

**Décision n° 22-DCC-74 du 25 avril 2022
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Bimédia par la
société TA Associates**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 3 mars 2022, relatif à la prise de contrôle de Bimédia par TA Associates, formalisée par le contrat de cession du 29 octobre 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 :

Résumé¹

Aux termes de la présente décision, l'Autorité a procédé à l'examen de la prise de contrôle exclusif de la société Bimédia par la société TA Associates.

TA Associates gère un ensemble de fonds d'investissement qui détiennent notamment le groupe DL Software, lequel détient à son tour la société Devlyx. Devlyx et Bimédia sont toutes deux actives dans le secteur des solutions globales de caisse. Leurs solutions globales de caisse sont principalement destinées aux commerces distribuant des produits du tabac et/ou de la presse (ci-après « tabacs/presse »).

L'Autorité a examiné les effets de l'opération sur le marché de la fourniture de solutions globales de caisse et sur le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés par le biais de solutions globales de caisse.

S'agissant de la fourniture de solutions globales de caisse, l'Autorité a envisagé de segmenter le marché en fonction du type de commerce utilisateur et considéré qu'il était pertinent, dans le cas d'espèce, de mener son analyse sur le marché national de la fourniture de solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse, sur lequel Devlyx et Bimédia sont simultanément actives. Elle a constaté que l'opération conduirait à une situation de quasi-duopole sur ce marché, et examiné la probabilité d'effets non-coordonnés ou d'effets coordonnés. Elle a exclu que l'opération ne conduise à des effets non-coordonnés sous forme de hausse des prix au vu du contexte concurrentiel et en particulier de la stratégie tarifaire du principal concurrent de la nouvelle entité et de la tendance baissière des prix du marché. Elle a considéré qu'un risque de coordination de la nouvelle entité et de son principal concurrent sur le seul marché des solutions globales de caisse était quant à lui peu probable compte tenu du lien étroit existant entre ce marché et celui de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés et de l'absence de transparence suffisante sur ce dernier.

S'agissant de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés par le biais de solutions globales de caisse, l'Autorité a constaté que cette activité était étroitement liée à celle de fourniture de solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse. Elle a par conséquent mené son analyse en considération des commerces de type tabacs/presse et retenu une dimension géographique nationale. Elle a considéré que l'opération était également susceptible d'aboutir à un quasi-duopole sur ce marché, et examiné la probabilité qu'elle ne conduise à des effets non-coordonnés ou à des effets coordonnés. Premièrement, constatant l'existence d'incitations pour les fournisseurs de solutions globale de caisse à proposer une gamme de services dématérialisés la plus variée et profonde possible et le coût limité d'intégration d'un service dématérialisé à une solution globale de caisse par rapport au revenu susceptible d'être généré, l'Autorité a exclu que l'opération ne conduise à une réduction de l'offre ou à un verrouillage de l'accès au marché pour les fournisseurs de services dématérialisés. Deuxièmement, l'Autorité a exclu que l'opération ne conduise à une modification des conditions tarifaires au détriment des fournisseurs de services dématérialisés compte tenu du pouvoir de négociation de la grande majorité d'entre eux et de l'existence de canaux alternatifs de distribution. Troisièmement, elle a exclu que l'opération ne conduise à une modification des conditions tarifaires au détriment des tabacs/presse compte tenu notamment du fait que les fournisseurs de solutions globales de caisse considèrent le niveau des revenus que les tabacs/presse peuvent tirer de la vente de services dématérialisés au travers de leur solution globale de caisse comme un levier de concurrence important. Quatrièmement, elle a exclu que l'opération n'aboutisse à une coordination de la nouvelle entité et de son principal concurrent compte tenu de l'opacité et du dynamisme du marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés par le biais de solutions globales de caisse.

En conséquence, l'Autorité a autorisé l'opération sans condition.

¹ Ce résumé a un caractère strictement informatif. Seuls font foi les motifs de la décision numérotés ci-après.

SOMMAIRE

I. LES ENTREPRISES CONCERNÉES ET L'OPÉRATION.....	5
II. DÉLIMITATION DES MARCHÉS PERTINENTS.....	5
A. LE MARCHÉ DE LA FOURNITURE DE SOLUTIONS GLOBALES DE CAISSE	6
1. REMARQUES PRÉLIMINAIRES	6
2. MARCHÉS DE PRODUIT	7
a) Sur une segmentation par type de matériel	7
b) Sur une segmentation par type de prestation.....	8
c) Sur une segmentation par type de commerce.....	9
3. MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE.....	12
B. LE MARCHÉ DE L'INTERMÉDIATION POUR LA VENTE DE SERVICES DÉMATÉRIALISÉS.....	12
1. REMARQUES PRÉLIMINAIRES	12
2. MARCHÉ DE PRODUIT	14
a) Sur une segmentation par type de service	16
b) Sur une segmentation par type de commerce.....	17
3. MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE.....	18
III. ANALYSE CONCURRENTIELLE.....	19
A. SUR LE MARCHÉ DE LA FOURNITURE DE SOLUTIONS GLOBALES DE CAISSE DESTINÉES AUX TABACS/PRESSE.....	19
1. SUR LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ.....	19
a) Les parts de marché	19
<i>Remarques préliminaires.....</i>	<i>19</i>
<i>Les parts de marchés exprimées en nombre de points de vente équipés et le degré de concentration du marché</i>	<i>19</i>
b) Les caractéristiques des entreprises	21
c) Les caractéristiques de l'offre et de la demande	21
2. SUR LES RISQUES D'EFFETS NON-COORDONNÉS RELATIFS AUX PRIX DE VENTE DES SOLUTIONS GLOBALES DE CAISSE.....	22
3. SUR LES RISQUES D'EFFETS COORDONNÉS.....	23
a) Critères d'analyse	23
b) Application au cas d'espèce.....	24
B. SUR LE MARCHÉ DE L'INTERMÉDIATION POUR LA VENTE DE SERVICES DÉMATÉRIALISÉS.....	26
1. SUR LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ.....	26
a) Les parts de marché et le degré de concentration du marché	26

b) Le lien entre le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés et le marché de la fourniture de solutions globales de caisse	26
2. SUR LES RISQUES D'EFFETS NON-COORDONNÉS	27
a) Sur les risques de réduction de l'offre et de verrouillage de l'accès au marché pour les fournisseurs de services dématérialisés	27
b) Sur les risques relatifs au niveau des remises et des commissions des services dématérialisés	28
3. SUR LES RISQUES D'EFFETS COORDONNÉS.....	30
DÉCISION	32

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. TA Associates, société de droit américain, gère un ensemble de fonds d'investissement qui contrôlent des sociétés actives dans les secteurs de la technologie, des services financiers, de la santé, des biens de consommation, et des services commerciaux aux États-Unis, en Europe et en Asie (ci-après « TA Associates » ou l'« acquéreur »). Les fonds gérés par TA Associates détiennent notamment dans leur portefeuille le groupe DL Software qui est spécialisé dans la commercialisation de progiciels de gestion et dont l'une des filiales, la société Devlyx, est active dans le secteur des solutions globales de caisse.
2. Bimedia Finances détient l'intégralité du capital de la société Bimedia, cette dernière détenant à son tour l'intégralité du capital des sociétés DPDV, BURALOG, SRD MP et SRD (ci-après ensembles « Bimedia » ou « la cible »). Bimedia est également active dans le secteur des solutions globales de caisse.
3. L'opération, matérialisée par le contrat de cession du 29 octobre 2021, consiste en l'acquisition par TA Associates, via sa filiale DLPV Software SAS*, de l'intégralité des titres de Bimedia Finance auprès de ses actionnaires actuels, à savoir le fonds Idinvest Partners, BIMFI, le fonds A Plus Finance et le management de cette société. À l'issue de l'opération, Bimedia sera contrôlée exclusivement par TA Associates. Dès lors que l'opération entraîne un changement de contrôle, elle 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 sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (TA Associates : $[\geq 150 \text{ millions}]$ d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2020 ; Bimedia : $[\leq 150 \text{ millions}]$ d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2020). Chacune de ces entreprises réalisent, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (TA Associates : $[\geq 50 \text{ millions}]$ d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2020 ; Bimedia : $[\geq 50 \text{ millions}]$ d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2020). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension 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, relatives à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

5. Devlyx et Bimedia sont simultanément actives dans le secteur des solutions globales de caisse.
6. L'activité principale de Devlyx est la fourniture de solutions globales de caisse. Pour assurer leur distribution auprès des commerçants, Devlyx s'appuie sur un réseau de distributeurs indépendants. Elle a également noué différents partenariats, notamment avec la société Worldline Prepaid Services France (anciennement Ingenico Prepaid Services France) (ci-après « Ingenico ») s'agissant de l'intégration de services dématérialisés dans ses solutions globales de caisse.

* Rectification d'erreur matérielle.

7. Bimedia, pour sa part, a pour principales activités la fourniture et la distribution de solutions globales de caisse (via sa filiale Buralog), l'intégration de services dématérialisés dans ses solutions globales de caisse (via sa filiale SRD MP) et la vente en gros de produits de téléphonie mobile (via sa filiale SRD).
8. Compte tenu de ces différentes activités et de leurs évolutions prévisibles, les effets de l'opération ont été analysés sur le marché de la fourniture de solutions globales de caisse (A) et de l'intégration de services dématérialisés dans les solutions globales de caisses (B)².

A. LE MARCHÉ DE LA FOURNITURE DE SOLUTIONS GLOBALES DE CAISSE

1. REMARQUES PRÉLIMINAIRES

9. Les solutions globales de caisse sont des équipements matériels et logiciels permettant aux commerçants de réaliser différentes tâches liées à leur activité de vente au détail (l'encaissement, la gestion du stock, la saisie de commandes d'approvisionnement, ou encore, dans certains cas, la commercialisation de produits et services tiers, dits « services dématérialisés »). Il s'agit d'outils dédiés à la vente et au pilotage de l'activité des commerçants autour d'un terminal de point de vente (TPV). Elles combinent ainsi les fonctions habituelles des caisses enregistreuses des commerces de détail (la réalisation de transactions) et la gestion logicielle de l'activité du point de vente.
10. À cet égard, la partie notifiante explique que les solutions globales de caisse consistent en un ensemble d'équipements matériels et de services qui comprennent (i) un écran de caisse et ses périphériques, tels que des terminaux de paiement (TPE), une imprimante pour les tickets de caisse et d'autres accessoires (le « *hardware* »), (ii) des logiciels qui permettent de faire fonctionner la caisse (le « *software* »), et (iii) des services de maintenance et d'assistance technique et informatique.
11. Comme cela a été exposé aux paragraphes 5 à 7, Devlyx et Bimedia sont simultanément actives dans le secteur des solutions globales de caisse qui sont, *in fine*, commercialisées auprès de commerces de proximité, principalement des commerces distribuant des produits du tabac ou de la presse (ci-après « tabacs/presse »)³.
12. Devlyx et Bimedia n'ont pas le même modèle économique. Bimedia assure directement, par l'intermédiaire de sa propre force de vente, la commercialisation de ses solutions globales de caisse auprès des commerces de proximité. La partie notifiante considère qu'à ce titre Bimedia a une relation commerciale directe avec les commerces de proximité et conserve toute la maîtrise de la commercialisation de son offre. Devlyx, en revanche, est présenté

² Les marchés de la vente en gros de produits de téléphonie et de produits pipiers ne sont pas analysés dans la présente décision compte tenu de l'absence d'activité notable de Devlyx sur ces marchés. Les parties ont également une activité de vente d'espaces publicitaires par le biais de leurs solutions globales de caisse. Celle-ci ne justifie toutefois pas une analyse spécifique puisqu'il s'agit d'une activité totalement accessoire à celle de fourniture de solutions globales de caisse, qui n'est pas ou très peu développée par les parties et leurs concurrents, représente une part tout à fait infime de leur chiffre d'affaires et n'apparaît pas aujourd'hui comme un aspect stratégique des solutions globales de caisse pour les utilisateurs.

