

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 25-DCC-172 du 25 juillet 2025
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sofisport par la
société FN Browning Group**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 25 juin 2025, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Sofisport par la société FN Browning Group, formalisée par un contrat d'achat d'actions du 23 décembre 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 ;

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

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. FN Browning Group (ci-après « FNBG »), société anonyme de droit belge, à la tête du groupe éponyme, est détenue à hauteur de 100 % par la société Wallonie Entreprendre, elle-même détenue à hauteur de 99,5 % par la Région wallonne. FNBG est spécialisée dans la conception, la fabrication et la distribution d'armes à feu et de munitions commercialisées sous ses propres marques FN et Noptel auprès des forces militaires et de maintien de l'ordre. FNBG est également active dans la conception, la fabrication et la distribution d'armes à feu et dans la distribution de munitions métalliques¹ pour la chasse et le tir sportif, commercialisés sous les marques Browning et Winchester². Enfin, de manière marginale, elle distribue des cartouches de chasse sous la marque Winchester produites par Sofisport.
2. Sofisport, société anonyme de droit français est un fabricant de cartouches. Elle produit des cartouches dites « en marque blanche » pour le compte de fournisseurs concurrents tiers et des cartouches qu'elle commercialise sous ses propres marques Cheddite, Nobel Sport, Rio, Fob, Tunet et Eley Hawk auprès de distributeurs et détaillants. Elle exerce également, en amont, une activité de production et de fourniture de composants de cartouches (amorces, douilles et poudre) à partir de sites répartis entre la France, l'Espagne et l'Italie³. Ces composants sont utilisés soit pour sa propre fabrication de cartouches, soit vendus à des fabricants de cartouches concurrents. Enfin, Sofisport exerce, à titre marginal, d'une part, des activités de distribution en gros de munitions métalliques et d'armes à feu civiles⁴, d'autre part, des activités dans le domaine des solutions de maintien de l'ordre⁵.
3. La présente opération consiste en l'acquisition par FNBG d'au moins [confidentiel] % du capital social et des droits de vote de Sofisport. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Sofisport par FNBG, l'opération notifiée 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 (FNBG : [> 150] millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2023 ; Sofisport : [> 150] millions d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises réalisent, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (FNBG : [> 50] millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2023 ; Sofisport : [> 50] millions d'euros pour le même exercice). 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

¹ FNBG ne fabrique pas de munitions métalliques civiles et ne possède pas de marque propre de munitions métalliques civiles. Cependant, elle assure la distribution en Europe de munitions métalliques civiles de la marque Winchester pour la chasse et le tir sportif fabriquées par la société Olin Corporation aux États-Unis.

² La marque Winchester est exploitée par FNBG dans le cadre d'accords de licence.

³ Sofisport détient notamment l'entreprise spécialiste de la poudre Nobel Sport et le fabricant de douilles et d'amorces Cheddite.

⁴ Conformément à l'article 8.5 du contrat d'achat d'actions, Sofisport a cédé sa participation minoritaire dans la société Humbert CTTS, active en France dans la distribution d'armes à feu, au groupe italien Beretta qui en est devenue l'actionnaire unique.

⁵ Il s'agit principalement de grenades lacrymogènes et de munitions à létalité réduite pour la police et les forces spéciales

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. Sofisport est active dans la fabrication de munitions non métalliques qu'elle commercialise sous ses propres marques ou qu'elle fabrique pour le compte de tiers. Sofisport exerce également, en amont, une activité de fabrication de composants de munitions non métalliques (amorces, douilles et poudre)⁶.
6. FNBG et Sofisport sont simultanément actives en matière de distribution en gros de munitions non métalliques, de munitions métalliques à usage civil ainsi que d'armes à feu à usage civil.
7. À ce jour, l'Autorité de la concurrence et la Commission européenne n'ont pas été amenées à définir les marchés pertinents pour la fabrication et la distribution des munitions et armes à feu.

