

NOUVELLE-CALEDONIE

 GOUVERNEMENT

N° 2015 - 31 /GNC

du 20 JAN. 2015

Ampliations :

H-C	1
Congrès	1
DAE	1
Intéressée	1
JONC	1
Archives	1

ARRETE

relatif à la prise de contrôle exclusif d'un fonds de commerce de concession automobile de la marque Nissan, situé à Nouméa, par la société Calénis, filiale du groupe Bernard Hayot

Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie,

Vu la loi organique modifiée n° 99-209 du 19 mars 1999 relative à la Nouvelle-Calédonie ;

Vu la loi modifiée n° 99-210 du 19 mars 1999 relative à la Nouvelle-Calédonie ;

Vu le code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, notamment ses articles Lp. 431-1 à Lp. 431-9 ;

Vu la délibération n° 6 du 27 mai 2014 fixant le nombre de membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu la délibération n° 2014-51D/GNC du 26 juin 2014 chargeant les membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie d'une mission d'animation et du contrôle d'un secteur de l'administration ;

Vu l'arrêté n° 2014-5676/GNC-Pr du 5 juin 2014 constatant l'installation des membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu l'arrêté n° 2014-5678/GNC-Pr du 5 juin 2014 constatant la prise de fonctions de la présidente du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu l'arrêté n° 2013-3272/GNC du 19 novembre 2013 pris en application de l'article 9 de la loi du pays n° 2013-8 du 24 octobre 2013 relative à la concurrence en Nouvelle-Calédonie et concernant les modalités d'application d'une opération de concentration ;

Vu l'arrêté n° 2013-3271/GNC du 19 novembre 2013 pris en application de l'article 3 de la loi du pays n° 2013-8 du 24 octobre 2013 relative à la concurrence en Nouvelle-Calédonie concernant le communiqué et le contenu du dossier de notification d'une opération de concentration ;

Vu le dossier de notification déposé le 27 octobre 2014, par la SARL AUGUSTE, portant le numéro d'instruction 2014-CC-001, consistant dans la prise de contrôle exclusive, par le Groupe Bernard Hayot (GBH), via sa filiale Calénis, d'un fonds de commerce de concession automobile de la marque Nissan, exploité par la société Almameto SA ;

Vu le premier courrier d'incomplétude n° CS-14-3151-3141 DAE/SCRF, du 28 octobre 2014, adressé au mandataire du groupe GBH, le cabinet d'avocats De Pardieu – Brocas – Maffei ;

Vu les éléments de réponse du mandataire du groupe GBH reçus à la direction des affaires économiques le 24 novembre 2014 ;

Vu le second courrier d'incomplétude n° CS-14-3151-3428 DAE/SCRF, du 1^{er} décembre 2014 adressé au mandataire du groupe GBH ;

Vu les éléments de réponse du mandataire du groupe GBH reçus à la direction des affaires économiques le 8 décembre 2014 ;

Vu le courrier n° CS14-3151-3605 DAE/SCRF, du 10 décembre 2014, reconnaissant la complétude du dossier de notification ;

Vu le communiqué concernant le résumé de l'opération contenue dans le dossier de notification, publié le 15 décembre 2014 sur le site internet de la direction des affaires économiques de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu les éléments de réponse complémentaires transmis par la mandataire du groupe GBH le 13 janvier 2015, le 14 janvier 2015 et le 15 janvier 2015 ;

Vu le rapport de motivation du gouvernement n° AG15-3151-44 annexé au présent arrêté concernant le dossier référencé sous le numéro 2014-CC-001 ;

Considérant que l'opération, en ce qu'elle entraînera la prise de contrôle exclusif d'un fonds de commerce de concession automobile de la marque Nissan par le groupe GBH, constitue une opération de concentration visée à l'article Lp. 431-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, soumise à autorisation préalable du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Considérant les délimitations des marchés amonts et avals dans le secteur de la distribution automobile, concernés par l'opération notifiée ;

Considérant que l'analyse concurrentielle développée dans le rapport de motivation n° AG15-3151-44 annexé au présent arrêté, démontre que l'opération contrôlée consistant dans la prise de contrôle exclusif d'un fonds de commerce de concession automobile de la marque Nissan par le groupe GBH, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement d'une position dominante ou par création ou renforcement d'une puissance d'achat qui placeraient les fournisseurs en situation de dépendance économique,

ARRETE

Article 1^{er} : L'opération consistant dans la prise de contrôle exclusif d'un fonds de commerce de concession automobile de la marque Nissan par le groupe GBH, telle que présentée dans le dossier référencé sous le numéro 2014-CC-001, est autorisée.

Article 2 : La présente autorisation est délivrée conformément à l'article Lp. 431-1 et suivants du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, sans préjudice de l'éventuelle application des autres réglementations en vigueur en Nouvelle-Calédonie, notamment les dispositions du Livre IV du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie.

Article 3 : Le présent arrêté ainsi que le rapport de motivation du gouvernement annexé n° AG15-3151-44 seront notifiés à l'intéressée afin de tenir compte de son intérêt légitime à occulter ses secrets d'affaires.

Article 4 : A compter de la réception des observations de l'intéressée, le présent arrêté ainsi que son rapport de motivation n° AG-15-3151-44 annexé et occulté des secrets d'affaires seront transmis au haut-commissaire de la République en Nouvelle-Calédonie et publiés au *Journal officiel* de la Nouvelle-Calédonie.