³ Entre [60-70] et [60-70] % des commerces équipés de solutions globales de caisse Devlyx sont des tabacs/presse et entre [30-40] et [30-40] % sont des petits commerces à dominante alimentaire. Concernant Bimedia, la quasi-totalité des commerces équipés de ses caisses sont des tabacs/presse, les petits commerces à dominante alimentaire représentent moins de 5 %.

comme un fournisseur de solutions globales de caisse qui approvisionne uniquement des distributeurs-grossistes indépendants spécialisés dans la distribution de ces produits auprès des commerces de proximité.

13. Ainsi, Devlyx et Bimedia ont adopté des modèles économiques différents pour la commercialisation de leurs solutions globales de caisse. La première a recours à des partenaires pour assurer la distribution, tandis que la seconde opère selon un modèle intégré et assure elle-même la distribution de ses solutions globales de caisse.
14. La partie notifiante déduit de ces différences de modèles de commercialisation que les parties ne sont pas actives au même stade de la commercialisation des solutions globales de caisse.
15. Toutefois, ces seuls éléments sont inopérants pour conduire à la conclusion qu'il n'existerait aucun chevauchement d'activités des parties. En effet, il est constant que les parties exercent des activités concurrentes de fourniture de solutions globales de caisse. En outre, il ne peut être exclu que l'opération conduite à une convergence de leurs modèles commerciaux.
16. L'analyse sera donc menée sur le marché de la fourniture des solutions globales de caisse.

2. MARCHÉS DE PRODUIT

17. La Commission européenne a été amenée à analyser le marché des solutions de caisse à l'occasion de la décision du 29 juin 2012 dans l'affaire *Toshiba / IBM'S Retail Stores Solutions Business*⁴. Elle a relevé que les solutions de caisse présentent la caractéristique d'être interconnectées avec les autres équipements informatiques et logiciels du commerce, se distinguant ainsi des simples caisses enregistreuses électroniques, qui n'offrent pas, pour leur part, de telles possibilités d'interconnexion⁵. Par ailleurs, elle a envisagé une segmentation de ce marché en fonction du type de matériel, du type de commerce, ou encore du type de prestation.

a) Sur une segmentation par type de matériel

18. La Commission européenne a envisagé une segmentation du marché par type de matériel, en distinguant (i) les systèmes de caisse traditionnels devant être opérés par un caissier (« *cashier-operated POS systems* »), (ii) les systèmes combinant un ordinateur et un tiroir-caisse (« *PC-On-Cash-Drawer systems* »), (iii) les systèmes en libre-service, et (iv) les systèmes périphériques tels que les imprimantes de tickets de caisse. Les résultats du test de marché ne lui ont cependant pas permis de conclure sur l'existence de marchés distincts pour chaque type de matériel.
19. Dans le cas d'espèce, la partie notifiante considère qu'une telle segmentation n'est pas pertinente compte tenu notamment du fait que les solutions globales de caisse de Devlyx et de Bimedia comprennent à la fois un système de caisse traditionnel et des systèmes périphériques (scanner, tiroir) qui sont vendus indissociablement, et que les fournisseurs de solutions globales de caisse commercialisent une « *solution complète* » permettant d'obtenir une parfaite compatibilité entre le matériel et le logiciel.

⁴ Décision de la Commission européenne du 29 juin 2012, M.6606 Toshiba / IBM's retail stores solutions business.

⁵ *Ibid.* point 8.

20. Il apparaît en effet que Devlyx et Bimedia fournissent toutes deux des solutions globales de caisse intégrant non seulement un système de caisse mais également des accessoires tels qu'un deuxième écran visible par le consommateur, une douchette code-barres, une imprimante ou un TPE. Comme le souligne la partie notificante, la valeur ajoutée d'une solution globale de caisse pour un commerçant réside précisément dans la possibilité qui lui est offerte d'acquérir l'ensemble des matériels et logiciels de caisse correspondant à ses attentes auprès d'un seul et même fournisseur.
21. Dans le cas d'espèce, il n'apparaît donc pas opportun de retenir une segmentation du marché des solutions globales de caisse par type de matériel.

b) Sur une segmentation par type de prestation

22. Dans sa décision *Toshiba / IBM's retail stores solutions business*, la Commission européenne a également envisagé d'inclure dans le marché des solutions de caisse l'activité de maintenance et de support technique associée à ces solutions.
23. Dans le cas d'espèce, la partie notificante estime que les services de maintenance et d'assistance technique doivent être inclus dans le marché des solutions globales de caisse dès lors que ceux-ci sont étroitement liés à la prestation de mise à disposition des solutions globales de caisse auprès des points de vente et systématiquement proposés dans les contrats.
24. Il apparaît en effet que si le mode de commercialisation des prestations de maintenance et de support technique peut varier d'un opérateur à l'autre, la commercialisation des solutions globales de caisse, d'une part, et des prestations de maintenance et de support technique associés, d'autre part, sont étroitement liées.
25. Bimedia sous-traite auprès d'un tiers (la société [confidentiel]) l'activité de prestation de services de hotline, de maintenance et d'assistance technique associée à la mise à disposition de ses solutions globales de caisse.
26. S'agissant de Devlyx, ce sont ses distributeurs indépendants qui, en sus de la vente et de l'installation des solutions globales de caisse Devlyx, commercialisent et assurent les services de maintenance des équipements et des logiciels associés. La relation entre Devlyx et chacun de ses distributeurs partenaires est régie par un contrat de distribution unique qui inclut des clauses relatives aux obligations des distributeurs tant en matière de commercialisation des solutions globales qu'en matière de prestations de services de maintenance et d'assistance technique associés. La mission des distributeurs Devlyx est ainsi « *de garantir la promotion et la commercialisation des produits, logiciels, progiciels et services du fournisseur, et (ii) la bonne réalisation de l'ensemble des tâches techniques (installation, formation, maintenance), et (iii) d'assurer les services après-vente maintenance auprès des clients utilisateurs finaux [...]* ». Devlyx met d'ailleurs en avant, sur son site Internet, la qualité d'intervention de ses partenaires pour les prestations techniques.
27. Du point de vue de la demande, les prestations de maintenance et d'assistance technique sont effectivement acquises auprès des mêmes opérateurs que la solution de caisse sous-jacente. Ainsi, Bimédia et la plupart des fournisseurs de solutions globales de caisse proposent un abonnement pour un service de maintenance/support technique lors de la mise à disposition de la solution de caisse.

28. Les conditions générales de vente de Bimédia précisent que la solution commercialisée par Bimédia comprend le matériel, le logiciel et une maintenance incluant des prestations de maintenance et une hotline. La partie notifiante souligne que le contrat de maintenance de Bimédia est expressément lié à la durée d'engagement de la mise à disposition de la solution de caisse.
29. D'après la partie notifiante, les distributeurs Devlyx proposent quant à eux un contrat de maintenance pour toute la durée du contrat de mise à disposition de la solution de caisse. Cette durée varie usuellement entre 48 et 60 mois.
30. La Confédération des buralistes estime d'ailleurs qu'il ne serait pas possible en pratique pour un buraliste de se fournir directement auprès de fabricants de matériel de caisse ne commercialisant pas une solution globale « *du fait de l'existence de contrats de maintenance* ».
31. Dès lors, il apparaît qu'il n'est pas pertinent de segmenter le marché des solutions globales de caisse en fonction des différents types de prestations et que les solutions globales de caisse et les prestations de maintenance et de support technique associées font partie d'un seul et même marché de produit.

c) Sur une segmentation par type de commerce

32. La Commission a également envisagé une segmentation du marché en fonction du secteur d'activité des clients⁶, en relevant notamment que la plupart des concurrents interrogés dans le cadre de l'instruction considèrent que les systèmes de caisses sont adaptés de manière significative aux besoins spécifiques de chaque catégorie de client⁷.
33. La partie notifiante considère toutefois qu'une sous-segmentation du marché des solutions globales de caisse par type de commerce n'est pas pertinente. Selon elle, les fournisseurs de solutions globales de caisse commercialisent le même catalogue de solutions de base pour l'ensemble des commerces de proximité tout en proposant des adaptations pour chaque grand type d'activité (tabac, boulangerie, etc.). De même, ils proposent une gamme complète d'outils périphériques, connectés à la solution de caisse, qui sont adaptés à l'ensemble des points de vente de proximité.
34. La partie notifiante estime par ailleurs que tous les fournisseurs de solutions globales de caisse à destination de commerces de proximité sont en mesure d'adapter leur offre sans que cela n'implique des investissements et du temps constitutifs de barrières à l'entrée significatives.
35. Concernant Bimedia, il n'y aurait pas de différence significative de modalités contractuelles et de prix des solutions globales de caisse en fonction de l'activité du commerçant. En outre, les solutions globales de caisse seraient commercialisées par la même force de vente quelle que soit cette activité.