A. LE SECTEUR DES MUNITIONS

8. Une munition désigne l'ensemble des éléments assemblés pour permettre le tir d'un projectile par une arme à feu. Elle comprend un projectile (balle ou plombs), une charge propulsive (poudre), une amorce destinée à enflammer cette charge ainsi qu'une douille, également appelée étui, qui contient et maintient l'ensemble de ces composants.
9. La partie notifiante considère qu'une distinction doit être opérée entre les munitions non-métalliques (autrement appelées « cartouches ») et les munitions métalliques, compte tenu des différences substantielles qui existent entre ces deux catégories de munitions, tant sur le plan technique que sur celui des usages. Chaque type de munition est en effet associé à une catégorie d'arme déterminée, en fonction de son calibre, de la pression générée à l'usage et des exigences propres aux disciplines de tir concernées.
10. S'agissant de leur composition, les cartouches sont dotées d'une douille non métallique, généralement en plastique, associée à une base (culot) métallique. Elles sont utilisées dans les fusils de chasse, notamment pour la chasse au petit gibier ainsi que dans certaines disciplines de tir sportif.
11. Les munitions métalliques possèdent une douille entièrement en métal (généralement en laiton, acier ou aluminium) et sont principalement utilisées dans les pistolets et armes de

⁶ FNBG ne produit pas et n'achète pas de composants pris isolément, que ce soit à Sofisport ou à d'autres fabricants de composants. Elle se fournit exclusivement en munitions non métalliques déjà assemblées et prêtes à la vente auprès de Sofisport. En l'absence de lien vertical direct entre la production de composants par Sofisport et l'acquisition et la distribution en gros de cartouches par FNBG, et dans la mesure où Sofisport fournit déjà la quasi-totalité des cartouches sous marque blanche à FNBG, l'activité de Sofisport en matière de production de composants pour les cartouches ne sera pas détaillée dans la présente décision.

poing, notamment dans les domaines de la défense, de la sécurité et de maintien de l'ordre. Elles sont également utilisées dans les carabines pour la chasse au gros gibier et le tir sportif.

12. La composition de la charge propulsive diffère selon le type de munition utilisée. Les cartouches sont chargées avec une poudre dite à « simple base » essentiellement composée de nitrocellulose, tandis que la majorité des munitions métalliques requiert une poudre à « double base » combinant nitrocellulose et nitroglycérine, ce qui favorise une combustion plus intense et une vitesse initiale élevée⁷. À cet égard, il n'est pas possible de substituer l'une de ces catégories de munitions à l'autre⁸.
13. Dans sa décision du 14 mai 2021 relative à l'opération Sofisport/Grupo Maxam⁹, l'Autorité de la concurrence espagnole (ci-après, « CNMC ») a établi une distinction entre les munitions selon le type de douille utilisée, métallique ou non métallique.
14. Enfin, les éléments recueillis dans le cadre du test de marché confirment que les spécificités de technique et d'usages, précédemment décrites, justifient qu'une distinction soit opérée entre les cartouches et les munitions métalliques.