Le membre du gouvernement
chargé de l'économie, du droit commercial,
de la fiscalité, des douanes, du commerce
extérieur et de l'énergie

Philippe GERMAIN

La présidente du gouvernement
de la Nouvelle-Calédonie

Cynthia LIGEARD

NOUVELLE-CALEDONIE

 GOUVERNEMENT

Nouméa, le 15 janvier 2015

N° AG15-3151-44

ANNEXE
RAPPORT DU GOUVERNEMENT
DE LA NOUVELLE-CALEDONIE RELATIF LA PRISE DE CONTROLE EXCLUSIF D'UN
FONDS DE COMMERCE DE CONCESSION AUTOMOBILE DE LA MARQUE NISSAN PAR LE
GRUPE BERNARD HAYOT

SOMMAIRE

<i>I. La saisine</i>	4
<i>II. Contrôlabilité de l'opération et présentation des entreprises concernées</i>	4
A. <i>Contrôlabilité de l'opération</i>	4
B. <i>Présentation des entreprises concernées</i>	5
<i>III. Délimitation des marchés pertinents</i>	6
A. <i>Marchés amont de l'approvisionnement</i>	7
1. Les marchés amont de l'approvisionnement de véhicules automobiles neufs	7
2. Les marchés amont de l'approvisionnement de pièces de rechange et d'accessoires automobiles	7
B. <i>Marchés aval de la distribution automobile</i>	8
1. Les marchés de produits	8
2. Les marchés de services : les services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles	10
3. Délimitation géographique	10
<i>IV. Analyse concurrentielle</i>	11
A. <i>Analyse concurrentielle sur les marchés aval de la distribution automobile</i>	12
B. <i>Analyse concurrentielle sur les marchés amont de l'approvisionnement</i>	17
C. <i>Analyse sur les effets verticaux et congloméraux</i>	17
<i>V. Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence</i>	18

I. La saisine

1. Par dépôt d'un dossier de notification, déclaré complet le 10 décembre 2014¹, le groupe Bernard Hayot (GBH) représenté par leur mandataire, le cabinet d'avocats associés De Pardieu, Brocas, Maffei, sollicite l'autorisation du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie pour la réalisation d'une opération de concentration consistant dans la prise de contrôle exclusif d'un fonds de commerce de concession automobile de la marque Nissan, exploité par la SA Almameto.

II. Contrôlabilité de l'opération et présentation des entreprises concernées

A. Contrôlabilité de l'opération

2. Conformément à l'article Lp.431-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie (ci-après, le « code de commerce ») :

« Une opération de concentration est réalisée :

[...]

2° Lorsqu'une ou plusieurs personnes, détenant déjà le contrôle d'une entreprise au moins ou lorsqu'une ou plusieurs entreprises acquièrent, directement ou indirectement, que ce soit par prise de participation au capital ou achat d'éléments d'actifs, contrat ou tout autre moyen, le contrôle de l'ensemble ou de parties d'une ou plusieurs autres entreprises.

[...] »

3. Par ailleurs l'article Lp. 431-2 du code de commerce précise :

« Toute opération de concentration, au sens de l'article Lp. 431-1, est soumise aux dispositions des articles Lp. 431-3 à Lp. 431-8, lorsque le chiffre d'affaires total réalisé en Nouvelle-Calédonie par les entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales parties à la concentration est supérieur à 600 000 000 F.CFP. »

4. En l'espèce, l'opération de concentration notifiée a pour finalité, le rachat par le groupe GBH des éléments d'actifs suivants :
 - la vente de véhicules neufs sous la marque Nissan,
 - l'exploitation d'un atelier d'entretien et de réparation des véhicules Nissan,
 - la vente de pièces pour les véhicules Nissan.

Cette opération couvre également :

- D'une part, le rachat des éléments incorporels suivants :
 - la clientèle et l'achalandage ainsi que le fichier client y attaché,
 - les droits patrimoniaux appartenant au cédant concernant le site internet du fonds de commerce.
- D'autre part, le rachat des éléments corporels suivants :
 - le matériel servant à l'exploitation du fonds de commerce,
 - les véhicules de marque Nissan qui figureront en stock au jour du transfert de propriété du fonds de commerce,
 - les pièces de rechange qui figureront en stock au jour de l'exploitation effective par le groupe GBH.

¹ Au regard des éléments d'information prescrits par l'arrêté n° 2013-3271/GNC du 19 novembre 2013.

