

**Décision n° 22-DCC-174 du 13 septembre 2022
relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Car Loisirs, Car
Loisirs 13 et Car Loisirs 84 par la société Trigano**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 12 août 2022, relatif à la prise de contrôle exclusif des sociétés Car Loisirs, Car Loisirs 13 et Car Loisirs 84 par la société Trigano, formalisée par le protocole de cession du 18 mai 2022 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par la partie notifiante au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Trigano est une société anonyme cotée sur le marché d'Euronext Paris, qui est exclusivement contrôlée par monsieur François Feuillet. Elle est la société de tête du groupe Trigano qui contrôle plusieurs sociétés actives dans les secteurs de la production de véhicules de loisirs¹ (caravanes, camping-cars et résidences mobiles), de la réparation lourde et de la distribution d'accessoires et de pièces détachées pour ce type de véhicules. Elle contrôle également des sociétés actives dans la distribution au détail de véhicules de loisirs neufs et d'occasion ainsi que dans le secteur de la location et du financement de véhicules de loisirs². Les sociétés du groupe Trigano sont principalement actives en Europe de l'Ouest, en particulier en Allemagne, en Belgique, en Espagne, en France, en Italie, aux Pays-Bas, en Norvège, au Royaume-Uni et en Suède.
2. Car Loisirs Groupe (ci-après « CLG ») est un groupe familial actif dans la distribution de camping-cars neufs et d'occasion. Il contrôle actuellement les trois sociétés cibles : Car Loisirs 13 (ci-après « CL13 »), qui exploite une concession de vente de camping-cars à Septèmes-les-Vallons (Bouches-du-Rhône), Car Loisirs 83 (ci-après « CL83 »), qui exploite une concession de vente de camping-cars à Six-Fours-les-Plages (Var) et Car Loisirs 84 (ci-après « CL84 ») qui exploite une concession de vente de camping-cars à Le Pontet (Vaucluse).
3. L'opération envisagée consiste en l'acquisition par la société Trigano de l'ensemble des titres détenus par CLG au sein de ses filiales CL13, CL83 et CL84.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de CL13, CL83 et CL84 par Trigano, l'opération notifiée constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Trigano : 2 933,6 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2021 ; CL83 : [\leq 150 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2021, CL 84 : [\leq 150 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2021, CL 13 : [\leq 150 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2021). Deux au moins de ces entreprises ont réalisé en France un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (Trigano : [\geq 15 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2021 ; CL83 : [\leq 15 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2021, CL 84 : [\leq 15 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2021, CL 13 : [\geq 15 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2021). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au II de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce, relatives à la concentration économique.

¹ L'activité de production de véhicules de loisirs représente [confidentiel] % du chiffre d'affaires de Trigano.

² Outre ses activités liées aux véhicules de loisirs, Trigano est également active sur le marché de la commercialisation d'équipements de loisirs (remorques, matériels de camping et de jardin). Cette activité reste marginale et représente moins de [confidentiel] % du chiffre d'affaires de Trigano.

II. Délimitation des marchés pertinents

6. L'opération concerne le secteur des véhicules de loisirs (caravanes, camping-cars et résidences mobiles). Les parties sont actives sur les marchés de la construction et de la distribution de véhicules de loisirs.

A. LES MARCHÉS DE PRODUITS ET DE SERVICES

7. Au sein du secteur des véhicules automobiles³, les autorités de concurrence française et européenne distinguent notamment les activités suivantes :
- la construction et la commercialisation de véhicules neufs ;
 - la distribution au détail de véhicules neufs ;
 - la distribution au détail de véhicules d'occasion ;
 - la location de véhicules ;
 - la distribution de pièces de rechange et d'accessoires ;
 - les services d'entretien et de réparation.
8. La pratique décisionnelle a considéré que cette segmentation était également applicable au secteur des véhicules de loisirs⁴.
9. Elle a également envisagé de segmenter les marchés de la construction et de la commercialisation de véhicules de loisirs, ainsi que ceux de la distribution au détail de véhicules de loisirs neufs ou d'occasion, selon la catégorie du véhicule de loisirs (caravanes, camping-cars et résidences mobiles)⁵.
10. Il n'y a pas lieu de remettre en cause les segmentations envisagées par la pratique décisionnelle pour les besoins de la présente opération.