1. LES MARCHÉS DES MUNITIONS NON MÉTALLIQUES (OU CARTOUCHES)

1.1 LES MARCHÉS DE PRODUITS

15. S'agissant des cartouches, leur fourniture implique différents niveaux de commercialisation.
16. Par analogie avec l'approche retenue par la Commission européenne dans d'autres secteurs industriels, notamment celui des batteries¹⁰, la partie notifiante propose d'opérer une distinction entre : (i) le marché de la fabrication de cartouches pour le compte de tiers sur lequel les fabricants de cartouches, tels que Sofisport, produisent des cartouches en marque blanche (ou « marque privée ») principalement pour des fournisseurs de cartouches concurrents comme FNBG qui ne disposent pas de capacité de production ; (ii) le marché de la distribution en gros de cartouches de marque à des distributeurs et détaillants.
17. La partie notifiante considère que la fabrication de cartouches en marque blanche pour le compte de tiers doit être distinguée de la distribution en gros de cartouches de marque, en raison des différences existantes en matière de ciblage de la clientèle, de conditions commerciales et contractuelles ou encore de modèles d'affaires.
18. La partie notifiante souligne ainsi que la demande pour les cartouches sous marque blanche provient d'un nombre limité de fournisseurs qui ne disposent pas de capacités de production alors que la clientèle sur le marché de la distribution en gros est plus large et diversifiée, allant des distributeurs et détaillants internationaux, aux petits détaillants locaux (principalement des armuriers). La demande pour les cartouches en marque blanche dépend principalement des conditions commerciales auxquelles elles sont proposées, alors que la

⁷ À titre très marginal, la poudre à « simple base » peut être utilisée pour la production de certaines munitions métalliques mais son emploi reste limité en raison de sa faible énergie propulsive.

⁸ En tant que fabricant de composants de cartouches, Sofisport est notamment spécialisée dans la fabrication de poudre « à simple base ». La transformation de la capacité actuelle de production de poudre à « simple base » en une production de poudre à « double base » impliquerait [confidentiel].

⁹ Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, Sofisport/Grupo Maxam, C/1170/21.

¹⁰ Voir notamment la décision de la Commission européenne VAG/VARTA M.9449 du 3 décembre 2019.

demande des distributeurs et détaillants sur le marché de gros repose davantage sur les marques proposées. La fabrication de cartouches en marque blanche nécessite des capacités de production et une planification industrielle à long terme. Elle doit en outre répondre à des spécifications techniques particulières et aux exigences du fournisseur tiers s'agissant du marquage et de l'emballage des produits.

19. La partie notifiante souligne que, le plus souvent, la fabrication de cartouches pour le compte de tiers s'effectue sous la forme de vente *ad hoc*. Les contrats de fabrication de cartouches en marque blanche, lorsqu'ils existent, restent l'exception, sont généralement non exclusifs et ne courent pas sur de longues durées.
20. Les répondants au test de marché ont, dans leur grande majorité, confirmé les éléments avancés par la partie notifiante. Ils relèvent notamment que les cartouches en marque blanche sont produites en grande quantité par quelques fabricants afin de satisfaire une demande concentrée autour d'un nombre limité de grands clients, à des prix bas et avec des marges réduites. S'agissant de la demande en cartouches de marque, ils relèvent qu'elle génère des marges plus élevées, nécessite des investissements importants et une stratégie commerciale. Elle répond également à une demande fragmentée, influencée par la fidélité des armuriers. Enfin, l'approvisionnement en produits de marque requiert une gestion flexible des stocks et de la distribution.
21. Compte tenu de ces éléments, un marché de la fabrication de cartouches en marque blanche pour le compte de tiers peut être distingué de celui de la distribution en gros de cartouches de marques.
22. En l'espèce, seule Sofisport est active en matière de fabrication de cartouches sous marque blanche pour le compte de fournisseurs tiers. FNBG, qui n'a pas de capacité de production, se fournit en cartouches auprès de Sofisport dans le cadre d'un accord de fabrication. FNBG et Sofisport sont par ailleurs toutes deux actives sur le marché de la distribution en gros de cartouches de marques.
23. Sofisport distribue ses propres cartouches sous les marques Cheddite, Nobel Sport, Rio, Fob, TUNET et Eley Hawk tandis que FNBG distribue de faibles volumes de cartouches fabriquées quasi-intégralement par Sofisport et distribuées sous les marques Winchester et Legia, cette dernière marque étant présente exclusivement en Espagne.