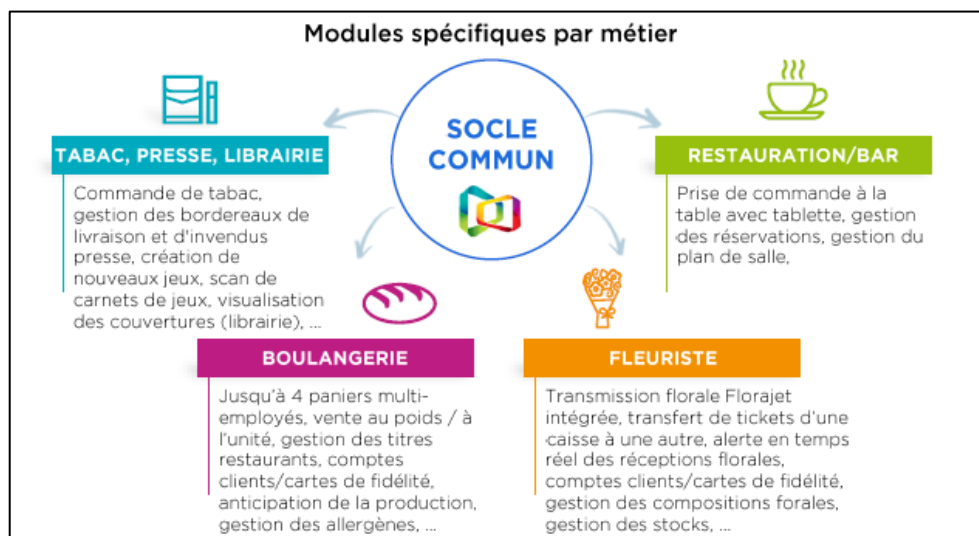
⁶ Dans sa décision, la Commission opère une distinction entre les commerces suivants : (i) commerces alimentaires et supermarchés, (ii) pharmacies, (iii) hypermarchés, grossistes et libres-services de gros (cash & carry), (iv) grands magasins, (v) grandes surfaces spécialisées, (vi) épicerie et stations-service et (iii) magasins spécialisés et hôtellerie-restauration. Voir décision Toshiba / IBM'S Retail Stores Solutions Business précitée, point 13.

⁷ Décision Toshiba / IBM'S Retail Stores Solutions Business précitée, point 15.

36. La partie notifiante reconnaît néanmoins que les solutions logicielles sont adaptées en fonction des spécificités propres à chaque type de commerce de proximité (tabac/presse, bar-restaurant, boulangerie, GMS...).
37. En particulier, pour les points de vente de tabac, une intégration du webservice proposé par Logista est nécessaire pour permettre l'échange de données informatisées (flux EDI) en lien avec la commande de produits de tabac auprès de Logista. Pour les points de vente de presse, il faut connecter la solution aux deux messageries (France messagerie et MLP) afin d'intégrer les flux EDI mis à disposition par chacune d'entre elles. Cela consiste principalement en la réception d'un document quotidien de gestion des livraisons et inventus permettant d'informatiser et d'automatiser le travail quotidien du diffuseur de presse.
38. La partie notifiante estime que le temps nécessaire pour développer des solutions spécifiques au secteur du tabac et de la presse est de l'ordre de dix à douze mois et qu'il faut mobiliser huit développeurs à temps plein pour obtenir une solution destinée aux tabacs/presse dans ce délai. Les concurrents fournissent des estimations du même ordre.
39. Cette spécificité de la demande de certaines catégories de clients est confirmée par le test de marché, dont il ressort qu'il est pertinent d'identifier à tout le moins un marché spécifique correspondant à la fourniture de solutions globales de caisses pour les tabacs/presse⁸.
40. Le test de marché confirme que les solutions globales de caisse destinées à ce type de commerces intègrent des fonctionnalités spécifiques essentielles telles que, par exemple, la mémorisation de commandes passées, l'accès aux historiques de ventes, la proposition de commande personnalisée ou la gestion des stocks pour le tabac ou encore la détection des inventus, les remontées des ventes en temps réel, la visualisation des premières de couverture avec un terminal portable, etc.
41. Par ailleurs, la segmentation identifiée dans le cadre du test de marché apparaît également dans la structuration de l'offre sur le marché.
42. Ainsi, certains acteurs se spécialisent exclusivement dans un profil de commerce. À ce titre, la société Logista/Strator indique proposer une offre exclusivement dédiée au réseau des tabacs/presse.
43. Cette spécialisation est également présente chez Bimedia, dont la clientèle est quasi-exclusivement composée de tabacs/presse, et chez Devlyx, pour qui cette clientèle reste majoritaire bien que moins représentée ([60-70] %).
44. La présentation de l'offre des différents fournisseurs reflète également cette segmentation par types de commerces. Ainsi, Bimedia qui commercialise une offre unique de solution matérielle et logicielle de base, présente dans différentes « fiches métiers » les adaptations nécessaires à chaque grand type d'activité.

⁸ La Commission européenne n'a jamais eu à se prononcer sur cette segmentation, ce type de clientèle spécifique n'étant pas concerné dans la décision Toshiba/IBM.

Figure 1- Présentation de l'offre de Bimedia



Source : Partie notifiante

45. L'offre de Devlyx inclut elle aussi un logiciel intégrant des fonctionnalités spécifiques pour les buralistes et les diffuseurs de presse.
46. Si les principaux fournisseurs de solutions globales de caisse à destination des tabacs/presse apparaissent en capacité de développer une offre destinée à d'autres types de commerces – et ont pour certains déjà opté pour une stratégie de diversification – la réciproque apparaît très incertaine. Ainsi, les sociétés Devlyx ou Aleda, qui adressaient historiquement des tabacs/presse ont également développé des solutions pour les commerces de détail à dominante alimentaire qui représentent aujourd'hui une part non négligeable de leurs utilisateurs finaux. En revanche, plusieurs autres opérateurs dont le profil est plus généraliste et qui avaient été identifiés par les parties comme des fournisseurs de solutions globales de caisse concurrents de Bimedia et de Devlyx (tels que Cashmag, Crisalid, Fiducial ou encore Menlog) sont soit très peu présents, soit totalement absents, du marché des tabacs/presse et indiquent en réalité ne pas ou ne plus être en mesure de faire concurrence aux parties sur ce marché.
47. Cette catégorie de clientèle se caractérise en outre par le fait qu'il s'agit du principal utilisateur de solutions de caisse intégrant des services dématérialisés. Les politiques successives autour du tabac et de la presse ont en effet amené les buralistes et diffuseurs de presse à transformer leur modèle économique. Outre l'arrivée de nouveaux produits, ils trouvent des relais de croissance dans la vente de codes prépayés dématérialisés, les services de transfert d'argent, la vente de produits bancaires, etc.
48. En l'espèce, Devlyx et Bimedia sont simultanément actives sur le marché de la fourniture de solutions globales de caisses destinées à l'ensemble des commerces de proximité et sur le marché plus restreint de la fourniture de solutions globales de caisse destinées aux seuls tabacs/presse. L'analyse sera menée sur ce second marché plus restreint.

3. MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

49. S'agissant de la délimitation géographique du marché, la Commission européenne a laissé la définition de marché ouverte⁹ tout en suggérant que le marché serait de taille européenne ou mondiale.
50. La partie notifiante considère que la délimitation exacte du marché géographique peut également être laissée ouverte dans le cas d'espèce dans la mesure où l'analyse des effets de l'opération sur la concurrence demeure inchangée.
51. Une majorité d'opérateurs interrogés dans le cadre de l'instruction ont considéré que la dimension du marché est nationale ou ont, tout du moins, mis en avant différents éléments objectivant une dimension nationale. Les représentants des buralistes et des marchands de presse ont ainsi indiqué que la commercialisation des solutions globales de caisse s'effectuait dans un périmètre national. Les fournisseurs de solutions globales de caisse à destination des tabacs/presse qui ont été interrogés dans le cadre de l'instruction ont, de façon unanime, indiqué commercialiser leurs solutions globales de caisse dans un périmètre géographique national.
52. En outre, comme cela a été souligné par l'un des répondants au test de marché, les logiciels de caisse sont en langue française. S'agissant plus particulièrement des solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse, les fournisseurs doivent en sus adapter leurs produits et services au système de distribution du tabac et de la presse, lequel est organisé au niveau national. La vente et l'approvisionnement des débiteurs de tabac et des marchands de presse sont en effet encadrés au niveau national. L'approvisionnement en tabac ne peut se faire qu'auprès de débiteurs spécifiques, conformément à la législation nationale fiscale.
53. En conséquence, l'analyse sera menée au niveau national.

B. LE MARCHÉ DE L'INTERMÉDIATION POUR LA VENTE DE SERVICES DÉMATÉRIALISÉS

1. REMARQUES PRÉLIMINAIRES

54. Comme mentionné précédemment, les fournisseurs de solutions globales de caisse peuvent, directement ou indirectement, intégrer au sein de leurs solutions globales de caisse des services dématérialisés. Les commerçants de proximité et plus particulièrement les tabacs/presse peuvent ainsi accéder à un catalogue de services dématérialisés divers en vue de les offrir à la vente à leur propre clientèle, le grand public. Ces services dématérialisés sont variés : il peut s'agir de services financiers, téléphoniques, administratifs, ou encore de « contenus dématérialisés » (cartes cadeaux, recharges pour jeux en ligne, etc.).
55. Les fournisseurs de solutions globales de caisses jouent ainsi un rôle d'intermédiation pour la commercialisation de ces services entre, d'une part, les fournisseurs de ces services – qui sont des opérateurs tiers – et, d'autre part, les commerces de proximité (en premier lieu les tabacs/presse) qui cherchent à diversifier leurs sources de revenus en les proposant au grand public et en n'engageant que peu de risques commerciaux (absence de stocks).

⁹ Décision Toshiba / IBM'S Retail Stores Solutions Business précitée, point 22.

56. Cette activité d'intermédiation pour la vente de services dématérialisés peut prendre des formes différentes.
57. La grande majorité des fournisseurs de solutions globales de caisse ont choisi d'intégrer totalement cette activité et proposent les services dématérialisés directement aux commerces en agissant :
- soit dans le cadre d'un contrat de grossiste ;
 - soit dans le cadre d'un mandat financé par une commission.
58. La société Devlyx, quant à elle, passe par l'intermédiaire d'un tiers (Ingenico) qui joue lui-même un rôle de grossiste ou mandataire spécialisé et auquel elle fournit une prestation consistant en l'intégration technique des services d'Ingenico dans ses solutions globales de caisse.
59. La partie notifiante considère à cet égard que la prestation de Devlyx, étant de nature purement technique, Devlyx ne serait présent à aucun stade de la commercialisation des services dématérialisés, contrairement à Bimédia. La partie notifiante en déduit que les activités des parties ne se chevauchent pas s'agissant de la mise à disposition de services dématérialisés.
60. Toutefois, ces seuls éléments sont inopérants pour conduire à la conclusion qu'il n'existerait aucun chevauchement des activités des parties en lien avec la commercialisation des services dématérialisés. En effet, il est constant que les parties valorisent *in fine* l'activité d'intermédiation pour la vente de services dématérialisés via leurs solutions globales de caisses, en ce sens qu'elles offrent toutes deux, en contrepartie d'une rémunération, des services d'intermédiation permettant la commercialisation de services dématérialisés par les commerçants. Par ailleurs, s'agissant de Devlyx, le seul constat qu'elle a adopté un modèle économique atypique sur le marché consistant à confier l'activité de grossiste ou mandataire pour la commercialisation des services dématérialisés au travers de ses solutions globales de caisse à un opérateur tiers (Ingenico) est insuffisant pour conclure que l'opération serait insusceptible d'avoir une incidence, même indirecte, sur le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés.
61. Ce marché est bien concerné par l'opération à plusieurs titres.
62. Tout d'abord, bien que la société Devlyx ne commercialise pas directement de services dématérialisés, elle joue un rôle central d'intermédiaire et d'intégrateur sur ce marché puisqu'elle met en œuvre les solutions techniques requises pour permettre la commercialisation de ces services par le biais de ses solutions globales de caisse.
63. Ensuite, l'activité de Devlyx s'agissant des solutions globales de caisse et celle d'Ingenico s'agissant des services dématérialisés proposées via les solutions globales de caisses Devlyx, sont très étroitement liées. En vertu du contrat de partenariat signé avec Ingenico, Devlyx réserve à cette dernière l'exclusivité de l'activité d'intermédiation pour [confidentiel]. Il existe ainsi une relation commerciale directe et exclusive entre Devlyx et Ingenico impliquant notamment un droit de regard de Devlyx sur l'activité d'Ingenico via ses solutions globales de caisse mais également, pour Devlyx, des objectifs de développement de l'activité Ingenico via ses propres solutions globales de caisse. De plus, dans le contexte du démarchage des commerçants, les distributeurs Devlyx présentent une « offre globale » intégrant la possibilité d'activer les services dématérialisés d'Ingenico : la plaquette de présentation commerciale de la solution logicielle proposée par Devlyx (Devance+) mentionne les services dématérialisés commercialisés par Ingenico « *Transformez votre commerce [...] Intégrez des nouveaux services à valeur ajoutée : Moneygram, Cash Back,*