5. En ce qu'elle entraînera la prise de contrôle exclusif du fonds de commerce de concession automobile Nissan par le rachat des éléments d'actifs susmentionnés, la présente opération constitue une opération de concentration visée à l'article Lp. 431-1 du code de commerce soumise à autorisation préalable du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie.
6. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires sur le plan de la Nouvelle-Calédonie de plus de [secret des affaires], résultant des produits vendus et des services fournis à des entreprises ou à des consommateurs au cours du dernier exercice et correspondant à des activités ordinaires (groupe GBH : [secret des affaires] sur l'exercice clos au 31 décembre 2013 ; fonds de commerce cible : [secret des affaires] pour le même exercice).
7. Le chiffre d'affaire total réalisé en Nouvelle-Calédonie par les entreprises parties à la concentration est supérieur à 600 000 000 F.CFP. Par conséquent, le seuil de contrôle mentionné au point I. de l'article Lp. 431-2 du code de commerce est franchi. L'opération de concentration est donc soumise aux articles Lp. 431-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

B. Présentation des entreprises concernées

8. La société Groupe Bernard Hayot est à la tête du groupe familial du même nom (ci-après « GBH »). Ce groupe est actif dans divers secteurs d'activité : la distribution alimentaire et non alimentaire, les activités industrielles diverses (agroalimentaire, matériaux de construction, restauration...) et la distribution automobile.
9. Le groupe GBH exerce ces activités dans la zone Antilles-Guyane, à la Réunion, en France métropolitaine, en Algérie, au Maroc et en Chine et en Nouvelle-Calédonie.
10. En Nouvelle-Calédonie, le groupe GBH est présent dans les secteurs de la distribution alimentaire, de la distribution automobile et de la distribution de pneumatiques.
11. Dans le secteur de la distribution automobile, le groupe GBH exerce diverses activités caractérisées par :
 - la distribution de véhicules neufs de marque Hyundai via sa société importatrice et distributrice Royal Motors,
 - la distribution de pièces de rechange pour les véhicules de marque Hyundai par la société Royal Motors,
 - la fourniture de services d'entretien et de réparation pour tous véhicules automobiles à travers ses enseignes Autopoint, Konex et Speedy.
 Les fonds de commerces précités sont tous détenus à 100% par le groupe GBH.
12. Le fonds de commerce cible est détenu par la société Almameto contrôlée par la société SAS SC Holding dont le groupe CFAO est l'actionnaire [secret des affaires]. Ce fonds de commerce qui est situé à Nouméa a pour objet la distribution de véhicules automobiles, l'entretien, la réparation et la distribution de pièces de rechange pour les véhicules de la marque Nissan.
13. Aux termes d'un protocole d'accord de cession signé le 18 septembre 2014, la société Calenis détenue à 100% par le groupe GBH acquerra l'ensemble des actifs corporels et incorporels du fonds de commerce cible. L'opération s'inscrit dans le cadre de l'acquisition en 2012 par le groupe Toyota du contrôle exclusif de CFAO, qui a conduit à la résiliation, à compter de février 2015, du contrat de distribution en Nouvelle-Calédonie entre CFAO et le groupe Nissan, concurrent du groupe Toyota.

III. Délimitation des marchés pertinents

14. L'analyse concurrentielle des effets d'une opération de concentration au sens de l'article Lp. 431-1 du code de commerce (opération de croissance « externe »), doit être réalisée sur un (ou des) marché(s) pertinent(s) délimités conformément aux principes du droit de la concurrence.
15. La définition des marchés pertinents constitue une étape essentielle du contrôle des concentrations, dans la mesure où elle permet d'identifier le périmètre à l'intérieur duquel s'exerce la concurrence entre les entreprises et d'apprécier dans un deuxième temps leur pouvoir de marché. Cette analyse couvre les marchés sur lesquels les parties sont simultanément actives mais elle peut également s'étendre aux marchés ayant un lien de connexité susceptible de renforcer le pouvoir de marché de la nouvelle entité.
16. La délimitation du marché pertinent se fonde d'une part, sur un examen des caractéristiques objectives du produit ou du service en cause (caractéristiques physiques, besoins ou préférences des clients, différences de prix, canaux de distribution, positionnement commercial, environnement juridique) et d'autre part, sur la zone géographique sur laquelle les offreurs exercent une pression concurrentielle effective et pour laquelle l'analyse les éléments tels que les coûts de transport, la distance ou le temps de parcours des acheteurs, les contraintes légales et réglementaires, les préférences des clients sont autant d'indices permettant de circonscrire le marché.
17. En l'espèce, les marchés concernés par la présente opération relèvent du secteur de la distribution automobile, dans lequel la pratique décisionnelle² des autorités de concurrence, distinguent (i) la distribution de véhicules automobiles particuliers neufs et destinés à une clientèle de particuliers, (ii) la distribution de véhicules automobiles particuliers neufs et destinés à une clientèle de professionnels, (iii) la distribution de véhicules automobiles commerciaux, (iv) la distribution de véhicules automobiles d'occasion, (v) la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles, (vi) la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles, (vii) la distribution de services de location.
18. Au regard des réponses apportées par le test de marché réalisé et de la présente instruction, et ainsi qu'il sera précisé ci-après, ces délimitations sont parfaitement susceptibles d'être appliquées aux marchés relatifs à la Nouvelle-Calédonie, dont les principales caractéristiques ne diffèrent pas de manière substantielle.
19. Les entreprises concernées par la présente opération sont simultanément actives en Nouvelle-Calédonie sur cinq de ces marchés, à savoir (i) la distribution de véhicules automobiles neufs destinés à une clientèle de particuliers, (ii) la distribution de véhicules automobiles neufs destinés à une clientèle de professionnels, (iii) la distribution de véhicules automobiles commerciaux, (iv) la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles, (v) la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles.
20. La définition du marché pertinent sur lequel porte la présente opération nécessite de définir les marchés amonts, avals et géographiques des produits et des services concernés par l'opération. Le test de concurrence défini à l'article Lp. 431-6 du code de commerce, implique une double analyse

² Voir les opérations Gueudet/Degand autorisée par lettre du ministre le 17 octobre 2002 et publiée au BOCCRF du 11 août 2003 et la décision de l'autorité de la concurrence n° 14-DCC-122 du 20 août 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société groupe Mennetrier par la société Gueudet Frères.

du marché de la distribution automobile, en imposant à l'autorité en charge de ce contrôle d'examiner si l'opération est de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment, d'une part, par création ou renforcement d'une position dominante (marché de détail) et, d'autre part, par création ou renforcement d'une puissance d'achat (marché de l'approvisionnement).