1.2 LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

- *S'agissant du marché de la fabrication de cartouches en marque blanche pour le compte de tiers*

24. La partie notifiante soutient que le marché de la fabrication de cartouches en marque blanche pour le compte de tiers pourrait présenter une dimension mondiale. Elle se fonde notamment sur le fait que Sofisport et ses concurrents exportent des cartouches en marque blanche dans le monde entier et de nombreux clients s'approvisionnent à l'échelle mondiale. En 2024, plus de [50-60] % des ventes de cartouches en marque blanche fabriquées par Sofisport ont été réalisées en dehors de l'espace économique européen (EEE). En outre, selon la partie notifiante, il n'existe pas de différences significatives dans les exigences des clients selon leur localisation : EEE, États-Unis ou d'autres régions du monde. Les fabricants ont une stratégie commerciale globale, les coûts de transport sont peu élevés et il n'existe pas de barrières commerciales significatives.

25. Les répondants au test de marché considèrent également que ce marché pourrait avoir une dimension mondiale, notamment en raison de la présence de fabricants opérant auprès d'une clientèle internationale comme Trust et Fiocchi Munizioni, ce dernier étant intégré au groupe tchèque CSG (également propriétaire de Baschieri et Kinetic Group) ou Otto Group.
26. En conséquence, l'analyse sur le marché de la fabrication de cartouches en marque blanche pour le compte de tiers sera menée à l'échelle mondiale.

- *S'agissant du marché de la distribution en gros de cartouches de marque*

27. La partie notifiante considère que le marché de la distribution en gros de cartouches de marque est au moins de dimension européenne (EEE). Cependant, ce marché pourrait être de dimension mondiale dans la mesure où Sofisport dispose d'unités de production situées dans plusieurs États-membres de l'Union européenne, au Royaume-Uni ainsi qu'au Canada et qu'elle exporte sa production dans plus de [confidentiel] pays dans le monde. En 2024, plus de [60-70] % des ventes de cartouches de Sofisport, sous ses marques propres, ont été réalisées en dehors de l'EEE.
28. Les réponses apportées dans le cadre du test de marché confirment que la dimension géographique de ce marché serait européenne voire mondiale. Les fabricants verticalement intégrés distribuent les cartouches de marque dans plusieurs pays de l'EEE. D'autres fournisseurs de premier plan comme Fiocchi Munizioni commercialise des cartouches sous les marques Fiocchi, Baschieri, Pellagri et Lyalvale Express auprès d'une clientèle internationale.
29. Dans sa décision précitée de 2021, la CNCM a considéré que le marché des cartouches non métalliques s'étendait au moins à l'EEE.
30. La délimitation exacte de marchés géographiques de la distribution en gros de cartouches de marque peut toutefois rester ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quel que soit le marché géographique examiné.
31. En l'espèce, l'analyse sera menée au niveau de l'EEE sur le marché de la distribution en gros de cartouches de marque où les positions des parties sont les plus fortes.

2. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION EN GROS DE MUNITIONS MÉTALLIQUES À USAGE CIVIL

2.1 LE MARCHÉ DE PRODUITS

32. S'agissant des munitions métalliques, la partie notifiante propose de distinguer d'une part, les munitions métalliques à usage civil destinées à la chasse au gros gibier et au tir sportif et d'autre part, les munitions métalliques destinées à un usage gouvernemental et militaire.
33. Les munitions métalliques militaires répondent à des réglementations techniques strictes dont les spécifications sont établies par l'Organisation du traité de l'Atlantique nord (OTAN). Elles dépendent de procédures d'achat sécurisées, d'un accès limité aux fournisseurs agréés ainsi que d'un stockage et d'une distribution encadrés pour des besoins étatiques.
34. Les répondants au test de marché ont unanimement confirmé la nécessité de distinguer les deux types de munitions selon leurs usages civils ou militaires en raison de différences en termes de réglementation, de prix, de typologie de clientèle (États, armureries, clubs,

particuliers, etc.), de spécifications techniques, de canaux de distribution et de conditions de stockage. Ainsi, les munitions métalliques civiles doivent respecter les normes de la Commission internationale permanente pour l'épreuve des armes à feu portatives (C.I.P.), tandis que les munitions militaires sont régies, comme indiqué *supra*, par les spécifications de l'OTAN. De plus, leurs circuits de distribution diffèrent, les munitions militaires étant généralement vendues *via* des appels d'offres aux gouvernements ou à des agences militaires tandis que les munitions métalliques civiles sont distribuées via le réseau de distribution traditionnel incluant distributeurs, revendeurs et consommateurs.

