



**Décision n° 24-DCC-107 du 23 mai 2024
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Pilot par le
groupe Beaumanoir**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 15 avril 2024, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Pilot par le groupe Beaumanoir, formalisée par le protocole d'achat d'actions du 16 avril 2024 ;

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

Adopte la décision suivante :

Résumé¹

Aux termes de la présente décision, l'Autorité a autorisé sans conditions la prise de contrôle exclusif de la société Pilot par le groupe Beaumanoir.

Le groupe Beaumanoir dispose de magasins de vêtements et de chaussures en France et à l'étranger, essentiellement pour une clientèle féminine, exploités sous les enseignes La Halle, Cache Cache, Bonobo, Bréal, Morgan, Carroll et Vib's.

La société Pilot exploite les enseignes Billabong, Element, Quiksilver, Roxy, DC Shoes, RVCA et Vonzipper.

Compte tenu des activités du groupe Beaumanoir et de la cible, l'Autorité a examiné les effets de l'opération, d'une part sur les marchés amont de l'approvisionnement en chaussures et vêtements, et d'autre part, sur les marchés aval de la distribution en gros et de la distribution au détail de vêtements, de chaussures et de produits déstockés.

Sur les marchés relatifs aux chaussures et aux produits déstockés, l'Autorité a écarté tout risque d'atteinte à la concurrence, compte tenu de la position limitée de la nouvelle entité (en tout état de cause inférieure à 25 %) sur les différents marchés, tant au niveau national que local.

S'agissant des marchés de la distribution au détail de vêtements pour femmes et pour hommes au niveau national, l'Autorité a écarté tout risque d'atteinte à la concurrence en raison de l'intensité de la pression concurrentielle s'exerçant sur les parties.

S'agissant des marchés de la distribution au détail de vêtements pour femmes et pour hommes au niveau local, l'Autorité a écarté tout risque d'atteinte à la concurrence dans les 83 zones locales centrées autour des points de vente exploités par la cible. Elle a mené, pour quatre de ces zones situées dans l'agglomération de Biscarosse (40), une analyse approfondie pour étudier la dynamique concurrentielle locale. A l'issue de cette analyse, tout risque d'atteinte à la concurrence a pu être écarté, compte tenu de différents facteurs, dont notamment la persistance d'une offre diversifiée dans la zone et la pression concurrentielle exercée par les ventes en ligne.

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.....	4
II. MARCHÉS CONCERNÉS	5
A. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT	5
B. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION EN GROS.....	6
C. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DÉTAIL.....	6
1. MARCHÉS DE PRODUITS	6
a) Marchés de la distribution au détail de vêtements.....	6
b) Marchés de la distribution au détail de chaussures	7
c) Marchés de la distribution au détail de produits déstockés	7
2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES	8
III. ANALYSE CONCURRENTIELLE.....	9
A. MARCHÉS AMONT ET MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION EN GROS	9
B. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DÉTAIL.....	9
a) Marchés de la distribution au détail de vêtements : analyse au niveau national.....	9
b) Marchés de la distribution au détail de vêtements : analyse au niveau local.....	10
<i>Le marché local de la vente en magasins physiques de vêtements pour hommes milieu de gamme dans la zone de Biscarosse.....</i>	<i>10</i>
<i>Le marché local de la vente en magasins physiques de vêtements pour femmes milieu de gamme dans la zone de Biscarosse.....</i>	<i>11</i>
DÉCISION	12