A. Marchés amont de l'approvisionnement

21. En l'espèce, seuls les marchés de la distribution de produits (véhicules automobiles neufs et pièces de rechange et accessoires automobiles) sont concernés par la définition d'un marché amont de l'approvisionnement. Le marché amont de l'approvisionnement de services d'entretien et de réparation automobile étant insusceptible de faire l'objet d'une définition propre.

1. Les marchés amont de l'approvisionnement de véhicules automobiles neufs

22. Sur les marchés de l'approvisionnement, la partie notifiante ne s'approvisionne qu'auprès du constructeur Hyundai, tandis que la cible ne s'approvisionne qu'auprès du constructeur Nissan. De manière similaire, les concurrents présents sur les marchés de l'approvisionnement en véhicules automobiles neufs, s'approvisionnent auprès des constructeurs des marques de véhicules qu'ils distribuent.
23. Compte tenu de ce qui précède, la dimension du marché de l'approvisionnement des véhicules automobiles neufs sera de dimension mondiale.

2. Les marchés amont de l'approvisionnement de pièces de rechange et d'accessoires automobiles

24. En Nouvelle-Calédonie, les opérateurs calédoniens se fournissent auprès (i) de constructeurs de dimension mondiale, (ii) d'équipementiers, qui sont soit des groupes de dimension mondiale, soit des distributeurs-importateurs locaux et (iii) de fabricants, notamment d'accessoires automobiles de dimension mondiale.
25. Les concurrents à l'achat sont (i) des concessions automobiles qui s'approvisionnent essentiellement auprès des constructeurs automobiles et des équipementiers, (ii) des enseignes de réparation spécialisées et (iii) des garagistes indépendants.
26. La partie notifiante considère qu'il serait envisageable de segmenter le marché en fonction du type de pièces concernée : (i) les pièces d'origine fabriquées par le constructeur automobile lui-même, (ii) les pièces de qualité équivalente qui ne sont pas fabriquées sur la chaîne d'origine mais dont les composants sont de qualité équivalente ou supérieure, (iii) les autres pièces détachées et (iv) les accessoires automobiles.
27. En tout état de cause, la délimitation précise de ce marché amont peut être laissée ouverte dans la mesure où quelle que soit l'hypothèse retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.
Par conséquent, le marché géographique retenu sera celui de l'approvisionnement de pièces de rechange et d'accessoires automobiles de dimension mondiale.

B. *Marchés aval de la distribution automobile*

28. Les entreprises concernées sont simultanément actives en Nouvelle-Calédonie sur cinq marchés de la distribution automobile, à savoir (i) la distribution de véhicules automobiles neufs destinés à une clientèle de particuliers, (ii) la distribution de véhicules automobiles neufs destinés à une clientèle de professionnels, (iii) la distribution de véhicules automobiles commerciaux, (iv) la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles, (v) la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles.

1. Les marchés de produits

i) Les marchés de la vente au détail de véhicules automobiles neufs à destination des particuliers, à destination des professionnels, et le marché de la vente des véhicules commerciaux neufs

29. En matière de distribution automobile, les autorités de la concurrence ont de manière constante³, opéré une distinction entre d'une part, le marché des véhicules neufs et d'autre part, le marché des véhicules d'occasion. Cette distinction trouve sa justification dans les différences fondamentales résidant au niveau de la structure de l'offre, les prix des produits et les circuits de commercialisation (les véhicules neufs n'étant commercialisés que par des concessionnaires). En l'espèce, seul le marché de la vente de véhicules neufs est concerné par l'opération. Par conséquent, le marché de la distribution de véhicules d'occasion ne sera pas analysé : seul le marché circonscrit aux véhicules neufs étant analysé.

30. Par ailleurs, sur le marché des véhicules neufs, les autorités de concurrence segmentent également en fonction des usages auxquels sont destinés les véhicules. Ainsi, les véhicules de tourisme (ou véhicules particuliers) se distinguent des véhicules commerciaux. Au sein de la catégorie des véhicules commerciaux, il est possible d'affiner encore la segmentation selon le type de véhicule et également l'usage auquel il est destiné. C'est le cas notamment de la distinction qui a été généralement établie entre les véhicules utilitaires légers neufs et les véhicules identifiées par les autorités comme « *véhicules industriels* » (poids lourds, autobus, autocar de tourisme, machine agricoles). Cette dernière segmentation ne sera pas analysée au cas d'espèce compte tenu du fait que ni GBH ni la cible ne sont présents sur ce dernier segment.

31. La question d'une segmentation plus étroite du marché de la vente au détail des véhicules particuliers neufs notamment en fonction de critères objectifs tels que la puissance des moteurs ou les dimensions des modèles n'est pas, en l'espèce, de nature à modifier les conclusions de l'analyse concurrentielle compte tenu du fait que les deux parties à la présente opération distribuent toutes deux une gamme couvrant la plupart des segments.