35. Compte tenu de ces éléments, il peut être retenu un marché distinct de la distribution de munitions métalliques à usage civil.
36. Au sein du marché des munitions métalliques civiles, la partie notifiante considère qu'il n'est pas nécessaire d'opérer une segmentation supplémentaire en fonction du type de munitions métalliques à usage civil (munitions à percussion centrale de tir, munitions à percussion centrale d'armes de poing, munitions à percussion annulaire) car elle estime que les conditions de concurrence, au niveau de la distribution en gros, sont similaires tant du côté de la demande que du côté de l'offre.
37. Il n'est toutefois pas nécessaire d'examiner plus en détail de telles segmentations, l'analyse demeurant inchangée quelle que soit la délimitation retenue.
38. En l'espèce, FNBG et Sofisport sont simultanément actives en matière de distribution en gros de munitions métalliques à usage civil¹¹. FNBG distribue les munitions de marque Winchester auprès des détaillants et des distributeurs ou grossistes. En France, Sofisport distribue les munitions principalement de marque Brenneke et, dans une moindre mesure, les munitions de marques Tunet Partizan auprès de grands détaillants ([confidentiel]) ainsi qu'à des détaillants locaux (armuriers locaux).

2.2 LE MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

39. Compte tenu des faibles coûts de transport et à l'absence de barrières commerciales majeures, la partie notifiante considère que le marché de la distribution en gros de munitions métalliques à usage civil présente une dimension géographique au moins étendue à l'EEE.
40. Les éléments recueillis au cours de l'instruction viennent conforter cette appréciation. À l'instar des cartouches, les munitions métalliques à usage civil peuvent être distribuées dans plusieurs pays de l'EEE par les mêmes acteurs.
41. En ce qui concerne les détaillants, leur approvisionnement demeure pour l'essentiel, centré sur leur marché national. Ils s'approvisionnent principalement auprès de distributeurs établis dans le même pays que celui où ils sont implantés. Néanmoins, d'après le test de marché, certains d'entre eux déclarent s'approvisionner aussi auprès de distributeurs situés dans d'autres États de l'EEE en raison de l'absence de barrières commerciales significatives.
42. En l'espèce, l'analyse sera menée sur le marché de la distribution en gros de munitions métalliques à usage civil à l'échelle de l'EEE.

¹¹ FNBG fabrique des munitions métalliques militaires. Cependant, cette activité ne donne lieu à aucun chevauchement avec les activités de Sofisport et n'est donc pas présentée en détail dans la présente décision.

B. LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION EN GROS D'ARMES À FEU À USAGE CIVIL

43. Une arme à feu est une arme portative équipée d'un canon, conçue pour tirer des projectiles. Elle fonctionne grâce à un mécanisme interne déclenchant une réaction chimique de combustion de la poudre contenue dans la munition, provoquant la propulsion du projectile à travers le canon¹².

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

44. Selon la distinction opérée entre les munitions métalliques à usage civil et les munitions métalliques à usage militaire, la partie notifiante propose de différencier d'une part, les armes à feu à usage civil telles que les armes d'épaule (carabines et fusils notamment) ou de poing (pistolets et revolvers) et d'autre part, les armes à feu à usage militaire (fusils d'assaut, mitrailleuses, etc.). Elle suggère également une segmentation par type d'arme (carabines, fusils et armes de poing), chacune constituant un segment de marché.
45. Il ressort de l'instruction que la distinction entre les armes à feu à usage civil et militaire est justifiée en raison de différences liées aux caractéristiques techniques, au cadre réglementaire et légal, aux modalités contractuelles ou au mode de passation des marchés ainsi qu'à leurs canaux de distribution. L'instruction confirme également la pertinence d'une segmentation fondée sur le type d'arme employée, compte tenu de différences de caractéristiques et d'usage (chasse, tir sportif, etc.).
46. En l'espèce, FNBG et Sofisport sont simultanément actives sur les marchés de la distribution en gros de carabines, fusils et armes de poing à usage civil.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