PVA » et comme le précise elle-même la partie notifiante, lorsque les distributeurs de Devlyx démarchent les commerçants, ils présentent non seulement la solution de caisse elle-même, mais aussi tous les autres services supplémentaires qui peuvent être utilisés sur option par les commerçants, en ce compris les services Ingenico. En pratique, la proportion de clients tabacs/presse Devlyx activant les services Ingenico était d'ailleurs très élevée et comparable à celle constatée pour les solutions globales de caisse concurrentes : de l'ordre de [80-90] % en octobre 2021. Ce lien étroit se vérifie également au regard de la structure des revenus de Devlyx, qui en 2020 avait réalisé [30-40] % de son chiffre d'affaires au titre de sa facturation à Ingenico d'un accès à ses caisses pour commercialiser les services dématérialisés. Quant à Ingenico, comme mentionné précédemment, son partenariat avec la société Devlyx est exclusif et le chiffre d'affaires qu'elle réalise au travers des solutions globales de caisse Delvix représente une très large part de son chiffre d'affaires total.

64. En tout état de cause, il ressort des documents internes relatifs à la stratégie commerciale de la nouvelle entité postérieurement à l'opération que l'activité aujourd'hui conduite par Ingenico [confidentiel]. Ainsi, dans la promesse d'achat du 15 juillet 2021, l'acquéreur déclare que « [confidentiel] » et « [confidentiel] » et, dans le cadre de l'instruction, la partie notifiante a clarifié le fait [confidentiel].
65. Enfin, plusieurs répondants au test de marché considèrent que l'opération pourrait avoir des conséquences au niveau de l'activité d'intégration de services dématérialisés aux solutions globales de caisse et mentionnent, entre autres, un impact possible sur l'étendue de l'offre de services dématérialisés ou encore une possible hausse des coûts de l'intégration de ces services.

2. MARCHÉ DE PRODUIT

66. Comme mentionné précédemment les services dématérialisés commercialisés par le biais de solutions globales de caisse sont variés : il peut s'agir de produits et services financiers, téléphoniques, administratifs, ou encore de « contenus dématérialisés » (cartes cadeaux, recharges pour jeux en ligne, etc.).

Principales catégories de services dématérialisés

Exemples de produits et services	
Services financiers	
Services de paiement dématérialisé	Cartes bancaires prépayées et recharges à destination des personnes sans cartes bancaires traditionnelles (interdits bancaires, internautes, touristes, etc.)
Services de transfert d'argent	Solutions de transfert d'argent en France et à l'international au profit d'une personne physique, d'un compte bancaire ou d'un porte-monnaie mobile, etc.
Services bancaires de collecte de liquidité	Dépôt d'espèces, achat d'une carte prépayée donnant accès à plusieurs services dont les micro-crédits ou les prêts entre particuliers, paiement de factures, etc.
Produits et services de téléphonie	Cartes SIM, crédits de télécommunication mobile
Services administratifs	Cartes grises
Contenus	
Jeux et paris en ligne	Cartes prépayées utilisables dans les boutiques en ligne des consoles de jeux vidéo Recharges de crédit pour des comptes de jeux vidéo
Divertissement et commerce	Vente de cartes cadeaux utilisables dans différentes enseignes en ligne comme en magasin

67. Il peut être noté qu'au-delà des solutions globales de caisse, d'autres terminaux présents en points de vente permettent la vente au grand public de certains de ces services dématérialisés. Ainsi, par exemple, certaines bornes de prises de jeux et paris de la Française des jeux (FDJ) permettent aujourd'hui d'accéder à des services de transfert d'argent, de « paiement de proximité » des impôts, amendes, et factures courantes de service public. De même, l'un des concurrents des parties, la société Aleda propose, en sus de ses solutions globales de caisse, des terminaux de paiement électronique (« TPE ») permettant aux commerçants de vendre un certain nombre de services dématérialisés¹⁰.
68. Néanmoins, la commercialisation de services dématérialisés par l'intermédiaire d'une solution globale de caisse demeure l'option privilégiée par la très grande majorité des commerçants, notamment dans un souci de simplification de la gestion de la facturation. Ainsi que le précise un répondant dans le cadre du test de marché, « *Des solutions alternatives peuvent exister. Ainsi, le flux de produits dématérialisés peut être géré en partie en dehors de la caisse mais cela reste moins pratique et moins natif que d'utiliser le système d'encaissement. Pour certains services, il n'existera pas d'alternative sauf à envisager la mise en place d'un autre « device » [terminal] qui viendrait en plus (coût supplémentaire) ».*
69. L'analyse sera donc menée sur le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés par le biais de solutions globales de caisse tout en tenant compte du fait que les tabacs/presse peuvent également commercialiser marginalement certains services par le biais d'autres terminaux.

¹⁰ Voir le site internet d'Aleda : <https://www.aleda.fr/nos-solutions/mobilyblue-mobilyshop/>

a) Sur une segmentation par type de service

70. La partie notifiante considère qu'il n'est pas pertinent de segmenter le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés en fonction du type de service dématérialisé concerné.
71. Selon elle, du point de vue de l'offre, les principaux intermédiaires en services dématérialisés proposent un bouquet de services qui comprend toujours les mêmes catégories de services. Du point de vue de la demande, la partie notifiante relève que les commerçants ont accès à l'ensemble du catalogue proposé par les intermédiaires. La faculté de centraliser leurs approvisionnements en services dématérialisés auprès d'un seul fournisseur constituerait pour les commerçants un avantage logistique. Ce ne serait qu'au stade de la vente aux consommateurs que la distinction entre les différents services dématérialisés aurait réellement un sens. Or les parties ne seraient pas actives à ce niveau.
72. En l'espèce, il apparaît en effet que ce sont des accès à des catalogues entiers intégrant les différentes catégories de services dématérialisés qui sont proposés aux commerçants par les fournisseurs de solutions globales de caisse. Néanmoins, plusieurs éléments justifient d'examiner la pertinence d'une segmentation du marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés par type de service.
73. En premier lieu, on peut constater une variété des modes et du niveau de rémunération selon les catégories de services concernés. En général, la rémunération des fournisseurs de solutions globales de caisse (en qualité d'intégrateurs), comme celle des commerçants, consiste en une commission ou une remise sur la transaction finale. Le taux de ces commissions ou remises est directement négocié avec les fournisseurs de services dématérialisés. Leur niveau est relativement homogène au sein d'une même catégorie de services dématérialisés mais diverge entre les différentes catégories. Par exemple, s'agissant des services commercialisés par l'intermédiaire de caisses Bimédia, ces services sont rémunérés pour le commerce de proximité par une commission dont le taux est beaucoup plus élevé pour les services de transfert d'argent ([confidentiel]) que pour les services de paiement dématérialisé. Pour les services commercialisés par l'intermédiaire de caisses Devlyx, la marge de Devlyx varie également selon les catégories de services concernées.
74. En deuxième lieu, il existe une spécialisation des fournisseurs de services dématérialisés. Des acteurs différents sont ainsi présents au stade de la fourniture de chaque catégorie de service et aucun fournisseur ne commercialise des services relevant de plusieurs de ces catégories.
75. En troisième lieu, certains services sont soumis à une réglementation spécifique et nécessitent une traçabilité voire des certifications particulières tant pour l'intermédiaire/intégrateur que pour le commerçant. Par exemple, s'agissant du transfert d'argent, le commerçant doit notamment valider une formation obligatoire concernant la lutte contre le blanchiment d'argent et les fraudes aux consommateurs et être agréé individuellement (agrément ACPR). S'agissant des moyens de paiement dématérialisé, l'un des fournisseurs de solutions globales de caisse précise : *« La spécificité de notre activité et nos engagements notamment en matière de conformité nous obligent à assurer la traçabilité précise de tous les coupons vendus sur les caisses. En d'autres termes, chacun de nos distributeurs doit être en mesure de fournir un état en temps réel des ventes effectuées par chaque point de vente. Lorsque cela n'est pas possible, nous ne pouvons pas intégrer nos services »*. S'agissant, enfin, des services d'encaissement des amendes et d'édition de timbres fiscaux (dits « services PVA »), ils ne peuvent être proposés que par l'intermédiaire d'un système de caisse agréé par la DGFIP.