32. En revanche, les autorités de la concurrence⁴ ont estimé qu'il convenait d'affiner la segmentation sur le marché des véhicules particuliers neufs. En effet, s'agissant de ce type de véhicules, il y a lieu de distinguer entre un marché de véhicules destinés à une clientèle constituée de particuliers (y compris les ventes de véhicules destinés à une clientèle constituée de profession libérale), et un marché de la vente de véhicules destinés à une clientèle constituée uniquement de professionnels (renouvellement d'un parc automobile pour les besoins d'une entreprise par exemple). Ces deux marchés sont en effet caractérisés d'une part, par la nature différente de la demande, relative dans un cas à l'achat individuel d'un véhicule faisant partie de la gamme standard d'un constructeur, et dans l'autre cas à l'achat en plus grande quantité de véhicules pouvant éventuellement recevoir un aménagement spécifique répondant à un cahier des charges (véhicules de société biplaces, couleur

³ Voir les décisions précitées

⁴ Voir les décisions précitées

de la carrosserie spécifique). Du point de vue de l'offre, les modalités de vente diffèrent substantiellement selon les catégories d'acheteurs, les professionnels pouvant bénéficier notamment d'exonérations fiscales avantageuses (exonération de la taxe générale à l'importation par exemple) *a contrario* du particulier.

33. Dans le cas d'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette définition du marché de la vente de véhicules neufs.
34. Néanmoins, les particularismes du marché calédonien sont susceptibles de mettre en exergue une forte demande de véhicules 4x4 ou SUV. Cette demande est essentiellement motivée par la configuration du réseau routier calédonien notamment à l'extérieur de la zone urbaine du Grand Nouméa. La présence d'une brousse vallonnée sur une partie non négligeable du territoire incite les acheteurs à privilégier ce type de véhicules pour leurs déplacements. Néanmoins la question de la délimitation précise de ce marché peut rester ouverte dès lors que l'analyse demeure inchangée quelle que soit la définition finalement retenue. L'analyse concurrentielle portera donc sur les marchés suivants :
- le marché de la vente au détail de véhicules particuliers neufs à destination des particuliers,
 - le marché de la vente au détail de véhicules particuliers neufs à destination des professionnels,
 - le marché de la vente au détail de véhicules commerciaux neufs.

ii) Le marché de la vente de pièces de rechange et d'accessoires automobiles

35. La pratique décisionnelle distingue ainsi trois types de pièces en fonction de la catégorie à laquelle appartiennent leurs fournisseurs : « pièces d'origine » fournies par le constructeur, « pièces d'origine » identiques fournies par les fabricants de pièces détachées et « pièces de rechange de qualité équivalente » fournies par d'autres fabricants de pièces de rechange.
36. Le groupe GBH distribue des pièces de rechange de marque Hyundai à destination des particuliers, des entreprises et collectivités locales, des garagistes indépendants et notamment à destination de la société Automobile Service (appartenant au groupe automobile Dang), laquelle effectue le service après-vente et l'entretien des véhicules de la marque Hyundai distribuée par le groupe GBH.
37. La cible distribue quant à elle des pièces de rechange de marque Nissan à destination des particuliers, des entreprises et collectivités locales et des garagistes indépendants.
38. Dans les deux cas, il s'agit d'une activité de vente « au comptoir » distincte de l'activité de vente de pièces couplée à des services d'entretien et de réparation, définie dans le marché de services ci-après.
39. Au cas d'espèce, il n'apparaît pas opportun de segmenter le marché en fonction de la clientèle compte tenu du fait que les mêmes pièces sont vendues tant à des professionnels qu'à des particuliers et que les canaux de distribution ne diffèrent pas fondamentalement entre ces types de clientèles. En tout état de cause l'analyse portera sur le marché global de la distribution de la pièce de rechange et d'accessoire automobile.

2. Les marchés de services : les services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles

40. La pratique décisionnelle des autorités de concurrence⁵ distingue généralement les services après-vente rendus dans le cadre de la garantie contractuelle du constructeur et les autres prestations de services de réparation et d'entretien.
41. Le consommateur dispose à l'occasion de l'entretien et de la réparation de son véhicule d'un choix plus ou moins large de prestataires de services selon le type d'intervention recherchée. Le remplacement de pièces détachées d'origine ou les travaux effectués dans le cadre de la mise en œuvre de la garantie contractuelle seront généralement réalisés par le revendeur ou garagiste agréé. Selon la partie notifiante, une segmentation en fonction de la mise en œuvre de la garantie constructeur de véhicules neufs ne serait opérante compte tenu de la possibilité offerte à tous les opérateurs présents sur le marché concerné, d'acquérir l'outillage et les données techniques indispensables à de l'entretien et la réparation des véhicules automobiles sous garantie.
42. En revanche, le recours à une offre alternative en dehors de ce réseau est plus fréquent lorsque l'utilisateur décide de remplacer certaines pièces, dites d'usure, non spécifiques au modèle de véhicule (comme des batteries) ou lorsqu'il souhaite faire effectuer des réparations ou des contrôles relativement peu sophistiqués, qualifiés de « services express » par la profession.
43. Si une segmentation plus fine en fonction des prestations réalisées pourrait être pertinente, pour les besoins de la présente opération, il n'y a pas lieu de définir plus précisément le marché de la réparation et de l'entretien de véhicules automobiles, les conclusions de l'analyse demeurant inchangées.