³ Voir notamment les décisions de la Commission européenne n° COMP/M.2832 du 22 juillet 2002 General Motors / Daewoo Motors ; n° COMP/M.6403 du 19 décembre 2011 – Volkswagen / KPI Polska / Skoda Auto Polska / VW Bank Polska / VW Leasing Polska et la décision n° 19-DCC-42 du 12 mars 2019 relative à la prise de contrôle conjoint par la société Emil Frey Motors France et la société Fiber de la société Bernard Participations SAS.

⁴ Voir la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie en date du 3 septembre 2003, aux conseils de la société Società Europea Autocaravan SpA, relative à une concentration dans le secteur de la distribution de véhicules de loisirs ; ainsi que les décisions n° 15-DCC-95 de l'Autorité de la concurrence du 15 juillet 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de la Société Financière JPC par la Société Financière CLC ; n° 15-DCC-106 de l'Autorité de la concurrence du 20 août 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de la société ELS Industrie et de l'activité de distribution de la société Atlantique Camping-Car par la société Financière Guinhut ; n° 17-DCC-53 du 25 avril 2017 relative à la prise de contrôle de la société Adria Mobil par la société Trigano ; et n° 21-DCC-241 du 14 décembre 2021 relative à la prise de contrôle des sociétés Financière CLC, Groupe Lhoro Agest et SLC par la société Trigano.

⁵ Lettre du ministre en date du 3 septembre 2003 précitée.

B. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

11. S'agissant des marchés de la construction et de la commercialisation de véhicules de loisirs, la pratique décisionnelle a laissé ouverte la question de savoir s'ils revêtent une dimension européenne ou nationale⁶.
12. La partie notifiante considère quant à elle que le marché de la construction et de la commercialisation de véhicules de loisirs est un marché de dimension européenne. Cependant, les parts de marché des constructeurs français, notamment celle de Trigano, sont largement supérieures en France à celles détenues dans le reste de l'Europe. On peut, à cet égard, noter que les constructeurs français représentent 70 % des immatriculations au niveau national⁷ alors qu'ils représentent moins de 40 % au niveau européen.
13. En l'espèce, la question de la délimitation géographique du marché peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse étant identiques quelle que soit la délimitation retenue. L'analyse du marché de la construction et de la commercialisation de véhicules de loisirs sera menée en retenant l'hypothèse la plus conservatrice c'est-à-dire au niveau national.
14. La pratique décisionnelle relative à la distribution de véhicules de loisirs⁸ a relevé que le comportement des acheteurs de véhicules de loisirs diffère de celui des acheteurs de véhicules automobiles, la spécificité des véhicules de loisirs justifiant des déplacements plus importants de la part des clients (compte tenu, notamment, de leur prix élevé). Tout en laissant la question ouverte, elle a retenu des zones de chalandise comprenant le département d'implantation de chaque concession ainsi que les départements limitrophes. Les effets de la présente opération seront donc analysés sur des zones de chalandises ainsi définies.
15. Malgré l'insularité des deux départements de la Corse, la Corse-du-Sud (2A) et la Haute-Corse (2B), les parties considèrent justifié qu'ils soient considérés comme limitrophes des départements disposant de liaisons maritimes régulières au départ de ports corses, soient :
 - les Bouches du Rhône (13), du fait de la liaison maritime vers Marseille ;
 - le Var (83), du fait de la liaison maritime vers Toulon ;
 - les Alpes Maritimes (06), du fait de la liaison maritime vers Nice.
16. En effet, selon les parties, il n'existerait pas de concessionnaire vendant des camping-cars neufs ou d'occasion en Corse. Ainsi, un résident corse souhaitant acquérir un camping-car neuf ou d'occasion se déplacera nécessairement sur le continent.
17. En l'espèce, la question de l'inclusion de la Corse peut être laissée ouverte, l'analyse concurrentielle demeurant inchangée quelle que soit l'option retenue.
18. En ce qui concerne (i) les marchés de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires de véhicules de loisirs, (ii) ceux de la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules de loisirs et (iii) ceux de la location de véhicules, la pratique décisionnelle a laissé ouverte la question de savoir s'ils revêtent une dimension nationale ou locale, l'analyse s'effectuant généralement au niveau départemental⁹.

⁶ Lettre du ministre en date du 3 septembre 2003 précitée, décision n° 21-DCC-241 précitée.

⁷ Étude Xerfi – Le marché des camping-cars et des caravanes, mars 2020, p.54.