76. En quatrième lieu, il existe des différences notables selon les segments en termes de débouchés : ainsi, pour certaines catégories de services, les solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse représentent un débouché important (c'est le cas par exemple pour plusieurs services de paiement dématérialisé) tandis que pour d'autres catégories, elles ne représentent qu'une faible proportion des débouchés (c'est le cas par exemple pour l'offre de transfert d'argent).
77. En dernier lieu, il existe, au stade de l'activité d'intermédiation, des différences dans les modalités de conduite de l'activité d'intermédiation selon les catégories de services concernés : s'agissant de Bimédia, bien que ces services soient commercialisés dans le cadre d'une offre unique, les services de téléphonie d'une part et financiers (transfert d'argent, cartes prépayées) d'autre part ne sont pas gérés par la même entité ni selon les mêmes modalités (activité de grossiste dans le premier cas et système de mandat avec commission dans le second).
78. Compte tenu de ce qui précède, il pourrait être envisagé de segmenter le marché de l'intermédiation en tenant compte des spécificités des différentes catégories de services dématérialisés. La question de la définition exacte du marché peut cependant rester ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle restant inchangées.

b) Sur une segmentation par type de commerce

79. La partie notifiante considère qu'il ne serait pas pertinent d'opérer une segmentation de marché par type de commerce.
80. Elle indique toutefois que dans la mesure où les commerces qui n'ont aucune activité de tabac et/ou presse ne représentent qu'une part marginale des commerces qui offrent des services dématérialisés à leur clientèle, l'analyse peut s'effectuer sur la seule clientèle des commerces de tabac/presse.
81. En effet, les tabacs/presse, qui ont vu leur nombre significativement diminuer au cours des dernières années, sont confrontés à la baisse structurelle des ventes de tabac en France et cherchent à diversifier leurs sources de revenus. Dans ce contexte, l'accès aux services dématérialisés (vente de codes prépayés dématérialisés, services de transfert d'argent, vente de produits bancaires, etc.) constitue un des leviers de la diversification de leurs revenus et de la modernisation de leur activité. Certains débiteurs de tabac qui proposent ce type de services complémentaires à leurs clients peuvent d'ailleurs bénéficier d'une prime de diversification des activités (PDA) conditionnée à la vente de certains services dématérialisés¹¹.
82. Le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés est donc étroitement lié au marché des solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse : aujourd'hui, aucun offreur ne propose, pour ce type de clientèle, de solution globale de caisse sans services associés et la grande majorité des tabacs/presse activent ces services¹². Par ailleurs,

¹¹ Notamment, les services suivants : point de vente agréé pour le paiement automatisé des amendes ; offre de services bancaires de proximité ; offre de services téléphoniques ; services à la personne (encaissement de factures pour le compte de tiers). Source : site internet de l'administration des douanes (<https://www.douane.gouv.fr/fiche/la-prime-de-diversification-des-activites-pda>).

¹² Les rares tabacs/presse qui n'activent pas l'accès aux services dématérialisés via leur solution globale de caisse sont souvent situés dans des zones rurales dans lesquelles la demande pour de tels services est plus faible. Il peut également s'agir, dans une moindre mesure, de saisonniers ou alors de points de vente disposant

rare sont aujourd'hui les tabacs/presse à distribuer ces produits indépendamment d'une solution globale de caisse. Comme mentionné précédemment, s'il existe techniquement certaines options alternatives telles que notamment l'utilisation d'un système de TPE ou d'un PC, et si les commerçants peuvent théoriquement s'approvisionner pour certains services directement auprès des fournisseurs, cela ne représente toutefois qu'un mode opératoire qui reste à ce jour assez marginal.

83. Enfin, il ressort de l'instruction qu'à ce jour les tabacs/presse représentent, dans les faits, le principal canal de distribution de certaines catégories de services dématérialisés.
84. Par conséquent, compte tenu de ce qui précède, l'analyse sera menée en considération des commerces de type tabacs/presse.

3. MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

85. La partie notifiante considère que dans la mesure où Devlyx et Bimedia ne sont actives qu'en France, la France constitue un marché géographique pertinent pour les besoins de l'analyse des effets de l'opération sur le marché de la commercialisation des services dématérialisés.
86. En réponse aux tests de marché qui ont été réalisés dans le cadre de l'instruction, la majorité des répondants ont également indiqué considérer que ce marché est de dimension nationale. Du point de vue de certains fournisseurs de services dématérialisés, ceux-ci peuvent être, de par leurs caractéristiques, limités à un usage exclusivement national, voire métropolitain. À titre d'exemple, l'offre d'Orange Money n'est valable qu'en métropole et DROM. En outre, plusieurs fournisseurs suggèrent l'existence, de fait, d'une correspondance dans la délimitation géographique du marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés avec celui de la fourniture de solutions globales de caisse, du fait de leur connexité. Ainsi, Neosurf indique que « *Les fournisseurs de caisse en France ont de fait le monopole des services dématérialisés vendus sur leurs caisses* ». Du côté des fournisseurs de solutions globales de caisse et d'Ingenico, il est majoritairement considéré que le marché est de dimension nationale. Aleda indique en ce sens que la « *grande majorité des services tiers proposés dans les Solutions Caisses ont une dimension Nationale, par exemple la France pour ce qui nous concerne ainsi que Bimedia ou les autres acteurs. En effet, les services proposés sont eux-mêmes dépendants d'opérateurs ou de régulateurs nationaux : opérateurs de téléphonie mobile, service de paiement d'amendes, monnaie électronique ...* ». ».
87. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments et en particulier du lien existant entre le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés et celui de la fourniture de solutions globales de caisse, l'analyse de ce marché sera donc menée au niveau national.

d'autres terminaux que des solutions de caisse par le biais desquels ils peuvent proposer les services dématérialisés.

III. Analyse concurrentielle

A. SUR LE MARCHÉ DE LA FOURNITURE DE SOLUTIONS GLOBALES DE CAISSE DESTINÉES AUX TABACS/PRESSE

1. SUR LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ

a) Les parts de marché

Remarques préliminaires

88. La partie notifiante a indiqué ne pas être en mesure de présenter de parts de marché en valeur s'agissant du marché qu'elle identifie comme le marché de la « *distribution de solutions globales de caisse* ». Elle considère toutefois que la présentation de parts de marché exprimées en nombre de points de vente équipés « *est un indicateur pertinent pour mesurer les positions respectives des distributeurs de solutions globales de caisse sur ce marché* ».
89. Le nombre de points de vente équipés apparaît également comme un indicateur pertinent des positions respectives au stade de la fourniture de solutions globales de caisse. En effet, que les fournisseurs distribuent leurs solutions globales de caisse directement ou par l'intermédiaire de distributeurs indépendants, il n'en reste pas moins que le nombre de points de vente qui sont *in fine* équipés permet de mesurer concrètement leurs positions respectives.
90. Les positions de marché des parties sont analysées au regard des données relatives aux années 2019 et 2020 qui sont les plus récentes pour lesquelles les informations transmises par les différents opérateurs sur le marché sont complètes.
91. La partie notifiante précise que deux distributeurs ont cessé de se fournir auprès de Devlyx en décembre 2021, au profit d'un fournisseur concurrent. Elle suggère en conséquence de ne pas imputer à Devlyx les [700-800] points de vente actuellement adressés par ces deux distributeurs aux fins du calcul de sa part de marché. Il apparaît toutefois que procéder de la sorte ne permettrait pas de restituer de manière fidèle la position détenue par Devlyx sur le marché de la fourniture de solutions globales de caisse. En effet, il n'y a pas lieu de retrancher des parts de marché de Devlyx des points de vente effectivement équipés de solutions globales de caisse Devlyx au seul motif que le distributeur qui avait adressé ces commerçants se fournirait désormais auprès d'un concurrent puisque rien n'exclut que les contrats de ces commerçants soient encore en vigueur ni que, au terme de ces contrats, d'autres distributeurs ne puissent continuer à les approvisionner en solutions Devlyx.
92. Comme mentionné précédemment, les parties sont principalement actives sur le marché de la fourniture de solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse. La suite de l'analyse sera donc menée en considération de ce marché plus restreint afin d'envisager le scénario le plus conservateur.

Les parts de marchés exprimées en nombre de points de vente équipés et le degré de concentration du marché

93. La partie notifiante estime que le nombre total « *des points de vente de type tabac et/ou presse pertinents à l'analyse de ce potentiel segment représentent 26 292 points de vente* » qui correspond, selon elle, à l'addition (i) du nombre total de buralistes (24 000 points de vente) avec (ii) les diffuseurs de presse n'ayant pas une activité de buraliste, n'intégrant pas

un réseau intégré ayant développé ses propres solutions globales de caisse et dont le profil est compatible avec l'utilisation de solutions globales de caisse (à l'exclusion des rayons presse en GSA, des kiosques, etc.). Sur cette base, les estimations de la partie notifiante aboutissent à des parts de marché de [10-20] % pour les « *Distributeurs de Devlyx* » ([confidentiel] tabacs/presse) et de [20-30] % pour Bimedia ([confidentiel] tabacs/presse).

94. Il ressort de l'instruction que, après reconstruction du marché à partir des données de l'ensemble des fournisseurs de solutions globales de caisse, le nombre total de points de vente retenu par la partie notifiante pour le calcul des parts de marché est surestimé. Le nombre à retenir est inférieur à 24 000. Sur cette base, les parts de marché sont les suivantes :

Parts de marché exprimées en nombre de tabacs/presse équipés

<i>Fournisseurs</i> ¹³	Parts de marché
	%
2019	
Devlyx	[20-30] %
Bimedia	[20-30] %
<i>Nouvelle entité</i>	[40-50] %
Logista	[40-50] %
Aleda	[5-10] %
Crisalid	[0-5] %
<i>Concurrents</i>	[50-60] %
Total marché	100 %
2020	
Devlyx	[10-20] %
Bimedia	[20-30] %
<i>Nouvelle entité</i>	[40-50] %
Logista	[50-60] %
Aleda	[0-5] %
Crisalid	0,0 %
<i>Concurrents</i>	[50-60] %
Total marché	100 %

95. Comme cela ressort du tableau ci-dessus, la concentration intervient entre deux opérateurs dont les parts de marchés respectives s'établissent à [10-20] % pour Devlyx et [20-30] % pour Bimedia. Post-opération, la part cumulée de la nouvelle entité s'établira à [40-50] %, un niveau légèrement inférieur à la part de marché détenue par le principal opérateur du secteur, Logista, qui est de l'ordre de [50-60] %. Le seul véritable autre concurrent subsistant étant Aleda, qui représente environ [0-5] % de part de marché.
96. Il en ressort que, post-opération, la nouvelle entité et sa concurrente, Logista, se trouveront dans une situation quasi-duopolistique avec une part de marché cumulée de l'ordre de [90-100] %.
97. Le degré de concentration d'un marché peut également être mesuré avec l'indice de Herfindahl-Hirschman (ci-après « IHH »)¹⁴. Conformément au paragraphe 627 des lignes

¹³ La partie notifiante avait également recensé d'autres concurrents (Cashmag, AEM Soft, Kwizatz, Menlog, Fiducial Pointex). Il ressort toutefois de l'instruction qu'aucun de ces opérateurs n'est actif sur le marché de la fourniture de solutions globales de caisses destinées aux tabacs/presse.

¹⁴ L'indice Herfindahl-Hirschman (IHH) est égal à la somme des carrés des parts de marché de chacune des entreprises présentes sur le marché. La différence entre le niveau de cet indice après l'opération et en l'absence de l'opération est appelée delta. Cet indice est couramment utilisé pour apprécier le degré de concentration

directrices, l'Autorité considère en particulier « *qu'il est peu probable qu'une concentration génère des effets horizontaux sur un marché dont l'IHH post-opération est inférieur à 1 000. Ces marchés n'exigent généralement pas une analyse approfondie. Il est également peu probable qu'une opération génère des effets horizontaux sur un marché lorsque l'IHH post-opération est compris entre 1 000 et 2 000 et que le delta est inférieur à 250, ou lorsque l'IHH post-opération est supérieur à 2 000, mais que le delta est inférieur à 150. A contrario, l'existence d'effets horizontaux est présumée lorsque l'IHH post-opération est compris entre 1 000 et 2 000 et que le delta est supérieur à 250, ou lorsque l'IHH post-opération est supérieur à 2 000 et que le delta est supérieur à 150* ».