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. La famille Beaumanoir exerce un contrôle exclusif sur la société CCV Beaumanoir, société de tête du groupe Beaumanoir. Ce groupe a pour activité principale la vente au détail de vêtements et de chaussures, en particulier féminins. Il dispose de magasins en France et à l'étranger exploités sous forme de succursales et affiliés, sous les enseignes La Halle, Cache-Cache, Bonobo, Bréal, Vib's, Morgan et Caroll. Le groupe Beaumanoir exerce également une activité de *pure player* spécialisé dans la vente de chaussures et de vêtements *via* la plateforme Sarenza.com.
2. La société Pilot, actuellement contrôlée par le groupe Authentic Brands, a pour activité principale la vente de vêtements, d'articles de sport et de chaussures. Elle exploite les enseignes Billabong, Element, Quiksilver, Roxy, DC Shoes, RVCA et Vonzipper.
3. L'opération notifiée consiste en l'acquisition par le groupe Beaumanoir auprès du groupe Authentic Brands de (i) l'intégralité des actions et des droits de vote de la société Pilot², et (ii) d'une licence sur les marques Billabong, Boardriders, Element, Quiksilver, Roxy, RVCA, DC Shoes, Vonzipper et Honolua (« la cible »).
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif, par le groupe Beaumanoir, de la société Pilot, 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 (Beaumanoir : [≥ 150 millions] d'euros pour l'exercice clos le 28 février 2023, la cible : [≥ 150 millions] d'euros pour l'exercice clos le 30 octobre 2023). Chacune des parties réalise individuellement un chiffre d'affaires hors taxes en France qui excède 50 millions d'euros (Beaumanoir : [≥ 50 millions] d'euros, la cible : [≥ 50 millions] d'euros). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas de 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.

² Seront préalablement sortis du périmètre de groupe cible les activités de vente en gros de la société Na Pali attribuées à l'Europe de l'Est, les sociétés Distribution s.r.o., Boardriders Club Bratislava s.r.o. Rawaski sp. Zoo, Santocha LLC et New Pier Trading Ltd.

II. Marchés concernés

6. Les parties sont simultanément actives dans le secteur de l'habillement³ et des chaussures, sur les marchés (i) amont de l'approvisionnement, (ii) aval de la distribution en gros, et (iii) aval de la distribution au détail.

A. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

7. Dans le secteur de l'approvisionnement des distributeurs, les autorités de concurrence considèrent que les producteurs ne peuvent pas se convertir facilement à la fabrication d'autres produits que les leurs. Elles distinguent autant de marchés qu'il existe de familles de produits⁴.
8. En l'espèce, les parties s'approvisionnent simultanément en (i) vêtements pour femmes, (ii) vêtements pour hommes, (iii) vêtements pour enfants, (iv) sous-vêtements, (v) chaussures, (vi) produits de cuir, (vii) textiles de sport, (viii) chaussures de sport et (ix) accessoires.
9. Les marchés de l'approvisionnement en vêtements et en chaussures revêtent, au vu de la pratique décisionnelle, une dimension mondiale⁵.

³ Les parties sont également simultanément actives dans le secteur des lunettes, sur les marchés amont de l'approvisionnement et aval de la distribution au détail. Au vu des faibles parts de marché des parties, en tout état de cause inférieures à 25 %, ce chevauchement d'activité ne sera pas traité dans la présente décision.

⁴ Décisions de l'Autorité de la concurrence : n° 19-DCC-162 du 23 août 2019 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe De Fursac par le groupe Sandro Maje Claudie Pierlot, § 6 ; n° 20-DCC-163 du 17 novembre 2020 relative à la fusion de fait entre les groupes Oosterdam et Happychic, § 7 ; n° 20-DCC-172 du 8 décembre 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de 511 magasins de la société Camaïeu International et de la société Financière Brame par la société Financière Immobilière Bordelaise, § 5 ; n° 21-DCC-43 du 24 mars 2021 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs de la société La Halle par la famille Beaumanoir, § 6 ; n° 21-DCC-166 du 29 septembre 2021 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Carroll International par le groupe Beaumanoir, § 6 ; n° 22-DCC-11 du 31 janvier 2022 relative à la prise de contrôle exclusif de Minelli par Stéphane Collaert, § 9.

⁵ Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 19-DCC-162 du 23 août 2019 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe De Fursac par le groupe Sandro Maje Claudie Pierlot, § 7 ; n° 20-DCC-163 du 17 novembre 2020 relative à la fusion de fait entre les groupes Oosterdam et Happychic, § 8 ; n° 20-DCC-172 du 8 décembre 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de 511 magasins de la société Camaïeu International et de la société Financière Brame par la société Financière Immobilière Bordelaise, § 6 ; n° 21-DCC-43 du 24 mars 2021 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs de la société La Halle par la famille Beaumanoir, § 8 ; n° 21-DCC-166 du 29 septembre 2021 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Carroll International par le groupe Beaumanoir, § 8 ; n° 22-DCC-11 du 31 janvier 2022 relative à la prise de contrôle exclusif de Minelli par Stéphane Collaert, § 10.

B. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION EN GROS

10. La pratique décisionnelle européenne a identifié un marché national de la vente en gros de vêtements et de chaussures, tout en laissant ouverte la question de sa définition précise⁶. La partie notifiante propose d'envisager, pour les besoins de l'espèce, une segmentation de ce marché par famille de produits.
11. En l'espèce, les articles simultanément vendus en gros par les parties appartiennent aux familles de produits suivants : (i) vêtements pour femmes, (ii) vêtements pour hommes, (iii) chaussures, (iv) chaussures de sport, (v) produits du cuir (vi) accessoires et (vii) produits déstockés.
12. Les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la segmentation retenue, la question de la définition exacte des marchés de la distribution en gros peut être laissée ouverte.

C. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DÉTAIL

1. MARCHÉS DE PRODUITS

13. S'agissant de la distribution de produits non alimentaires, l'Autorité distingue autant de marchés qu'il existe de familles de produits⁷.
14. En l'espèce, les parties sont simultanément actives sur les marchés de la distribution au détail de vêtements, de chaussures, et de produits déstockés.

a) Marchés de la distribution au détail de vêtements

15. Concernant la distribution au détail de vêtements, l'Autorité a envisagé plusieurs segmentations en fonction (i) du genre et de l'âge des consommateurs (hommes, femmes, enfants) et (ii) de la gamme des produits vendus (entrée de gamme, milieu de gamme et haut de gamme)⁸.
16. S'agissant des canaux de distribution, l'Autorité a distingué, à ce jour, les ventes réalisées en magasins physiques et les ventes à distance (en ligne et par correspondance)⁹. Le marché

⁶ Décisions de la Commission européenne : M.6726, AAEC / RABO Investments / VECELIA / HVEG, 28 novembre 2012, § 14 ; M.8710, JD / SONAE MC / BALAIKO / JDSH / Sport Zone, 17 janvier 2018, §§ 43-44.

⁷ Décisions de l'Autorité de la concurrence : n° 17-DCC-39 du 4 avril 2017 relative à l'acquisition du contrôle exclusif des sociétés Livelle et 3Suisse Belgium par Domoti SAS, § 11 ; n° 18-DCC-01 du 10 janvier 2018 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société La Redoute par la société Motier (groupe Galeries Lafayette), § 19 ; n° 18-DCC-53 du 20 avril 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société André par la société Spartoo, § 10 ; n° 18-DCC-50 du 20 avril 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sarenza SA par la société Monoprix SAS (groupe Casino), § 6 et 7.

⁸ Décisions n° 10-DCC-139, n° 10-DCC-159, n° 11-DCC-49, n° 13-DCC-77 précitées et la décision de l'Autorité n° 17-DCC-69 du 31 mai 2017 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe HMY par la société LBO France Gestion.

⁹ Décisions n° 10-DCC-77, n° 17-DCC-139 et n° 18-DCC-01 précitées.

de la distribution de vêtements en magasins physiques est, enfin, segmenté entre les ventes en boutiques spécialisées, les ventes en grandes surfaces spécialisées (« GSS ») et en grandes surfaces alimentaires (« GSA »)¹⁰.

17. La question de la définition exacte des marchés de la distribution au détail de vêtements peut toutefois être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées.
18. En l'espèce, les parties sont simultanément actives sur les marchés de la distribution (i) en ligne de vêtements féminins milieu de gamme, (ii) en ligne de vêtements masculins milieu de gamme, (iii) en ligne de vêtements pour enfant milieu de gamme, (iv) en magasins physiques de vêtements féminins milieu de gamme, (v) en magasins physiques de vêtements masculins milieu de gamme.