3. Délimitation géographique

44. Un marché pertinent géographique est un territoire sur lequel sont offerts et demandés des biens et des services pour lesquels les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes et qui peut être distingué de zones géographiques voisines, dans la mesure où, en particulier, les conditions de concurrence y diffèrent de manière appréciable.
45. Les marchés de la distribution au détail de biens manufacturés destinés aux consommateurs revêtent en général une dimension locale, dont l'étendue recouvre une ou plusieurs zones d'attraction pouvant être parfois regroupées en ensembles plus larges, tenant compte de l'existence éventuelle de chaînes de substitution.
46. En l'espèce, s'agissant de la vente de véhicules neufs, une délimitation province Nord/province Sud ne serait pas pertinente en raison du caractère relativement durable et onéreux du produit concerné. En effet, la concentration et la diversité de l'offre de concessions automobiles en province Sud est largement incitative pour le consommateur résidant dans les autres provinces de la Nouvelle-Calédonie. Le consommateur calédonien sera par conséquent moins sensible à la proximité de la concession automobile dans le cadre de l'achat d'un véhicule automobile neuf.
47. Concernant le marché de la distribution de pièces de rechange et accessoires automobiles et le marché des services de réparation et d'entretien des véhicules automobiles, les autorités de la concurrence ont constaté dans de précédentes analyses que les acheteurs ont une propension à faire

⁵ Voir les décisions précitées

exécuter les services d'entretien et de réparation, notamment dans le cadre de la garantie contractuelle, à proximité du lieu de garage principal du véhicule.

48. En Nouvelle-Calédonie, compte tenu de la spécificité du marché, les propriétaires des véhicules automobiles sous garantie contractuelle sont plus enclins à parcourir une distance importante jusqu'à l'atelier de réparation du concessionnaire. A l'inverse les clients propriétaires de véhicules n'étant plus sous garantie ont tendance à faire exécuter les services d'entretien et de réparation à proximité du lieu de garage.
49. Cependant la question d'une délimitation plus fine du marché de la distribution des pièces de rechange et des services de réparation et d'entretien en fonction de la catégorie de la clientèle peut rester ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse demeurent inchangées.
50. Compte tenu des spécificités du marché calédonien liées à son étroitesse, il convient, pour les besoins de la présente opération et dans la mesure où les conclusions demeurent inchangées, de retenir un marché géographique de dimension locale (à l'échelle de la Nouvelle-Calédonie) pour chacun des cinq marchés concernés par la présente opération. Cette dimension locale des marchés de l'automobile a été confirmée par les divers concurrents interrogés par l'intermédiaire d'un test de marché réalisé à cette occasion. Cette analyse vaut pour l'opération analysée à très court terme. Elle ne préjuge pas de l'évolution de l'implantation de l'offre dans la province Nord à court et moyen terme.
51. **En conclusion**, l'analyse concurrentielle portera sur les marchés les cinq marchés suivants de dimension locale (Nouvelle-Calédonie) :
 - (i) la distribution de véhicules automobiles particuliers neufs et destinés à une clientèle de particuliers,
 - (ii) la distribution des véhicules automobiles neufs et destinés à une clientèle de professionnels,
 - (iii) la distribution de véhicules automobiles commerciaux neufs,
 - (iv) la distribution de pièces de rechanges et d'accessoires automobiles,
 - (v) la distribution de services d'entretien et de réparation de véhicules automobiles.

IV. Analyse concurrentielle

52. Conformément aux dispositions de l'article Lp. 431-6 du code de commerce, l'instruction doit permettre de déterminer « *si l'opération est de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement d'une position dominante ou par création ou renforcement d'une puissance d'achat qui place les fournisseurs en situation de dépendance économique* ».
53. Ainsi, conformément à ce test de concurrence, l'analyse concurrentielle doit permettre d'apprécier les risques d'atteinte à la concurrence sur les marchés aval (A), notamment afin de vérifier si l'opération crée ou renforce une position dominante, et sur les marchés de l'approvisionnement (B), afin de déterminer notamment si l'opération crée ou renforce une puissance d'achat. A cette fin, l'analyse des parts de marché aura un rôle particulièrement déterminant pour connaître les effets dits « horizontaux » que serait susceptible d'emporter la présente opération.
54. La partie notifiante étant également présente sur le marché de la distribution des pneumatiques, l'analyse d'éventuels effets « verticaux » soulevés par la présente opération, sera indispensable afin d'évaluer si l'opération emportera un risque d'atteinte à la concurrence sur le marché amont de la distribution de pneumatiques.

