

L'Autorité de la concurrence rend obligatoires les engagements proposés par Accentiv'Kadéos afin de développer la concurrence dans le secteur des cartes cadeaux multi-enseignes

Publié le 27 avril 2011

Saisie par la société **Titres Cadeaux**, l'Autorité de la concurrence rend aujourd'hui une décision par laquelle elle **accepte et rend obligatoires les engagements pris par la société Accentiv'Kadéos** dans le secteur des cartes cadeaux multi-enseignes.

Le secteur des cartes cadeaux multi-enseignes

Le secteur des **cartes cadeaux multi-enseignes** (distinctes des cartes cadeaux mono-enseignes ainsi que des chèques cadeaux et des coffrets cadeaux) comporte trois principaux acteurs : **Kadéos** (Groupe Accor), qui détient 81% du marché, **Illicado** (Synedis, proximité du groupe Auchan) avec 15-20% environ et **Kyrielles** (groupe Galeries Lafayette) avec 1-3% environ du marché. **Titres Cadeaux** (détenu à parité par Natixis et le groupe Banque Postale) est seulement présent sur le marché des chèques cadeaux multi-enseignes, sur lequel Kadéos est le premier opérateur avec environ 35-40% de parts de marché. La valeur cumulée des chèques et des cartes cadeaux émis en France était d'environ **2,2 milliards d'euros** en 2009. Ce secteur d'activité est en plein essor.

Le secteur des cartes cadeaux fonctionne de la manière suivante :

- **1e étape : l'acceptation de la carte cadeau.** Un émetteur de cartes cadeaux recherche des enseignes commerciales pour qu'elles figurent sur sa carte multi-enseignes afin que les consommateurs puissent utiliser la

carte cadeau dans un point de vente de cette enseigne. L'émetteur de carte et l'enseigne signent un **contrat d'acceptation**. Une carte cadeau multi-enseignes aura plusieurs contrats d'acceptation.

- **2e étape : la distribution de la carte cadeau.** Une carte est achetée dans un réseau de distribution (ex : grands magasins, magasins spécialisés, supermarchés, magasins de proximité, bureaux de poste, etc.) par une personne désirant offrir un cadeau d'une valeur faciale déterminée (ex : 10, 20, 50 Euros).
- **3e étape : l'achat d'un bien ou service au moyen d'une carte cadeau.** La personne détentrice d'une carte cadeau l'utilise comme moyen de paiement de ses achats effectués chez un commerçant (dont l'enseigne figure sur la carte cadeau).

L'affiliation exclusive des enseignes est susceptible de créer des barrières à l'entrée

L'effet cumulé des différentes clauses d'exclusivité insérées dans les contrats conclus entre Accentiv'Kadéos et ses enseignes partenaires est susceptible de créer des **barrières à l'entrée sur les marchés des cartes cadeaux multi-enseignes (acceptation/distribution)**, compte tenu notamment de la **portée des clauses d'exclusivité** (87,5 % des enseignes affiliées à Accentiv'Kadéos sont en exclusivité d'acceptation) et de **leur durée** (5 ans pour la majorité des contrats, ou bien 3 ans renouvelables), celles-ci étant susceptibles de créer un **effet de verrouillage** sur les marchés des cartes cadeaux multi-enseignes.

Compte tenu de la forte position de Kadéos sur le marché des cartes cadeaux multi-enseignes, il est **difficile pour ses concurrents de pénétrer sur ce marché**. Plusieurs enseignes, dont certaines occupant de fortes positions de marché dans leur univers de consommation (*AM PM, Anne Weyburn, La Redoute, So Home, Somewhere, Taillissime, Vertbaudet, Cyrillus, FNAC, FNAC Voyages, Conforama, Surcouf, Eveil&Jeux, Citadium, Made in Sport, Madelios, Printemps, Printemps Voyages, Courir, Go Sport*), ayant déjà conclu une **exclusivité d'acceptation avec Kadéos**,

il en résulte que le choix d'enseignes qu'une carte cadeau concurrente (comme Titres Cadeaux, par exemple) pourrait proposer à ses clients dans son *panier d'enseignes* est fortement limité.

Or, au cours du processus d'achat d'une carte cadeau multi-enseignes, le nombre et la renommée des enseignes figurant sur une carte cadeau (*c'est-à-dire les enseignes « acceptant » la carte*) déterminent son attractivité, et sont par conséquent décisifs dans le choix par le consommateur d'une carte plutôt qu'une autre.

Les engagements proposés permettent l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché dans les meilleurs délais

Afin de répondre aux préoccupations de concurrence soulevées par l'Autorité, Accentiv'Kadéos a sollicité le recours à la procédure d'engagements prévue au I de l'article L. 464-2 du code de commerce.

Accentiv'Kadéos a remis une offre initiale d'engagements. Les parties et les tiers ayant fait part de leurs remarques lors du test de marché ont jugé ces engagements insuffisants. Accentiv'Kadéos a ensuite transmis à l'Autorité de nouvelles propositions d'engagements, dont la mise en œuvre aura pour principaux effets :

- de **lever rapidement (à partir du 1er mai 2011) l'entrave à l'accès au marché de l'acceptation** des cartes cadeaux multi-enseignes pour de nouveaux entrants, leur permettant ainsi de **négoier avec les enseignes de leur choix**. Accentiv'Kadéos s'engage en effet à **supprimer**, de manière anticipée et **au plus tard le 1er mai 2011, la clause d'exclusivité en acceptation** de ses contrats conclus avec l'ensemble de ses enseignes affiliées pour les cartes cadeaux multi-enseignes Kadéos.
- de **permettre l'arrivée de nouveaux entrants** sur les marchés de l'acceptation et de la distribution des cartes cadeaux multi-enseignes. Accentiv'Kadéos s'engage en effet à **ne pas conclure de nouvelles exclusivités**, ni en acceptation, ni en distribution auprès des

consommateurs, avec les enseignes n'ayant pas encore conclu d'exclusivité avec elle, et ce **durant toute l'année 2011**.

> Cliquer ici pour consulter l'intégralité des engagements proposés par Accentiv'Kadéos

Par ailleurs, l'Autorité se félicite des évolutions récentes du marché

Au cours de l'instruction, le marché a commencé à se redessiner. Les contrats d'exclusivité entre la FNAC et Kadéos arrivent à échéance au 31 décembre 2011 et la FNAC a déclaré qu'elle n'envisage pas de conclure de contrats en exclusivité avec des émetteurs de cartes, tant en acceptation qu'en distribution. Dès lors, **le champ et la portée des clauses d'exclusivité entre Kadéos et ses enseignes affiliées sera fortement réduit**, puisque la FNAC représente environ 55-65% de la valeur d'émission de la carte. D'autres réseaux de distribution (ex : Séphora, La Poste) ont également décidé de mettre fin à leur exclusivité ou même à leur contrat d'affiliation avec Kadéos.

Les marchés en cause ont ainsi, depuis le début de la procédure, évolué dans un **sens favorable à une intensification de la concurrence** et, à l'échéance de ses contrats (le 31 décembre 2011 pour la plupart de ses enseignes affiliées), la position d'Accentiv'Kadéos aura pu être contestée, notamment par son concurrent Titres Cadeaux. L'Autorité se félicite de ces dernières évolutions.

Pour plus de détails sur cette décision, consulter le dossier de presse :

Fiche 1 – Historique de la procédure

Fiche 2 – Le détail des engagements pris par Accentiv'Kadéos et acceptés par l'Autorité

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la
communication
01 55 04 02 14
[Contacter par mail](#)