b) Marchés de la distribution au détail de chaussures

19. Comme elle l'a retenu s'agissant de la distribution au détail de vêtements, l'Autorité a segmenté les marchés de la distribution au détail de chaussures en fonction (i) du genre et de l'âge des consommateurs (hommes, femmes, enfants) et (ii) de la gamme des produits vendus (entrée de gamme, milieu de gamme et haut de gamme)¹¹.
20. Elle a également distingué la distribution de chaussures d'intérieur (pantoufles, charentaises) et la distribution de chaussures d'extérieur, en opérant une distinction entre les chaussures de ville et les chaussures de sport¹².
21. Les marchés de la distribution de chaussures en magasins sont segmentés par canal de distribution, entre les ventes en boutiques spécialisées et les ventes en GSS et GSA¹³. Par ailleurs, s'agissant d'une segmentation éventuelle entre les ventes en ligne et en magasins physiques, l'Autorité a envisagé l'existence d'un marché unique incluant tous les canaux de distribution, sans toutefois trancher la question¹⁴.
22. La question de la définition exacte des marchés de la distribution au détail de chaussures peut toutefois être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées.
23. En l'espèce, les parties sont simultanément actives sur le marché de la distribution (i) en ligne de chaussures pour femmes milieu de gamme, (ii) en ligne de chaussures pour hommes milieu de gamme, (iii) en ligne de chaussures pour enfants milieu de gamme, (iv) en magasins physiques de chaussures pour femmes milieu de gamme, et (v) en magasins physiques de chaussures pour hommes milieu de gamme.

c) Marchés de la distribution au détail de produits déstockés

24. L'Autorité a retenu l'existence d'un marché de la distribution au détail d'articles à bas prix dans lequel des magasins spécialisés dans le déstockage de produits de marque ou la vente

¹⁰ Ibid.

¹¹ Décisions n° 10-DCC-139 et n° 10-DCC-159 précitées.

¹² Décision de l'Autorité n° 18-DCC-50 du 20 avril 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sarenza SA par la société Monoprix SAS (groupe Casino).

¹³ Décisions n° 10-DCC-139 et n° 10-DCC-159 précitées.

¹⁴ Décision n° 18-DCC-50 précitée.

de produits discomptés vendent des articles à bas prix aux consommateurs. Elle a envisagé une segmentation de ce marché par famille de produits et par canal de distribution¹⁵. Concernant la distribution de vêtements déstockés, l'Autorité a récemment envisagé une distinction en fonction de l'âge et du genre¹⁶.

25. Il n'est pas nécessaire de se prononcer sur la définition exacte de ce marché dans la présente décision, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit la segmentation retenue.
26. En l'espèce, le groupe Beaumanoir exerce une activité de distribution au détail de produits déstockés en points de vente physiques. La cible exerce une activité de distribution au détail de produits déstockés en ligne et en points de vente physiques. Ainsi, les parties sont simultanément actives sur les marchés de la distribution (i) en magasins physiques de vêtements déstockés pour femmes, (ii) en magasins physiques de vêtements déstockés pour hommes, (iii) en magasins physiques de chaussures déstockées pour femmes, (iv) en magasins physiques de vêtements déstockés pour enfants et (v) en magasins physiques de chaussures déstockées pour enfants.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

27. S'agissant de la distribution au détail de vêtements, de chaussures, et de produits déstockés en magasins, l'Autorité considère que la concurrence s'exerce entre les points de vente situés sur une même zone de chalandise. Deux critères sont utilisés pour délimiter ces zones¹⁷ :
 - d'une part, pour les boutiques spécialisées, il existe autant de marchés géographiques que de villes où sont situés les détaillants susceptibles de vendre ces articles, chacun de ces marchés correspondant à la zone d'attraction commerciale de la ville dans laquelle un magasin des parties est situé ;
 - d'autre part, pour les GSS et les GSA, le marché géographique correspond à un rayon de 20 minutes en voiture à partir d'un magasin des parties. Cette délimitation est également retenue pour les magasins implantés dans des centres commerciaux adossés à des GSS ou des GSA.
28. Par ailleurs, le poids croissant dans ce secteur de chaînes de distribution spécialisées, constituées de réseaux de points de vente sous une enseigne commune, exploités en propre, en franchise ou en groupement d'achats et présents sur l'ensemble du territoire national, pose la question de l'intérêt d'une analyse complémentaire au niveau national¹⁸.
29. Enfin, s'agissant des ventes à distance, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence retient une délimitation nationale, en raison des différences linguistiques et de l'hétérogénéité des habitudes des consommateurs au sein de l'Union européenne, ainsi que de l'homogénéité des coûts et des délais de livraison au niveau national.