50. Selon l'approche retenue pour le marché de la distribution en gros de munitions métalliques à usage civil, la partie notifiante considère que les marchés de la distribution en gros d'armes à feu à usage civil s'étendent au moins à l'EEE, en raison de la faiblesse des coûts logistiques et de l'absence de barrières commerciales significatives.
51. Il ressort de l'instruction que les principaux concurrents des parties, en tant que distributeurs en gros d'armes à feu civiles, réalisent des ventes à l'échelle européenne, sans faire face à des restrictions commerciales ou réglementaires particulières.
52. Par ailleurs, les détaillants s'approvisionnent auprès de distributeurs établis dans le même pays que celui où ils sont implantés mais également, pour certains, d'entre eux, auprès de distributeurs ou fabricant situés dans d'autres États membres de l'EEE. Cette organisation transnationale de la distribution témoigne d'un fonctionnement du marché à une échelle supranationale.
53. Au cas d'espèce, l'analyse concurrentielle sera menée au niveau de l'EEE.

¹² Voir en ce sens l'article R. 311-1 du code de la sécurité intérieure.

III. Analyse concurrentielle

54. L'analyse portera successivement sur les effets horizontaux (A), verticaux (B) et congloméraux (C) de l'opération.

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

55. Au cas d'espèce, les parties sont simultanément présentes sur les marchés de la distribution en gros de cartouches de marques, de munitions métalliques à usage civil ainsi que des carabines, fusils et armes de poing à usage civil.

1. SUR LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION EN GROS DE CARTOUCHES DE MARQUES

56. Selon les estimations fournies par la partie notifiante, la nouvelle entité détiendrait une part de marché en valeur inférieure à [20-30] %, avec un incrément résultant de l'opération inférieur à [0-5] points.
57. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de la distribution en gros de cartouches de marques par le biais d'effets horizontaux¹³.

2. SUR LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION EN GROS DE MUNITIONS MÉTALLIQUES À USAGE CIVIL

58. Selon les estimations fournies par la partie notifiante, la nouvelle entité détiendrait une part de marché en valeur inférieure à [10-20] % avec un incrément résultant de l'opération inférieur à [0-5] points.
59. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés de la distribution en gros des munitions métalliques à usage civil.

3. SUR LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION EN GROS DES ARMES À FEU À USAGE CIVIL

60. Selon les estimations fournies par la partie notifiante, la nouvelle entité détiendrait des parts de marché en valeur inférieures à [10-20] % avec un incrément résultant de l'opération inférieur à [0-5] points sur chacun des trois marchés identifiés pour chaque type d'arme (soit les parts de marché cumulées de [10-20] % pour les carabines, [10-20] % pour les fusils et [0-5] % pour les armes de poing).
61. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la distribution en gros des armes à feu à usage civil, quelle que soit la segmentation retenue.

¹³ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, para. 623.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

62. 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 potentiellement les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Ce verrouillage peut concerner les marchés aval, lorsque l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents ou les marchés amont, lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits des fabricants en amont, réduisant ainsi leurs débouchés commerciaux.
63. La pratique décisionnelle nationale considère, en principe, qu'il est peu probable qu'une entreprise ayant une part de marché inférieure à 30 % sur un marché concerné puisse verrouiller un marché en aval ou en amont de celui-ci¹⁴.
64. En l'espèce, les activités de parties présentent des liens verticaux dans la mesure où Sofisport est active sur le marché amont de la fabrication de cartouches en marque blanche pour le compte de tiers.
65. Avant l'opération, FNBG confie la fabrication des cartouches qu'elle distribue en gros sous la marque Winchester à Sofisport.
66. La nouvelle entité pourrait alors décider de ne plus fabriquer de cartouches en marque blanche pour les concurrents de FNBG sur le marché aval de la distribution en gros de cartouches (verrouillage des intrants). De même, FNBG pourrait cesser d'acheter les cartouches de fabricants concurrents en amont, réduisant les débouchés des concurrents de Sofisport (verrouillage de la clientèle).