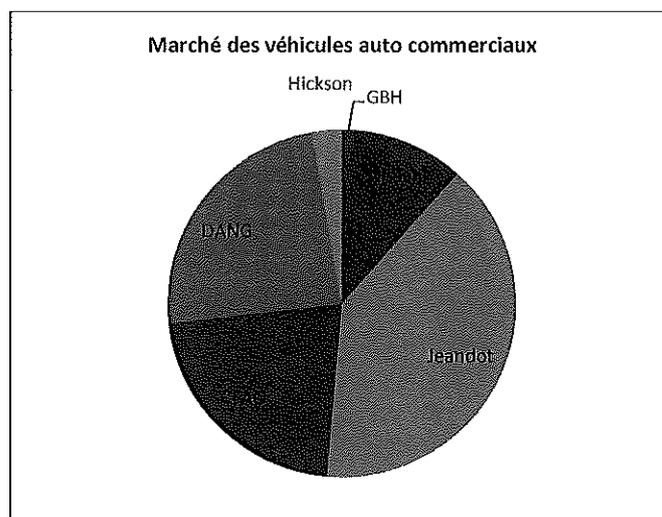
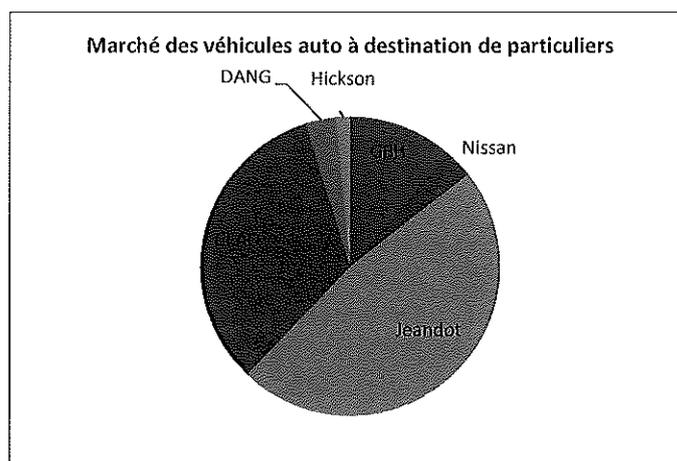
A. Analyse concurrentielle sur les marchés aval de la distribution automobile

1. Le marché aval de la distribution des véhicules automobiles neufs

55. S'agissant du calcul des parts de marché, la pratique décisionnelle retient comme indicateur le rapport entre les ventes de véhicules neufs réalisés par les parties dans la zone géographique concernée par l'opération et le total des immatriculations de véhicules neufs enregistrés dans cette même zone.
56. S'agissant du marché calédonien, le fichier des immatriculations de la direction des infrastructures, de la topographie et des transports terrestres permet de connaître la répartition des parts de marché entre les principaux concessionnaires automobiles actifs sur le marché de la distribution automobile en Nouvelle-Calédonie.
57. Le marché calédonien de la distribution automobile est ainsi partagé entre six groupes automobiles qui se répartissent environ quarante marques nationales et internationales :
- le groupe familial local Jeandot, leader sur le marché, dispose d'une part de marché importante avec [40-50%] des parts de marché,
 - le groupe international CFAO se positionne en seconde position sur le marché avec [30-40%] des parts de marché,
 - le groupe familial de dimension internationale GBH avec des parts de marché fluctuant entre [0-5%] et [10-20%] selon le marché de la distribution de véhicules automobiles concerné,
 - le groupe familial local Dang dispose de parts de marché variant entre [0-5%] et [10-20%] en fonction des trois marchés concernés,
 - enfin, le groupe Hickson, qui n'exploite qu'une seule marque automobile dont les parts de marchés n'excèdent pas les [0-5%].
58. Sur le marché de la distribution de véhicules neufs, la partie notifiante présente les parts de marché suivantes :

Tableau : Parts de marchés sur le marché de la distribution au détail de véhicules automobiles neufs :

	Avant opération		Après opération
	Groupe GBH	Cible	Cumul des parts de marché (GBH + cible)
Distribution de véhicules automobiles particuliers neufs à destination de particuliers	[10-20%]	[0-5%]	[10-20%]
Distribution de véhicules automobiles particuliers neufs à destination de professionnels	[5-10%]	[5-10%]	[10-20%]
Distribution de véhicules automobiles commerciaux neufs	[0-5%]	[10-20%]	[10-20%]



59. Sur le marché de la distribution de véhicules neufs, le groupe GBH détiendra à l'issue de la présente opération une part de marché inférieure à [10-20%] quel que soit le marché considéré.
60. Ainsi, les parts de marché cumulées du groupe GBH sur les différents marchés de la distribution resteront modérées. En effet, le groupe GBH demeure confronté à une vive concurrence sur ces marchés. Des acteurs locaux et de dimension internationale, dotés d'une puissance financière importante, sont très actifs dans le secteur de la distribution automobile en Nouvelle-Calédonie. Les deux premiers opérateurs du secteur (le groupe Jeandot et le groupe CFAO) détiennent à eux seuls, entre 60% et 80% des parts de marchés.

61. En considération de la future exploitation de la concession automobile de marque Nissan, le groupe GBH ne sera pas en mesure de détenir une position dominante sur le marché de distribution de véhicules neufs. L'opération aura même pour effet d'accentuer la concurrence inter-groupes sur les marchés concernés puisqu'elle permet en effet de faire diminuer les parts de marché du second opérateur du marché.
62. En conséquence, au regard des parts de marchés qui seront détenues *in fine* par le groupe GBH sur les trois marchés de la distribution de véhicules neufs concernés et compte tenu du fait que la partie notificante a précisé à l'occasion de la présente notification qu'elle ne détenait aucun droit exclusif à l'importation des véhicules qu'elle distribue⁶, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement d'une position dominante.
63. En l'occurrence, il est à noter que le risque de la création d'une position dominante collective apparaît limitée compte tenu de la répartition actuelle des parts de marché, en revanche, si ces parts de marché venaient à se rapprocher les unes des autres, la problématique d'une position dominante collective pourrait être posée.