¹⁵ Voir, notamment, les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-88 du 20 juin 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Stokomani Holding SAS par la société Sagard SAS et n° 18-DCC-150 précitées et Décision 19-DCC-162 du 23 août 2019 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe De Fursac par le groupe Sandro Maje Claudie Pierlot.

¹⁶ Décision de l'Autorité n° 21-DCC-128 du 22 juillet 2021 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Kidiliz par le groupe Idkids.

¹⁷ Décisions n° 10-DCC-139, n° 10-DCC-159 et n° 16-DCC-166 précitées.

¹⁸ Décisions n° 10-DCC-139, n° 10-DCC-159, n° 13-DCC-77, n° 17-DCC-169 et 19-DCC-162 précitées.

III. Analyse concurrentielle

A. MARCHÉS AMONT ET MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION EN GROS

30. Les parties sont simultanément actives sur les marchés amont de l'approvisionnement en, vêtements et chaussures pour femmes et pour hommes, ainsi que sur les marchés aval de la distribution en gros de vêtements et de chaussures, ainsi que de produits déstockés.
31. Sur les marchés amont de l'approvisionnement, les parts de marché de la nouvelle entité seront inférieures à 1 %.
32. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés de l'approvisionnement, en vêtements et en chaussures pour femmes et pour hommes.
33. S'agissant des marchés de la vente en gros, les parts de marché de la nouvelle entité seront inférieures à 25 % quelle que soit la délimitation exacte retenue. Ainsi, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la distribution en gros, de vêtements, de chaussures, et de produits déstockés.

B. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DÉTAIL

34. Les parties sont simultanément actives sur les marchés aval de la distribution au détail de vêtements, de chaussures, et de produits déstockés.
35. S'agissant des marchés nationaux et locaux de la distribution au détail de chaussures, en ligne et en magasins physiques, les parts de marché de la nouvelle entité demeureront inférieures à 25 %, quelle que soit la segmentation exacte retenue, de sorte que tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté.
36. S'agissant des marchés nationaux et locaux de la distribution au détail de produits déstockés, en ligne et en magasins physiques, les parts de marché de la nouvelle entité demeureront inférieures à 25 %, quelle que soit la segmentation exacte retenue, de sorte que tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté.
37. Enfin, s'agissant des marchés de la distribution au détail de vêtements, le groupe Beaumanoir et la cible sont simultanément présents sur les marchés de la distribution de vêtements féminins, masculins et pour enfants, en ligne et en magasins physiques.

a) Marchés de la distribution au détail de vêtements : analyse au niveau national

38. À l'échelle nationale, la nouvelle entité disposera d'une part de marché sur les marchés de la distribution au détail de vêtements, quelle que soit la segmentation retenue, inférieure à 25 % sauf sur le marché des vêtements féminins milieu de gamme, où la nouvelle entité disposera d'une part de marché de [20-30] %, avec un incrément inférieur à 1 %. Sur ce

marché la nouvelle entité fera face à la concurrence d'enseignes nationales telles que Kiabi, Gémo, Zara, Bizzbee, et H&M.

39. Concernant les ventes en ligne, la nouvelle entité disposera de parts de marché inférieures à 25 %, quelle que soit les segmentations retenues. La nouvelle entité fera notamment face à la concurrence des enseignes nationales mentionnées ci-dessus, mais aussi des acteurs spécialisés dans la vente en ligne, tels que Amazon et La Redoute, proposant une large gamme de vêtements féminins milieu de gamme
40. L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la distribution de vêtements au niveau national, en magasins physiques et en ligne.

b) Marchés de la distribution au détail de vêtements : analyse au niveau local

41. L'analyse quantitative a été menée sur les différentes segmentations envisagées par la pratique décisionnelle, autour des 83 points de vente cibles. Les parts de marché n'incluent pas les ventes en ligne.
42. L'opération ne donne lieu à aucun chevauchement au niveau local sur le marché de la distribution au détail de vêtements pour enfants.
43. Le tableau ci-dessous présente la position des parties sur les 83 zones centrées autour des points de vente cibles.

