S'agissant des zones de Redon et de Colombes, il apparaît que les consommateurs disposeront toujours de la possibilité de se reporter facilement sur des points de vente concurrents situés à proximité immédiate des zones concernées, parmi lesquels un point de vente d'au moins une enseigne nationale concurrente (telle que Camaïeu ou Esprit). On peut noter au surplus que la partie notifiante indique que, s'agissant de la zone de Redon « *en raison d'un découpage communal particulier, le marché géographique restreint à la ville aboutit à exclure un Camaïeu situé dans [la] ville mitoyenne [de Saint-Nicolas-de-Redon] mais à moins de 5 minutes de la cible alors qu'est maintenu un Vib's plus éloigné de la cible mais toujours dans la ville* »²⁰. Pour la zone de Colombes, la partie notifiante rappelle que la commune est située dans la petite couronne parisienne et que la ville de Colombes est située « *à proximité de très nombreux centres commerciaux, au sein desquels l'on retrouve moult boutiques de prêt-à-porter féminin milieu de gamme* », notamment celles « *contenues dans le centre commercial Westfield Les 4 Temps, situé à seulement 14 minutes en voiture de la ville de Colombes* »²¹.
42. En outre, quelle que soit la zone considérée, la nouvelle entité restera confrontée à la pression concurrentielle exercée par les opérateurs de vente en ligne, qui proposent une large gamme de vêtements.
43. L'opération n'est donc pas susceptible de soulever des problèmes de concurrence sur le marché de la distribution au détail de vêtements pour femmes de milieu de gamme.
44. Compte tenu de ce qui précède, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 21-127 est autorisée.

La vice-présidente,

Fabienne Siredey-Garnier

© Autorité de la concurrence

²⁰ *Courrier de la partie notifiante du 16 juillet 2021, p. 5.*

²¹ *Courrier de la partie notifiante du 11 août 2021, p. 21.*