⁸ Voir les décisions n° 15-DCC-95, n° 15-DCC-106 et n° 21-DCC-241 précitées.

⁹ Ibid.

19. En l'espèce, compte tenu de la tendance des clients de véhicules de loisirs à parcourir un temps de trajet supérieur à ceux parcourus par les acheteurs de véhicules traditionnels et de la localisation des concessions des parties, l'analyse sera menée au niveau de la zone de chalandise comprenant le département d'implantation de chaque concession ainsi que les départements limitrophes.

III. Analyse concurrentielle

20. Dans la mesure où les parties sont simultanément actives sur les marchés de la distribution de véhicules de loisirs, l'opération est susceptible de produire des effets horizontaux (A). Par ailleurs, dans la mesure où Trigano est présente sur le marché de la construction et de la commercialisation de véhicules de loisirs, l'opération est également susceptible de produire des effets verticaux (B).

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

1. SUR LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION DE CAMPING-CARS NEUFS ET D'OCCASION

21. Trigano et les cibles sont simultanément actives sur les marchés de distribution de camping-cars. Les sociétés cibles ne distribuent pas de caravanes et de résidences mobiles, ce qui permet d'exclure tout risque d'effets horizontaux sur ces marchés.
22. Concernant les marchés de la distribution de camping-cars neufs, ainsi que de la distribution de camping-cars d'occasion, les parts de marché de la nouvelle entité sont systématiquement inférieures à 25 %. Ainsi, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur ces marchés.

Parts de marché des parties sur les marchés de la distribution de camping-cars neufs

Zone	Parts de marché Trigano	Parts de marché Car Loisirs	Parts de marché de la nouvelle entité
CL83 : Var et départements limitrophes (sauf Corse)	[0-5] %	[10-20] %	[10-20] %
CL83 : Var et départements limitrophes (dont Corse)	[0-5] %	[10-20] %	[10-20] %
CL13 : Bouches-du-Rhône et départements limitrophes (sauf Corse)	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
CL13 : Bouches-du-Rhône et départements limitrophes (dont Corse)	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %

CL84 : Vaucluse et départements limitrophes	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
---	----------	-----------	-----------

Parts de marché des parties sur les marchés de la distribution de camping-cars d'occasion

Zone	Parts de marché Trigano	Parts de marché Car Loisirs	Parts de marché de la nouvelle entité
CL83 : Var et départements limitrophes (sauf Corse)	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
CL83 : Var et départements limitrophes (dont Corse)	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
CL13 : Bouches-du-Rhône et départements limitrophes (sauf Corse)	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
CL13 : Bouches-du-Rhône et départements limitrophes (dont Corse)	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
CL84 : Vaucluse et départements limitrophes	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %

2. SUR LES AUTRES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION

23. Outre le marché de la distribution de camping-cars neufs et d'occasion, les parties sont simultanément actives sur les marchés de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires, des services d'entretien et de réparation ainsi que sur le marché de la location de véhicules de loisirs.
24. Les parties ont indiqué ne pas disposer de données permettant de déterminer leurs positions sur ces différents marchés. Toutefois, elles indiquent que leur position sur les marchés des pièces de rechange et accessoires, de la réparation et de l'entretien est inférieure à celle détenue sur le marché de la distribution de camping-cars, dans la mesure où les sources d'approvisionnement des pièces de rechange et des services de réparation afférents sont plus variées que les seuls distributeurs de véhicules de loisirs. Les clients peuvent ainsi se tourner également vers des garagistes.
25. De la même façon, les parties relèvent qu'en matière de location de véhicules de loisirs, outre les distributeurs de voitures de loisirs, les clients peuvent notamment se tourner vers des plateformes de mise en relation de particuliers tels que Campanda, Yescapa, Wikicamps et Le Bon coin.
26. Dès lors, il apparaît que la position des parties sur les marchés de la réparation et de la distribution de pièces de rechange et sur le marché de la location, est inférieure, ou à tout le moins équivalente, à celle détenue sur le marché de la distribution de camping-cars, soit inférieure à 25 %.