	Nombre de zones : Vêtements pour femmes milieu de gamme	Nombre de zones : Vêtements pour homme milieu de gamme
Absence de chevauchement	38	50
Parts de marché inférieures à 25 %	43	31
Parts de marché de 25 à 50 %	0	2
Parts de marché supérieures à 50 %	2	0
Total	83	83

44. Les parts de marché des parties sont supérieures à 25 % pour quatre ciblage, concernant respectivement les marchés des vêtements pour hommes et pour femmes centrés autour des magasins Quicksilver et Billabong de Biscarosse.

Le marché local de la vente en magasins physiques de vêtements pour hommes milieu de gamme dans la zone de Biscarosse

45. Dans la décision 21-DCC-43 précitée, l'Autorité avait considéré que tout risque d'atteinte à la concurrence pouvait être écarté dans les zones où la nouvelle entité dispose de moins de 45 % de parts de marché et fait face à au moins trois concurrents.
46. Les parties disposeront d'une part de marché de [40-50] % sur le marché des vêtements pour hommes milieu de gamme dans la zone de Biscarosse. Ils feront face à la concurrence de quatre autres magasins spécialisés distribuant des marques positionnées en milieu de gamme et qui disposent ensemble d'une part de marché significative : L'Homme by Chantal D ([10-

20] %), L'Alchimie ([10-20] %), Ô Dressing ([5-10] %) et Cactus ([5-10] %). L'Autorité note par ailleurs la présence du groupe Intersport dans la zone ([20-30] %).

47. Au vu des critères précédemment évoqués, tout risque d'atteinte à la concurrence dans la zone de Biscarosse sur le marché des vêtements pour hommes milieu de gamme peut être écarté.

Le marché local de la vente en magasins physiques de vêtements pour femmes milieu de gamme dans la zone de Biscarosse

48. La nouvelle entité disposera d'une part de marché supérieure à 50 % sur le marché des vêtements pour femmes milieu de gamme dans la zone de Biscarosse.

	Nombre de points de vente	Parts de marché
Groupe Beaumanoir	1	[30-40] %
Cible	2	[10-20] %
Nouvelle entité	3	[50-60] %
Groupe Intersport	1	[10-20] %
Les Caprices de Zoé	1	[5-10] %
L'Attrape Rêve	1	[5-10] %
L'Alchimie	1	[5-10] %
Ô Dressing	1	[5-10] %
Cactus	1	[0-5] %

49. La nouvelle entité fera face à six concurrents, dont cinq indépendants adoptant un positionnement milieu de gamme comparable à celui des parties, et distribuant des marques concurrentes, et le groupe Intersport, d'envergure nationale, disposant d'une part de marché de [10-20] %.
50. De plus, en raison de la dynamique touristique de la ville de Biscarosse, certains points de ventes spécialisés dans les vêtements adoptent un comportement saisonnier, n'étant ouverts qu'en haute saison. Les magasins Diva Shoes, Landifornia, Loca Loca Loca, Moorea Boutique, Oxbox, O'Neil et RipCurl sont ainsi actifs durant la saison estivale et exercent, durant cette période, une pression concurrentielle sur l'activité des parties.
51. Enfin, la nouvelle entité restera confrontée à la pression concurrentielle exercée par les opérateurs de vente en ligne, qui proposent une large gamme de vêtements¹⁹.
52. Compte tenu du nombre de concurrents présents dans la zone, ainsi que de la pression concurrentielle exercée par les concurrents saisonniers durant la saison estivale, et par les ventes en ligne, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché des vêtements pour femmes milieu de gamme dans la zone de Biscarosse.

¹⁹ En prenant en compte les ventes en ligne, la part de marché de la nouvelle entité serait de [40-50] % sur le marché de la distribution au détail de vêtements pour femmes dans la zone de Biscarosse.

DÉCISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 24-054 est autorisée.

Le président,

Benoît Cœuré

© Autorité de la concurrence