98. En l'espèce, le marché était déjà fortement concentré avant l'opération (IHH pré-opération de 3 617). L'accroissement du degré de concentration du marché résultant de l'opération n'en sera pas moins conséquent avec un IHH de 4 573 après l'opération, soit un delta d'IHH de 956. En conséquence, les seuils relatifs au degré de concentration prévus dans les lignes directrices sont franchis et l'existence d'effets horizontaux découlant de l'opération peut être présumée.

b) Les caractéristiques des entreprises

99. Plusieurs répondants au test de marché soulignent la position privilégiée de l'entreprise Logista et de sa filiale Strator. Logista est un acteur d'envergure européenne, il s'agit de l'opérateur historique du marché du tabac en France qui assure la distribution des produits des industriels du tabac auprès des buralistes sur tout le territoire. Cette société est issue des restructurations de la SEITA, ancienne titulaire du monopole du tabac en France. Elle apparaît comme le leader du marché et détient aujourd'hui environ [50-60] % des parts de marché de la fourniture de solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse.
100. Il ressort de l'instruction que la dynamique d'évolution des parts de marché au cours des dernières années a très largement bénéficié à cette entreprise. Selon plusieurs déclarants, ceci résulterait de la stratégie tarifaire agressive qu'elle aurait adoptée sur le marché de la fourniture de solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse.

c) Les caractéristiques de l'offre et de la demande

101. Il ressort du test de marché que les solutions globales de caisse sont généralement commercialisées auprès des commerçants dans le cadre d'un contrat de location avec financement et que la proportion des achats pour ce type de matériel est moindre.
102. La durée de ces contrats est généralement de quatre ans. Le commerçant n'est donc en principe libre de changer de fournisseur de solution de caisse qu'à l'issue de cette période. Pour autant, il est signalé par plusieurs opérateurs des pratiques de rachats de contrats en cours, une « *pratique de marché courante et même quasiment obligatoire pour remporter une affaire* ». Ces pratiques peuvent prendre la forme soit d'un solde de la totalité de l'encours restant dû par le commerçant auprès de son fournisseur précédent de solution globale de caisse, soit d'un report du départ de la facturation par le nouveau fournisseur à la date correspondant au terme de la facturation des loyers restants dus au fournisseur précédent. Ce type de pratique permet davantage de fluidité en autorisant les commerçants à mettre les différents fournisseurs de solutions globales de caisse en concurrence avant

d'un marché donné. Voir à cet effet les paragraphes 573 et 627 des lignes directrices relatives aux concentrations de l'Autorité.

même le terme de leur contrat. Le test de marché n'a cependant pas permis d'objectiver précisément l'ampleur de ces pratiques.

103. Plusieurs déclarants suggèrent une certaine fidélité des tabacs/presse à leur solution de caisse, principalement pour des raisons d'habitude d'utilisation. L'un des déclarants indique ainsi que le commerçant est assez fidèle à son fournisseur de solution globale de caisse « *pour des raisons d'habitude surtout car une fois habitué à un système d'encaissement et de gestion il est difficile d'investir dans du temps de formation supplémentaire. Il est certain aussi que lorsque des fonctionnalités exclusives existent sur une solution concernant un marché règlementé (le tabac par exemple) il est plus difficile de choisir une autre solution* ».
104. Toutefois, selon la partie notifiante, le marché de la fourniture de solutions globales de caisse serait caractérisé par un faible niveau de fidélité. Selon elle, ceci serait lié au fait que le prix constituerait le principal facteur de choix pour les points de vente.
105. Il ressort en effet de l'instruction que le marché connaît depuis plusieurs années un taux d'attrition important. Ainsi pour la période de 2017 à 2021, les taux d'attrition ont pu varier, selon les fournisseurs concernés, avec des niveaux compris entre [5-10] et [20-30] % environ (pour des contrats arrivant à échéance) et Logista a pu conquérir jusqu'à [20-30] % du parc de ses concurrents arrivant en fin de contrat.
106. Ces éléments indiquent une certaine fluidité du marché. Ils confirment en outre la forte dynamique de conquête de points de vente par la société Logista dont les taux de recrutement de nouveaux clients à la concurrence au cours des dernières années sont globalement supérieurs aux taux constatés pour ses concurrents.

2. SUR LES RISQUES D'EFFETS NON-COORDONNÉS RELATIFS AUX PRIX DE VENTE DES SOLUTIONS GLOBALES DE CAISSE

107. La partie notifiante souligne que les parties n'auront pas d'incitation ni de capacité à augmenter leurs prix du fait du risque de perdre leurs clients au bénéfice de Logista/Strator ou des distributeurs de Devlyx.
108. Il ne peut être exclu qu'à moyen ou long terme l'activité de distribution relevant aujourd'hui des distributeurs de Devlyx soit internalisée par la nouvelle entité, limitant la capacité concurrentielle des distributeurs indépendants sur ce marché. Le risque de perte de clients au bénéfice de distributeurs indépendants apparaît donc purement théorique et ne permet pas en soi d'exclure une incitation de la nouvelle entité à augmenter le prix de vente de ses solutions globales de caisse.
109. En revanche, la nouvelle entité se trouvera confrontée sur le marché des solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse à la concurrence de l'entreprise Logista/Stator. Or il ressort de l'instruction que cette dernière adopte une stratégie tarifaire agressive et que le marché connaît, plus généralement, une tendance globale à la baisse des tarifs des solutions globales de caisse. Selon les meilleures estimations de la partie notifiante, le coût d'une solution globale de caisse a été quasiment divisé par quatre au cours des dernières années. Du point de vue de certains déclarants, l'opération pourrait même résulter dans une concurrence tarifaire accrue entre les fournisseurs de solutions globales de caisse. Il n'est d'ailleurs pas exclu que la société Aleda, disposant actuellement d'une part de marché de l'ordre de [0-5] % soit également en mesure d'exercer une rivalité tarifaire et de discipliner la nouvelle entité. Dans un tel contexte, un risque de hausse des prix de vente de la part de la nouvelle entité apparaît amoindri et ce d'autant que les fournisseurs de solutions globales de caisse sont en capacité de compenser d'éventuelles baisses de prix sur ce marché grâce

aux marges qu'ils réalisent sur l'activité d'intermédiation pour la vente de services dématérialisés.

3. SUR LES RISQUES D'EFFETS COORDONNÉS

110. Plusieurs répondants au test de marché évoquent une situation post-opération duopolistique ou oligopolistique. Comme mentionné précédemment, la nouvelle entité et Logista se partageront en effet l'essentiel du marché (avec une part de marché de l'ordre de [40-50] % pour la nouvelle entité et de [50-60] % pour Logista), le reste du marché étant adressé principalement par Aleda (avec une part de marché de l'ordre de [0-5] %).

a) Critères d'analyse

111. Selon les points 737 et suivants des lignes directrices, « [une] concentration peut modifier la nature de la concurrence sur un marché de telle sorte que les entreprises qui, jusque-là, ne coordonnaient pas leur comportement, soient beaucoup plus susceptibles de le faire ou, si elles coordonnaient déjà leurs comportements, puissent le faire plus facilement. On parle alors d'effets coordonnés, de création ou renforcement d'une position dominante collective ou d'un oligopole collusif, l'opération augmentant les incitations et la capacité des entreprises présentes sur le marché à maintenir tacitement un équilibre collusif. [...] La coordination dont il s'agit ici est « tacite » et non « expresse », chaque entreprise étant supposée continuer à se comporter d'une manière indépendante, en fonction de ses intérêts propres » (soulignement ajouté).
112. De tels effets sont possibles lorsque « sur un marché oligopolistique ou sur un marché fortement concentré, une concentration a pour résultat que, prenant conscience des intérêts communs, chaque membre de l'oligopole concerné considérerait possible, économiquement rationnel et donc préférable, d'adopter durablement une même ligne d'action sur le marché, par exemple dans le but de vendre au-dessus des prix concurrentiels, sans devoir procéder à la conclusion d'un accord ou recourir à une pratique concertée au sens des articles L. 420-1 du code de commerce ou 101 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et ce sans que les concurrents actuels ou potentiels, ou encore les clients et les consommateurs, puissent réagir de manière effective »¹⁵.
113. Dans une décision du 31 juillet 2009, le Conseil d'État a explicité la grille d'analyse pour apprécier les risques de création ou de renforcement, du fait d'une opération de concentration, d'une situation de position dominante collective : « Sur l'appréciation par le ministre des risques de création ou de renforcement, du fait de l'opération litigieuse, d'une situation de position dominante collective : Considérant que les comportements d'opérateurs en situation oligopolistique sur un marché peuvent, en l'absence même de toute entente formelle, être implicitement coordonnés, de sorte que le pouvoir de ces opérateurs sur le marché s'en trouve accru, au détriment, notamment, des consommateurs ; que l'identification d'une telle position dominante collective suppose que, compte tenu des différents indices et éléments de preuve qui peuvent être relevés, il apparaisse que chacun des membres de l'oligopole est en mesure de connaître de manière suffisamment précise et immédiate l'évolution du comportement des autres, qu'il existe des menaces de représailles

¹⁵ Lignes directrices, paragraphe 738.

crédibles en cas de déviation de la ligne d'action implicitement approuvée par tous et que les réactions prévisibles des consommateurs et des concurrents actuels ou potentiels de l'oligopole ne peuvent suffire à remettre en cause les résultats attendus de la collusion tacite »¹⁶.