1. SUR LE RISQUE DE VERROUILLAGE DE L'ACCÈS AUX INTRANTS

67. Un scénario de verrouillage de l'accès aux intrants consisterait, pour la nouvelle entité, à cesser ou à réduire les ventes de cartouches en marque blanche fabriquées par Sofisport aux concurrents de FNBG actifs sur le marché de la distribution en gros de cartouches en marque propre et qui ne produisent pas leurs propres cartouches. Cependant, la nouvelle entité ne disposerait ni de la capacité ni de l'incitation à mettre en œuvre une telle stratégie.
68. En premier lieu, bien que Sofisport soit un acteur mondial important sur le marché de la fabrication de cartouches en marque blanche pour le compte de tiers, avec une part de marché estimée à [30-40] %, elle fait face à la concurrence d'importants acteurs de dimension internationale tels que CSG, Olin Corporation, Gamebore, Clever, ou encore Trust. Aussi, en raison du caractère homogène de la composition des cartouches, de l'absence de barrières techniques et économiques à l'entrée et de contrainte de capacité pour les acteurs présents sur le marché de la fabrication de cartouche en marque blanche¹⁵, toute tentative de verrouillage des intrants à l'issue de l'opération entraînerait un transfert de la demande de Sofisport vers ses concurrents, se traduisant par une perte de revenus significative pour Sofisport.
69. Il ressort du test de marché, que les cartouches en marque blanche produites pour le compte de tiers sont généralement vendues par le biais de commandes ponctuelles, sans engagement

¹⁴ *Ibid.*, para. 678.

¹⁵ La partie notifiante estime que le taux d'utilisation des actifs de production de cartouches sur le marché est de l'ordre de [confidentiel] %.

pluriannuel. Cette situation renforce la capacité des clients de Sofisport à reporter leurs achats vers un ou plusieurs fabricants concurrents de cartouches et rendrait inefficace toute stratégie potentielle de verrouillage des intrants.

70. En deuxième lieu, la nouvelle entité n'aurait pas d'intérêt à cesser la fabrication de cartouches pour le compte de tiers car une telle stratégie entraînerait une réduction de ses propres revenus en raison de la perte des ventes liées à cette activité qui représente actuellement environ [20-30] % de son chiffre d'affaires. En outre, cette décision ne conduirait pas à une augmentation de ses propres ventes de cartouches de marque sur le marché aval puisque la fabrication de cartouches pour le compte de tiers serait reprise par un concurrent et les volumes de cartouches visés par la stratégie d'exclusion de FNBG continueraient à être disponibles sur le marché en aval.
71. En conséquence, tout risque de verrouillage de l'accès aux intrants pour les distributeurs en gros de cartouches de marque qui ne fabriquent pas leurs propres cartouches peut être écarté.

