



**Décision n° 16-DEX-02 du 23 mars 2016
relative à la prise de contrôle exclusif de Darty par la Fnac**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 17 février 2016, relatif à la prise de contrôle exclusif de Darty par la Fnac, formalisée par une offre pré-conditionnelle en date du 20 novembre 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. 430-7 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

1. Groupe Fnac (ci-après « **la Fnac** ») est une société anonyme créée en 1954 qui a été introduite en Bourse sur le marché réglementé du NYSE Euronext à Paris le 20 juin 2013. Le capital et les droits de vote de la Fnac sont répartis entre Groupe Artémis (38,8 %), Prudential plc (9,15 %), DNCA Finance (7,03 %) et le public (44,94 %). La Fnac est active dans la distribution d'une large gamme de produits éditoriaux (musique, vidéo, livres et jeux de société), électroniques (photographie, TV-vidéo, son, micro-informatique, consoles et jeux vidéo), ainsi que dans la billetterie.
2. En France, la Fnac distribue ces produits par le biais de 121 magasins, parmi lesquels 86 magasins intégrés et 35 magasins franchisés¹. Elle dispose de quatre formats de magasins : des magasins situés en centre-ville ou dans les quartiers commerçants de grandes villes (magasins « traditionnels »), des magasins implantés dans des zones commerciales à fort trafic en périphérie des grandes villes (magasins « de périphérie »), des magasins localisés dans les villes moyennes et les grandes villes afin de compléter le maillage de l'enseigne (magasins « de proximité ») et des magasins dans les aéroports et les gares (magasins « Travel »). La Fnac exploite également un site internet (www.fnac.com) qui propose une offre de produits élargie par rapport à ses points de vente physique. Les produits vendus en ligne sont distribués en direct par la Fnac et par des tiers au moyen d'une place de marché.

¹ Fin 2015 [Rectification d'erreur matérielle].

3. Groupe Darty (ci-après « **Darty** ») est une société de droit anglais créée en 1957 qui a été introduite en Bourse à Londres le 7 juillet 2003. Le capital et les droits de vote de Darty sont répartis entre Knight Vinke (14,4 %), Schroders plc (14,8 %), Teacher Retirement System of Texas (10,7 %), UBS Global Asset Management (6,8 %), Standard Life Investments Limited (8,6 %), Legal & General Investment Management (5 %), DNCA Finance (6,7 %) et le public (33 %). Darty distribue des produits « blancs » (gros et petit électroménager), des produits « gris » (communication et multimédia), des produits « bruns » (téléviseurs et produits audio) ainsi que des cuisines équipées sur mesure. En France, Darty distribue ses produits par le biais de 220 magasins intégrés et 55 magasins franchisés. Darty exploite également deux sites Internet www.darty.com et www.mistergooddeal.com² qui distribuent, en direct et au moyen de places de marché, une offre de produits élargie par rapport à ses points de vente physiques.
4. Au terme d'une offre pré-conditionnelle en date du 20 novembre 2015, la Fnac s'est engagée à acquérir la totalité du capital émis et à émettre de Darty. A l'issue de l'opération, la Fnac détiendra 100 % du capital de Darty.
5. En ce qu'elle constitue une prise de contrôle exclusif de Darty par la Fnac, l'opération notifiée constitue une concentration, au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total hors taxes sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (la Fnac : 3,895 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2014 ; Darty : 3,512 milliards d'euros pour l'exercice clos au 30 avril 2015). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires total hors taxes supérieur à 50 millions d'euros (la Fnac : 2,777 milliards d'euros ; Darty : 2,813 milliards d'euros). Les seuils de notification de l'article 1, paragraphes 2 et 3, du règlement (CE) 139/2004 sont franchis mais chacune des entreprises concernées réalisant plus des deux tiers de son chiffre d'affaires dans l'Union européenne en France, l'opération ne revêt pas une dimension européenne. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.
7. L'opération consiste dans le rapprochement de deux opérateurs actifs sur les marchés de la vente au détail de produits électrodomestiques, en particulier sur les marchés des produits « gris » (communication et multimédia) et des produits « bruns » (téléviseurs et produits audio). Elle entraînera en particulier un renforcement des positions de la partie notifiante tant sur les marchés amont de l'approvisionnement que sur les marchés aval de la distribution au détail de ces produits. Au niveau local, plusieurs marchés sont affectés. Sur la base d'un examen des marchés locaux tenant compte des seules ventes en points de vente physiques, les positions des parties sont de nature à susciter des doutes sérieux de concurrence, dans la mesure où la part de marché de la nouvelle entité y sera très significative dans plusieurs zones locales.
8. Néanmoins, la partie notifiante fait valoir que les distributeurs de produits électroniques sur internet exercent une pression concurrentielle importante sur les magasins physiques. Celle-ci aurait pour effet de relativiser sensiblement la position de la nouvelle entité sur les marchés concernés.
9. Le test de marché effectué au cas d'espèce confirme que les opérateurs de vente en ligne exercent une pression concurrentielle sur les acteurs qui disposent d'un réseau de magasins physiques. Les éléments versés au dossier par les parties et leurs concurrents font notamment état de l'adoption de politiques commerciales tendant à un alignement général des prix aux consommateurs fixés en magasins sur ceux proposés en ligne pour les enseignes présentes sur

² Décision de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-28 du 5 mars 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Mistergooddeal SA par le groupe Darty.

les deux canaux. L'instruction confirme cet élément de fait, mais tend également à constater qu'il demeure aussi une interaction concurrentielle locale entre points de vente physiques, tant sur les paramètres tarifaires que non-tarifaires du positionnement des différents opérateurs.

10. Compte tenu de ces éléments, il convient donc d'examiner la définition des marchés de la distribution des produits électroniques, en étudiant la possibilité de retenir l'existence d'un marché unique incluant les ventes en ligne et les ventes en magasins. L'appréciation de la position des parties à l'issue de l'opération nécessite également d'évaluer l'intensité de la pression à laquelle la nouvelle entité sera soumise de la part des distributeurs concurrents, y compris, le cas échéant, des distributeurs n'opérant qu'en ligne.
11. Il y a donc lieu d'engager un examen approfondi, en application du III de l'article L. 430-5 du code de commerce.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 15-233 est soumise à un examen approfondi dans les conditions prévues à l'article L. 430-6 du code de commerce.

Le président,

Bruno Lasserre