114. La pratique décisionnelle a ainsi mis en avant trois conditions permettant d'apprécier des effets coordonnés consécutifs à une opération de concentration :
- une condition de détection ;
 - une condition de dissuasion ; et
 - une condition de non-contestation.
115. La Cour de justice de l'Union européenne précise qu'il ne suffit pas de vérifier séparément chacune de ces conditions mais qu'il est nécessaire de mettre en évidence un scénario de coordination tacite¹⁷.

b) Application au cas d'espèce

116. À titre liminaire, il convient de rappeler que l'opération projetée conduira à une réduction du nombre de fournisseurs de solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse de quatre à trois et, de fait, à une situation de quasi-duopole au regard du degré de concentration du marché et du pouvoir de marché des parties.
117. Les membres de ce quasi-duopole, à savoir la société Logista/Strator d'une part, et la nouvelle entité d'autre part, seront d'autant plus susceptibles de coordonner leurs comportements qu'il s'agit d'opérateurs historiques solidement implantés sur le marché et que les nécessités du marché induisent un échange entre eux. L'ensemble des fournisseurs de solutions globales de caisse aux tabacs/presse interagissent en effet avec la société Logista en tant que fournisseur grossiste de produits du tabac. L'un des répondants au test de marché précise à ce sujet que *« les informations nécessaires à la gestion de la vente de produits du tabac sont détenues par la seule société Logista France qui, en sa qualité de distributeur historique, en situation de quasi-monopole, dispose d'une importante base de données comprenant toutes les références et données relatives aux produits du tabac. Les fournisseurs de solutions globales de caisse n'ont actuellement pas accès à cette base de données constituée par la société Logista France, à l'exception de la solution Strator qui en dispose en sa qualité de division de la société Logista France »*.
118. La partie notifiante relève qu'il existe une dissymétrie entre les entreprises concernées liée en particulier au fait que la société Delvyx continuera à distribuer ses solutions de manière indirecte par le biais de distributeurs. S'il est exact que le maintien du partenariat de Delvyx avec ses distributeurs serait de nature à limiter l'incitation et la capacité de coordination de la nouvelle entité avec la société Logista/Strator, rien ne permet cependant d'exclure qu'à moyen terme l'activité de distribution de la nouvelle entité auprès des tabacs/presse soit totalement internalisée. Une telle évolution vers une intégration verticale de l'ensemble des opérateurs favoriserait des risques collusifs. Le fait que la société Delvyx distribue aujourd'hui ses produits de manière indirecte ne constitue donc pas, en soi, un élément suffisant pour exclure tout risque de collusion à moyen ou long terme.

¹⁶ Conseil d'État, 3^e et 8^e sous-sections réunies, 31 juillet 2009, 305903, publié au recueil Lebon.

¹⁷ CJCE, arrêt C-413/06P du 10 juillet 2008.

119. Certains éléments pourraient en revanche limiter la capacité de coordination des comportements des entreprises concernées sur le marché des solutions globales de caisse. Il existe en effet des doutes quant à l'existence d'une transparence suffisante pour permettre une coordination (critère de la détection) ou quant à l'absence de capacité de réaction de la concurrence (critère de la non-contestation).
120. La partie notifiante évoque une certaine opacité du marché et une difficulté pour les concurrents à reconstituer les tarifs pratiqués par les uns et les autres. Le test de marché n'est pas conclusif sur ce point et il demeure une incertitude quant à l'existence d'une transparence suffisante pour permettre à chaque membre de connaître de manière suffisamment précise et immédiate l'évolution du comportement sur le marché de chacun des autres membres.
121. Tout d'abord, la détermination des tarifs proposés aux commerçants dépend d'une multiplicité de facteurs pouvant réduire le degré de transparence. En particulier, les déterminants du prix peuvent concerner outre le matériel et le logiciel de base, le nombre de terminaux et les accessoires mais également les prestations demandées (maintenance, hotline, etc.) et il ressort de l'instruction un certain degré de déviation des tarifs catalogues en fonction du volume, du nombre de clients ou du chiffre d'affaires de chaque tabac/presse.
122. Ensuite, comme mentionné précédemment, les solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse sont principalement commercialisées dans le cadre de contrats de location avec financement d'une durée de quatre ans. La durée des contrats est susceptible de limiter la capacité pour les entreprises concernées d'avoir une connaissance suffisamment immédiate du comportement des autres. Ce postulat est toutefois à relativiser au vu des différents signalements relatifs à des pratiques de rachats de contrats sur ce marché consistant à offrir aux clients/prospects la possibilité de dénoncer de manière anticipée leur contrat. Ce type de pratiques, outre le fait qu'elles impliquent une certaine transparence concernant le montant des loyers pratiqués par les concurrents, est susceptible d'accélérer le processus de détection puisque la durée de quatre ans ne serait pas une durée incompressible. Comme mentionné précédemment, le test de marché n'a toutefois pas permis de connaître l'étendue précise de ce type de pratique et, partant, le degré de transparence du marché des solutions globales de caisse.
123. Enfin, il existe une incertitude quant à la capacité de réaction de la société Aleda qui, bien qu'elle ne représente aujourd'hui que [0-5] % du marché, est solidement implantée sur ce marché depuis plusieurs années, présente une offre comparable à celle des entreprises concernées et estime être en capacité d'adresser aisément une demande additionnelle. Elle aurait par ailleurs d'ores et déjà conclu des accords de distribution avec certains distributeurs de Devlyx.
124. Au final, une coordination entre Logista/Strator d'une part et la nouvelle entité d'autre part bien que peu probable ne peut être catégoriquement exclue en considération du seul marché des solutions globales de caisse pris isolément. Toutefois, comme détaillé ci-après, une telle coordination apparaît peu plausible compte tenu du lien étroit existant entre ce marché et celui de la vente de services dématérialisés et du fait qu'aucun risque de coordination ne peut être identifié sur ce second marché.

B. SUR LE MARCHÉ DE L'INTERMÉDIATION POUR LA VENTE DE SERVICES DÉMATÉRIALISÉS

1. SUR LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ

a) Les parts de marché et le degré de concentration du marché

125. La partie notifiante a indiqué ne pas être en mesure de présenter les parts de marché en valeur des différents distributeurs de services dématérialisés faute de données publiques disponibles à ce sujet. Elle a donc fourni une estimation des parts de marché de Bimedia, d'Ingenico et de leurs concurrents en nombre de points de vente équipés qui commercialisent des services dématérialisés auprès des tabacs/presse.
126. Il apparaît en effet que l'intégralité des points de vente équipés d'une solution globale de caisse n'active pas les services dématérialisés liés à cette solution. Toutefois, le taux d'activation de ces services apparaît globalement élevé s'agissant des tabacs/presse. Dans ces conditions les parts de marché exprimées en nombre de points de vente équipés d'une solution globale de caisse constituent un indicateur pertinent pour mesurer les positions respectives des fournisseurs de solutions globales de caisse sur le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés.
127. Par ailleurs, [confidentiel], il peut raisonnablement être considéré que le parc actuel de commerces équipés de solutions globales de caisse Devlyx fournit un proxy utile et une approche conservatrice de la part de marché en volume de Devlyx en tant qu'intermédiaire pour la vente de services dématérialisés.
128. Pour les besoins de l'analyse du marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés par le biais de solution de caisse, il est donc pertinent de retenir une approche conservatrice consistant à attribuer aux parties une part de marché correspondant à leur part de marché sur la fourniture de solutions globales de caisse, à savoir [40-50] % comme détaillé *supra* au point 94.

b) Le lien entre le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés et le marché de la fourniture de solutions globales de caisse

129. Comme exposé *supra* aux points 61 à 63, le marché des solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse, d'une part, et le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés, d'autre part, présentent un lien étroit lié au fait que les tabacs/presse figurent parmi les principaux canaux de distribution de ces services (qui représentent aujourd'hui un axe essentiel de développement de leur activité) et que la très grande majorité d'entre eux les commercialisent par le biais de leur solution globale de caisse.
130. Ce lien transparait également au niveau de l'offre. Ainsi, l'instruction a permis de constater l'existence d'offres promotionnelles « groupées » permettant aux commerçants d'obtenir des conditions tarifaires avantageuses pour les services dématérialisés à l'achat de leur solution globale de caisse. Par ailleurs, il ressort de l'instruction que les fournisseurs de solutions globales de caisse tiennent compte des revenus tirés de leur activité d'intermédiaire pour la vente de services dématérialisés dans leur stratégie commerciale pour la fourniture de solutions globales de caisse. Un fournisseur de solutions globales de caisse soulignait à ce sujet dans sa réponse au test de marché que « *la construction du modèle économique repose sur la vente d'un terminal avec un flux de transactions associé. Le terminal vendu seul reste, de par son coût et son entretien, une activité non rentable* ». Au-delà, l'analyse

des marges réalisées respectivement sur les deux activités et de la proportion que représente chacune d'elle dans le chiffre d'affaires des fournisseurs de solutions globales de caisse reflète le fait que l'activité liée à l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés représente le cœur de profit pour ces derniers.

131. Le lien entre les deux marchés apparaît ainsi comme un élément central dans la détermination par les fournisseurs de leurs stratégies commerciales dont il convient de tenir compte dans l'analyse concurrentielle de ces marchés.

2. SUR LES RISQUES D'EFFETS NON-COORDONNÉS

a) Sur les risques de réduction de l'offre et de verrouillage de l'accès au marché pour les fournisseurs de services dématérialisés

132. Au vu de la position des parties sur le marché, l'opération pourrait emporter un risque de réduction de la variété de l'offre de services dématérialisés ou de verrouillage de l'accès au marché des solutions globales de caisse pour certains fournisseurs de services dématérialisés, en particulier ceux pour lesquels les solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse représentent un débouché essentiel. De telles craintes ont été exprimées par des répondants au test de marché.
133. La réalisation de ce type de risque apparaît toutefois peu probable compte tenu, d'une part, de l'intérêt de l'ensemble des opérateurs (tabacs/presse comme fournisseurs de solutions globales de caisse) à une gamme de services dématérialisés la plus variée et profonde possible, et d'autre part, du coût très limité d'intégration d'un service dématérialisé pour les fournisseurs de solutions globales de caisse par rapport au revenu susceptible d'être généré. Par ailleurs, comme exposé *infra*, il n'y a pas de risque que la nouvelle entité négocie un niveau de commission ou de remise avec les fournisseurs de services dématérialisés tel que cela puisse conduire à leur exclusion.
134. Les fournisseurs de solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse interrogés au cours de l'instruction s'accordent ainsi pour souligner la nécessité d'une offre de services dématérialisés suffisamment profonde et étoffée en adéquation avec la variété des profils de tabacs/presse et de leur clientèle. En effet, les tabacs/presse ont accès à un catalogue identique proposant l'intégralité des services et peuvent choisir ensuite ce qu'ils souhaitent proposer à leur propres clients en fonction de leurs besoins. Les éléments recueillis au cours de l'instruction corroborent l'affirmation que la largeur et la profondeur de gamme de services dématérialisés sont un argument de vente utilisé par les fournisseurs de solutions globales de caisse auprès des tabacs/presse.
135. L'instruction a également permis de constater que l'ensemble des fournisseurs de solutions globales de caisse présentent une offre relativement homogène de services dématérialisés qui s'articule autour de quatre grandes catégories de services (financiers/monétiques, téléphoniques, cartes cadeaux et jeux et paris en ligne) et s'agrémentent éventuellement de quelques services additionnels (tels que, par exemple, certains services administratifs ou encore des services de règlements de factures d'énergie).
136. S'il existe quelques relations d'exclusivité, ces dernières restent exceptionnelles et il s'agit d'exclusivités de lancement de durée limitée. Les fournisseurs de solutions globales de caisse indiquent n'avoir aucune ou seulement de rares exclusivités, et l'un d'entre eux estime qu'en tout état de cause de telles exclusivités si elles existent ne sauraient porter sur les services qui sont les principaux générateurs de revenus.

