

L'Autorité de la concurrence autorise la prise de contrôle conjoint par la société Emil Frey Motors France et la société Fiber de la société Bernard Participations SAS.

Publié le 13 mars 2019

Cette opération a été l'occasion pour l'Autorité de revoir sa méthode d'analyse des opérations de concentration dans le secteur de la distribution automobile afin de l'adapter aux évolutions du secteur.

Une opération renvoyée par la Commission européenne

La Commission européenne a renvoyé à l'Autorité de la concurrence, à sa demande, l'examen de la prise de contrôle de la société Bernard Participations SAS par les sociétés Emil Frey Motors France et Fiber. La Commission a considéré que l'Autorité était la mieux placée pour étudier l'opération compte tenu de la position des entreprises sur les marchés de la distribution automobile en France et de ses effets potentiels sur plusieurs marchés locaux.

Les parties à l'opération

La société Emil Frey Motors France (anciennement PGA Motors SAS) est une filiale française du groupe Emil Frey, actif, en France et dans plusieurs pays de l'Union européenne, sur l'ensemble des marchés de la distribution automobile. La société civile Fiber est une société holding qui contrôle, conjointement avec la société Alcopa NV avant l'opération, la société Bernard Participations. La société Bernard Participations est une société active, en France, sur l'ensemble

des marchés de la distribution automobile.

L'opération consiste en l'acquisition, par Emil Frey, de la participation minoritaire contrôlante actuellement détenue par la société Alcopa NV dans la société Bernard Participations. À l'issue de l'opération la société Bernard Participations sera donc contrôlée conjointement par Emil Frey et Fiber.

Les marchés concernés par l'opération

La pratique décisionnelle de l'Autorité identifie sept marchés au sein du secteur de la distribution automobile parmi lesquels la distribution de véhicules automobiles neufs destinés aux particuliers, la distribution de véhicules automobiles neufs destinés aux professionnels ou la distribution de véhicules automobiles d'occasion.

L'instruction menée a montré qu'il n'était pas pertinent, à ce jour, de retenir une segmentation plus fine de ces marchés, les différentes hypothèses envisagées n'ayant pas été confirmées par les opérateurs (constructeurs et distributeurs) interrogés.

L'examen du dossier a conduit l'Autorité à modifier la délimitation géographique des marchés de la distribution automobile ainsi que sa méthodologie d'analyse de ces marchés

- La zone locale de chalandise se substitue au département pour déterminer les positions des parties à l'opération

L'analyse de l'opération a confirmé que les marchés de la distribution automobile étaient bien de dimension locale. En effet, malgré le développement de l'usage d'internet dans le parcours client, l'instruction a démontré que l'existence d'un réseau dense de points de vente physiques restait, à ce jour, structurante dans ce secteur.

En revanche, l'Autorité a estimé que l'analyse départementale effectuée jusqu'ici ne rendait plus compte du comportement réel des acheteurs sur ces

marchés.

Sur la base d'une instruction détaillée, l'Autorité a adopté une nouvelle délimitation des marchés locaux de la distribution automobile correspondant à des zones de chalandise définies par le temps de trajet que les consommateurs sont prêts à parcourir pour acquérir un véhicule (soit entre 30 et 60 minutes selon les marchés concernés).

- Des parts de marché définies non plus en nombre d'immatriculations au niveau départemental mais en nombre de points de vente dans la zone de chalandise

La prise en compte de cette nouvelle délimitation géographique des marchés a donc conduit l'Autorité à adapter sa méthode d'analyse concurrentielle.

Antérieurement à la présente décision, l'Autorité s'appuyait principalement sur les données d'immatriculation pour estimer la position des opérateurs dans ce secteur. Ces données, disponibles uniquement au niveau départemental, permettaient d'estimer le volume des ventes réalisées par les opérateurs actifs dans un département donné. C'est sur cette base que l'Autorité définissait les parts de marché des opérateurs et se prononçait sur les risques concurrentiels soulevés par les opérations de concentration notifiées.

Désormais, l'Autorité analyse la densité du réseau des opérateurs concernés et leur poids, en nombre de points de vente dans la zone locale de chalandise, pour juger si un rapprochement soulève des préoccupations de concurrence. L'analyse de l'Autorité repose donc à présent sur l'estimation d'une « part de marché » en proportion des points de vente détenus par les parties à l'opération sur une zone locale.

Cette méthode permet à la fois de prendre en compte la réalité du comportement des consommateurs, puisque le marché local est défini par un temps de trajet et non plus par des limites administratives, et de juger si les consommateurs disposeront, après l'opération, de points de vente alternatifs à ceux des parties au sein de la zone dans laquelle ils procèdent à leurs achats.

Consciente de la taille parfois modeste des acteurs du secteur et de la fréquence des opérations, l'Autorité a retenu la méthodologie lui garantissant d'appréhender au mieux la dynamique concurrentielle sur la base d'informations disponibles pour les parties et facilement exploitables, sans pour autant alourdir le processus de notification.

Par ailleurs, cette méthodologie, en s'appuyant sur les structures réelles des marchés locaux, offre la possibilité d'adapter, le cas échéant, le raisonnement suivi aux contextes locaux qui le justifieraient (DROM ou grandes métropoles par exemple).

À l'issue de son analyse concurrentielle conduite en application de la méthodologie désormais applicable, l'Autorité a autorisé l'opération sans condition.

> Pour la notification d'un dossier relatif à la distribution automobile, [ce tableau est à compléter](#) et à adresser au service des concentrations.

DÉCISION 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

Consulter le texte
intégral

Contact(s)

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