2. SUR LE RISQUE DE VERROUILLAGE DE L'ACCÈS À LA CLIENTÈLE

72. Un scénario de verrouillage de l'accès à la clientèle consisterait pour FNBG à cesser d'acheter les cartouches de fabricants concurrents en amont (ou à diminuer ses achats), réduisant ainsi leurs débouchés commerciaux. Une telle stratégie pourrait détériorer la situation des concurrents de Sofisport sur le marché amont de la fabrication de cartouches pour le compte de tiers en restreignant leurs débouchés.
73. Toutefois, un tel risque peut être écarté en l'espèce car, d'une part, FNBG achète déjà presque la totalité de ses cartouches auprès de Sofisport et d'autre part, le volume de cartouches achetées par FNBG auprès de Sofisport reste négligeable. En 2024, la part en volume des cartouches achetées par FNBG représentait moins de [0-5] % du volume total du marché mondial des cartouches fabriquées en marque blanche.
74. Enfin, la majorité des répondants au test de marché confirment qu'il existe suffisamment de clients pour l'achat de cartouches en marque blanche.
75. Il résulte de ce qui précède que tout risque de verrouillage de l'accès à la clientèle pour les concurrents de Sofisport peut être écarté.

C. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMÉRAUX

76. Une concentration produit des effets congloméraux non-coordonnés lorsqu'elle permet à la nouvelle entité de restreindre ou d'empêcher l'accès à un ou plusieurs marchés. En effet, une entreprise qui bénéficie ou renforce une position forte sur un marché peut être en mesure de verrouiller l'accès à un ou plusieurs marchés connexes en exploitant un effet de levier. L'effet de levier consiste en la capacité pour une entreprise d'augmenter les ventes d'un produit sur un marché en exploitant la forte position sur le marché d'un autre produit auquel le premier produit ou service est lié, connexe ou groupé.
77. L'Autorité de la concurrence considère qu'il est peu probable qu'une entreprise ayant une part de marché inférieure à 30 % sur un marché donné puisse verrouiller un marché connexe.
78. Conformément à la pratique décisionnelle, la probabilité que l'opération fausse le jeu de la concurrence par des effets congloméraux s'apprécie à l'aune de (i) la capacité à mettre en

œuvre effectivement une stratégie de verrouillage, (ii) de son incitation à mettre en œuvre une telle stratégie et (iii) des effets de cette stratégie sur les marchés en cause.

79. En l'espèce, il convient d'examiner dans quelle mesure la nouvelle entité pourrait mettre en œuvre une stratégie d'offre groupée en combinant les armes à feu à usage civil avec des munitions non métalliques et métalliques qu'elle proposerait aux distributeurs ou détaillants, lesquels pourraient ensuite reproduire cette pratique auprès des consommateurs finaux.
80. D'une part, les parts de marché cumulées des parties, en valeur, sont inférieures à 30 % sur les marchés de la (i) distribution en gros des cartouches ([20-30] %), de la (ii) distribution en gros de munitions métalliques civiles ([10-20] %) et de la distribution en gros d'armes à feu à usage civil (soit [10-20] % pour les carabines, [10-20] % pour les fusils et [0-5] % pour les armes de poing).
81. D'autre part, comme l'ont confirmé les répondants au test de marché, les consommateurs finaux n'achètent pas simultanément des munitions et des armes. En effet, l'acquisition d'une arme constitue un investissement à long terme, généralement lié à un usage de loisir, tandis que les munitions font l'objet d'achats plusieurs fois dans l'année. En outre, il apparaît qu'aucun avantage technique ne résulterait de l'utilisation conjointe d'une arme et d'une munition de la même marque. À cet égard, la majorité des répondants au test de marché estime que FNBG n'offre pas d'armes présentant des caractéristiques distinctives par rapport à ses concurrents. De même, les cartouches ne bénéficient d'aucune caractéristique particulière les rendant incontournables sur le marché. Dès lors, on observe une interopérabilité entre les produits des différents fournisseurs puisque les armes à feu et les munitions sont conçues selon des calibres et des spécifications normalisés garantissant la compatibilité entre marques.
82. Au regard des spécificités des marchés sur lesquels sont actives les parties, il n'existe donc pas d'incitation pour la nouvelle entité à envisager la mise en place d'une stratégie d'offres liées.
83. Il résulte ce qui précède que l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets conglomerés sur les marchés concernés.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 25-064 est autorisée.

Le président,

Benoît Cœuré

© Autorité de la concurrence