137. Comme l'explique l'un des fournisseurs de solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse « *Nous n'avons pas d'intérêt à nouer des relations d'exclusivité avec certains fournisseurs de services dématérialisés dans la mesure où la dynamique des offres repose sur une distribution totale sur l'ensemble du réseau des buralistes. Nous prôtons des offres universelles distribuées dans le réseau [...]* ».
138. Les fournisseurs de solutions globales de caisse sont ainsi incités à élargir leur offre de services dématérialisés et il n'existe pas de véritable obstacle à un tel élargissement de leur point de vue (leur seule véritable contrainte étant liée à l'intégration technique du service à leur solution globale de caisse).
139. L'opération n'emporte donc pas de risque de réduction de la variété de l'offre de services dématérialisés ou de verrouillage de l'accès au marché des solutions globales de caisse pour des fournisseurs de services dématérialisés.

b) Sur les risques relatifs au niveau des remises et des commissions des services dématérialisés

140. Le prix des services dématérialisés proposés aux consommateurs, clients des tabacs/presse, par l'intermédiaire de solutions globales de caisse est fixé par le fournisseur du service, sans que l'intermédiaire ne puisse agir sur celui-ci. Sa rémunération pour l'activité d'intermédiation résulte des remises ou commissions qu'il obtient auprès du fournisseur du service dématérialisé, diminué des remises ou commissions qu'il accorde aux tabacs/presse.
141. S'agissant des remises ou commission destinées aux tabacs/presse, leurs taux ne sont pas négociés de façon individualisée. Les services dématérialisés sont généralement proposés à ces derniers dans le cadre d'une offre unique et sur la base de conditions financières uniformisées pour tous les tabacs/presse clients.
142. La nouvelle entité pourrait être tentée d'augmenter ses marges liées à son activité d'intermédiation pour les services dématérialisés suite à l'opération. Cela se traduirait par une augmentation du montant des remises et commissions qu'elle négocierait auprès des fournisseurs de services dématérialisés ou une diminution des remises ou commissions versées aux tabacs/presse.

Sur le risque lié à la modification des conditions tarifaires dans les relations avec les fournisseurs de services dématérialisés

143. Du fait du renforcement de la puissance d'achat découlant de l'opération, la nouvelle entité pourrait être tentée de négocier des conditions commerciales à son avantage qui pourraient conduire à l'éviction de certains fournisseurs de services dématérialisés du marché. Un tel risque a été soulevé par des répondants au test de marché.
144. De tels risques peuvent être écartés en l'espèce. En effet, il ressort de l'instruction qu'un certain nombre de fournisseurs de services dématérialisés disposent d'un chiffre d'affaires et d'une surface financière importants, bien plus conséquents que ceux des fournisseurs de solutions globales de caisse, leur permettant d'exercer un fort pouvoir de négociation vis-à-vis de ces derniers. C'est notamment le cas des fournisseurs de services dans le secteur de la téléphonie (par exemple SFR ou Bouygues Télécom), des opérateurs de jeux fournisseurs de cartes prépayées (par exemple Xbox, Playstation), ou encore des acteurs du transfert d'argent (tels que Moneygram ou Western Union).
145. En outre, pour la majeure partie des fournisseurs de services dématérialisés, les solutions globales de caisse destinées aux tabacs/presse ne constituent pas le seul canal de vente de

leurs services. Ces services peuvent être proposés via des caisses présentes dans d'autres commerces de proximité, ou des points de vente spécialisés (par exemple les agences des opérateurs de téléphonie pour les services de téléphonie), ou encore sur des sites de vente en ligne. Ils peuvent également, dans une moindre mesure, comme évoqué *supra*, être commercialisés dans les tabacs/presse via d'autres terminaux que les solutions globales de caisse. C'est le cas actuellement pour les services de Western Union via les terminaux de la Française des jeux.

146. Les réponses au test de marché ont révélé que deux fournisseurs communs aux parties proposant des services de cartes de paiement prépayées utilisent majoritairement, ou quasi exclusivement, le canal des solutions globales de caisses dans les tabacs/presse pour commercialiser leurs services. Au lendemain de l'opération, ces fournisseurs pourraient se trouver en position de dépendance économique vis-à-vis de la nouvelle entité. Cependant, il ressort de l'instruction que les fournisseurs de ce type de services disposent en réalité de nombreux canaux de distribution alternatifs possibles tels qu'Internet et des applications mobiles (ces canaux sont d'ailleurs utilisés par certains fournisseurs concurrents et notamment PCS, Transcash et Paysafecard). La situation, à elle seule, de ces deux opérateurs ne serait pas susceptible d'affecter la structure ou le fonctionnement de la concurrence sur les marchés concernés¹⁸.
147. Il ressort de ce qui précède que l'opération n'emporte pas de risque de hausse des remises ou commissions obtenues par la nouvelle entité agissant comme intermédiaire dans ses relations avec les fournisseurs de services dématérialisés.

Sur le risque lié à la modification des conditions tarifaires dans la relation avec les tabacs/presse

148. L'autre risque que pourrait emporter l'opération, et qui a été relevé par certains répondants au test de marché, concerne la possibilité, pour la nouvelle entité, de diminuer les revenus que les tabacs/presse peuvent tirer de la commercialisation de services dématérialisés. Cela se traduirait par une baisse des remises ou commissions qui leurs sont versées par la nouvelle entité. Un risque envisageable puisque la nouvelle entité ne sera *a priori* pas en mesure, comme cela a été exposé *supra* aux points 107 à 108, d'augmenter le prix de ses solutions globales de caisse, et que l'activité d'intermédiation pour la vente de services dématérialisés représente la source de profit privilégiée.
149. Ce risque demeure cependant limité. En effet, ces dernières années, les services dématérialisés sont devenus un élément important pour le développement de l'activité commerciale des tabacs/presse. Les fournisseurs de solutions globales de caisse intègrent le fait que les revenus tirés des services dématérialisés sont pris en considération par les tabacs/presse au moment de choisir leur solution globale de caisse, et en font un argument commercial auprès de leurs clients.
150. Pour les fournisseurs de solutions de caisse, les revenus que les tabacs/presse peuvent tirer de la vente de services dématérialisés constituent ainsi un facteur disciplinant. L'un de ces fournisseurs souligne, dans sa réponse au test de marché, que les taux de remises (ou

¹⁸ Voir les Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, paragraphe 734 : « *En elle-même, la dépendance économique ne constitue cependant une atteinte à la concurrence que si elle a un effet sur la concurrence sur un marché et, finalement, sur le surplus du consommateur, et non simplement sur un ou plusieurs fournisseurs. L'objectif d'une autorité de concurrence n'est en effet pas de protéger une entreprise en tant que telle, qu'elle soit concurrente, cliente ou fournisseur* ».

commissions) accordés aux tabacs/presse « *ne doivent pas être trop faibles car ils constituent un levier de concurrence important afin de nous départager par rapport à d'autres opérateurs distribuant des produits prépayés dématérialisés* ».

151. Par ailleurs, la partie notifiante évoque la concurrence des fournisseurs d'autres types de terminaux (en particulier TPE) susceptibles d'intégrer des services dématérialisés et un autre déclarant précise à ce sujet que « *certaines commerçantes proposent des offres dématérialisées via un terminal point d'encaissement proposant un catalogue de services. Cette approche repose souvent sur une gratuité du terminal permettant le paiement sur les terminaux points d'encaissement déportés et donc des conditions de rémunération pour les buralistes supérieures aux fournisseurs de caisses pour les produits dématérialisés* ». Comme mentionné précédemment, ce type de terminaux ne représentent aujourd'hui qu'une proportion restreinte des débouchés pour certains fournisseurs de services dématérialisés souhaitant distribuer leurs produits dans le réseau des tabacs/presse. Il n'est toutefois pas exclu que les fournisseurs de ce type de terminaux puissent étoffer leur offre à plus ou moins long terme et ainsi constituer une concurrence potentielle susceptible de contraindre la nouvelle entité.
152. Dans ces conditions, la nouvelle entité ne sera donc pas incitée à réduire le montant des remises ou commissions versées aux tabacs/presse.

3. SUR LES RISQUES D'EFFETS COORDONNÉS

153. Comme exposé précédemment, la démonstration de l'existence d'un risque d'effets coordonnés implique que les membres d'un oligopole soient en « *mesure de connaître de manière suffisamment précise et immédiate l'évolution du comportement des autres, qu'il existe des menaces de représailles crédibles en cas de déviation de la ligne d'action implicitement approuvée par tous et que les réactions prévisibles des consommateurs et des concurrents actuels ou potentiels de l'oligopole ne peuvent suffire à remettre en cause les résultats attendus de la collusion tacite* ».
154. Or plusieurs caractéristiques du marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés par le biais des solutions globales de caisse concourent à une certaine opacité de l'offre des différents fournisseurs de solutions globales de caisse. Tout d'abord, l'offre de services dématérialisés est caractérisée par sa variété et son évolutivité. Ainsi, le nombre de partenariats des fournisseurs de solutions globales de caisse avec des fournisseurs de services dématérialisés varie aujourd'hui de 14 à 47 selon les fournisseurs, et leur offre est amenée à évoluer régulièrement pour intégrer de nouveaux services reflétant la tendance des tabacs/presse à la diversification de leurs activités.
155. Ensuite, il existe une variété selon les différentes catégories de services dématérialisés concernant les modalités de rémunération tant des fournisseurs que des tabacs/presse. En particulier, une distinction peut être opérée entre les services dits « *commissionnés* » et les services dits « *à marge* »¹⁹. Les modalités de rémunération d'une même catégorie de services peuvent d'ailleurs différer entre les fournisseurs de solutions globales de caisse.
156. Enfin, l'activité d'intermédiation pour les services dématérialisés n'est pas nécessairement gérée par les mêmes entités selon les services dématérialisés concernés. Ainsi, s'agissant de

¹⁹ Comme détaillé supra, les fournisseurs de solutions globales de caisse et les commerçants tabacs/presse sont rémunérés soit par le biais de commissions, soit par le biais de remises.

l'offre de Bimédia une distinction est opérée entre les services de téléphonie gérés par sa filiale SRD et les services de transferts d'argent et de paiements dématérialisés gérés par sa filiale SRD MP.

157. Comme mentionné précédemment, l'instruction a par ailleurs permis de constater l'existence d'offres promotionnelles sur les taux de marges et de commissions des services dématérialisés et de remises liées aux volumes de transactions de la part de certains fournisseurs de solutions globales de caisse de nature à accroître l'opacité du marché.
158. L'opacité et le dynamisme du marché de l'intermédiation des services dématérialisés ne sont pas favorables à une coordination des comportements des membres du quasi-duopole qui résultera de l'opération
159. Il ressort de ce qui précède que l'opération n'est pas susceptible d'entraîner des effets coordonnés.

DÉCISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 21-182 est autorisée.

Le président,

Benoît Cœuré

© Autorité de la concurrence