27. Ainsi, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires, des services d'entretien et de réparation, et de location de véhicules de loisirs.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

28. L'intégration verticale d'une entreprise ou son renforcement peut porter atteinte à la concurrence lorsque cette entreprise détient, sur un ou plusieurs marchés concernés, un pouvoir de marché substantiel pouvant servir de point d'appui à un effet de levier¹⁰. Une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Ce verrouillage peut viser les marchés aval, lorsque l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval, ou les marchés amont lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux.
29. L'Autorité considère néanmoins qu'il est peu probable qu'une entreprise ayant une part de marché inférieure à 30 % sur un marché donné puisse verrouiller un marché en aval ou en amont de celui-ci.
30. En l'espèce, Trigano et les sociétés cibles sont actives sur les marchés aval de la distribution au détail de camping-cars neufs et d'occasion, et Trigano est également présente sur le marché amont de la construction et de la commercialisation de camping-cars.

Parts de marché de Trigano sur les marchés de la construction de camping-cars

	En volume	En valeur
Au niveau européen	[20-30] %	[20-30] %
Au niveau national	[30-40] %	[30-40] %

31. Au niveau national, la nouvelle entité disposera d'une part de marché supérieure à 30 % sur le marché de la construction de camping-cars. Elle serait donc en mesure d'utiliser cette position sur le marché amont de la construction de camping-cars pour renforcer sa position sur les marchés aval de la distribution.
32. La probabilité d'un scénario d'éviction des concurrents à l'aval doit donc être évaluée, en examinant si la nouvelle entité aurait, après l'opération, la capacité de verrouiller l'accès de ses concurrents au marché de manière significative, si les incitations à le faire seraient suffisantes, et si, enfin, une stratégie de verrouillage aurait un effet significatif sur les marchés en cause.
33. Une telle stratégie se concrétiserait dans l'octroi, par Trigano, de conditions commerciales ou financières moins avantageuses aux distributeurs non-intégrés, qui reviendraient à dégrader l'attractivité des points de vente des concurrents des parties.
34. À cet égard, il apparaît premièrement, que malgré la part de marché de Trigano sur le marché amont, il ressort du dossier que les marques appartenant au groupe Trigano ne sont pas

¹⁰ Voir §677 des lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations.

suffisamment incontournables pour constituer un avantage concurrentiel significatif, à l'aval, pour les concessionnaires. Ainsi, l'absence éventuelle des produits commercialisés par Trigano, ou leur commercialisation à des conditions moins avantageuses, dans certains ou tous les réseaux de distributeurs concurrents des cibles apparaît peu susceptible de donner, à l'aval un avantage à la nouvelle entité ou de nuire aux concessionnaires concurrents.

35. Deuxièmement, une stratégie de verrouillage des intrants pourrait conduire Trigano à perdre des volumes de vente en amont. Or les marges réalisées au stade du détail sont moins élevées que celles réalisées lors de la vente des produits aux distributeurs. Pour qu'une stratégie de verrouillage des intrants soit profitable, il serait donc nécessaire que l'accroissement des ventes au détail au sein des concessions cibles soit suffisamment élevé pour compenser la diminution des ventes de produits Trigano chez les concessionnaires concurrents. Étant donné qu'il paraît peu probable que la stratégie de verrouillage des intrants diminue significativement la fréquentation des concessions concurrentes, la nouvelle entité n'aura pas d'incitation à mettre en place une telle stratégie de verrouillage.
36. Ainsi, l'opération n'est pas susceptible de soulever un risque de verrouillage des intrants.
37. De même, compte tenu des parts de marché inférieures à 30 % sur les marchés aval de la distribution, tout risque de verrouillage des débouchés peut également être écarté.
38. Enfin, tout risque d'accès de Trigano à des informations sensibles portant sur les constructeurs concurrents peut être écarté, dans la mesure où les distributeurs informent eux-mêmes les constructeurs des politiques commerciales des uns et des autres. De plus, les concurrents des parties disposent de suffisamment de débouchés pour ne pas être obligés de distribuer leurs produits dans les concessions de la nouvelle entité. Dans ce contexte, si les concurrents considèrent qu'il subsiste un risque lié à l'accès, par Trigano, à des informations sensibles sur la stratégie commerciale de ses concurrents, ces derniers disposeront de suffisamment de débouchés pour mettre un terme à leur relation commerciale avec les concessions de la nouvelle entité.
39. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux entre les marchés amont de la construction et commercialisation de camping-cars et les marchés aval de la distribution.

DÉCISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 22-162 est autorisée.

Le président,

Benoît Cœuré

© Autorité de la concurrence