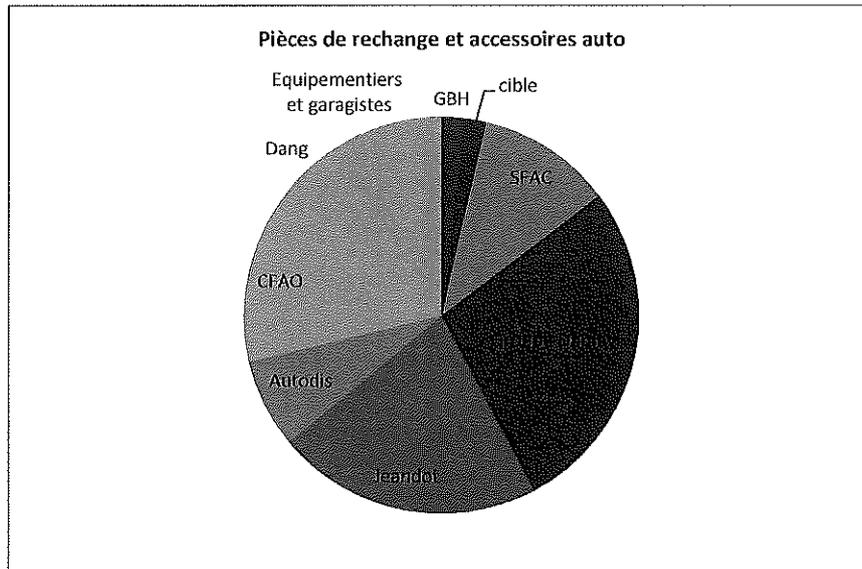
2. Le marché aval de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles

64. Sur le marché aval de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires, la partie notificante n'est en mesure de présenter qu'une estimation de ses parts de marché au regard de sa position et de celle de ses concurrents sous la forme de fourchettes. Ainsi, le groupe GBH estime sa part de marché entre [0-5%].
65. Le test de marché effectué à l'occasion de la présente opération a permis de préciser la répartition des parts de marché entre les différents opérateurs actifs dans la distribution de pièces de rechange et d'accessoires d'occasion. Ainsi selon les données communiquées par les principaux opérateurs ayant répondu au test de marché les parts de marché peuvent être évaluées de la manière suivante :
- le leader sur le marché serait le groupe Dumay qui réalise un chiffre d'affaire d'environ [secret d'affaires]. Il est composé des sociétés BNS, OCD et Axauto, toutes actives sur le marché de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles,
 - en seconde position se trouverait le groupe Jeandot qui possède 16 marques automobiles pour lesquels il distribue des pièces de rechange et réalise un chiffre d'affaires d'environ [secret d'affaires],
 - la SFAC spécialisée dans la revente de pièces détachées est positionnée en troisième position sur ce marché avec un chiffre d'affaires d'environ [secret d'affaires],
 - le groupe CFAO réalise un chiffre d'affaires de [secret d'affaires] sur le marché de la pièce de détachée,
 - La société Otodis réalise ainsi un chiffre d'affaires d'environ [secret d'affaires] sur le marché concerné.
66. Par ailleurs, le chiffre d'affaires des divers garagistes indépendants et équipementiers automobiles n'a pas pu être confirmé en l'absence de réponses de ces derniers au test de marché. Cette dernière part de marché a été estimée entre [10-20%] par la partie notificante.
67. Le chiffre d'affaires que réalisera le groupe GBH à l'issue de l'opération a été évalué par la partie notificante à [secret d'affaires].

⁶ En tout état de cause, il convient enfin de relever que l'article Lp. 421-2-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie prohibe les accords ou pratiques concertées.

68. Ces éléments d'appréciation permettent de confirmer le niveau des parts de marché qui seraient détenues *in fine* par la partie notifiante :

	Avant opération		Après opération
	Groupe GBH	Cible	Cumul des parts de marché (GBH + cible)
Distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]



69. Ainsi, au regard de la diversité des acteurs présents sur le marché (concessionnaires d'autres marques automobiles, grossistes-importateurs indépendants, garagistes indépendants) et du montant du chiffre d'affaires réalisé par la partie notifiante après l'opération, les parts de marché du groupe GBH dans la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles resteront limitées.
70. En conséquence, au regard des parts de marchés de [0-5%] qui seront détenues *in fine* par le groupe GBH sur le marché de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires concernés, de la fluidité du marché et compte tenu du fait que la partie notifiante a précisé à l'occasion de la présente notification qu'elle ne détenait aucun droit exclusif à l'importation des pièces qu'elle distribue⁷, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement d'une position dominante.
71. Il convient de relever que l'article Lp. 421-2-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie prohibe les accords ou pratiques concertées ayant pour effet d'accorder des droits exclusifs d'importation à une entreprise ou à un groupe d'entreprises. En l'occurrence, la distribution des pièces et accessoires automobiles de la marque Hyundai ne souffre d'aucun droit exclusif à l'importation au bénéfice de la partie notifiante.

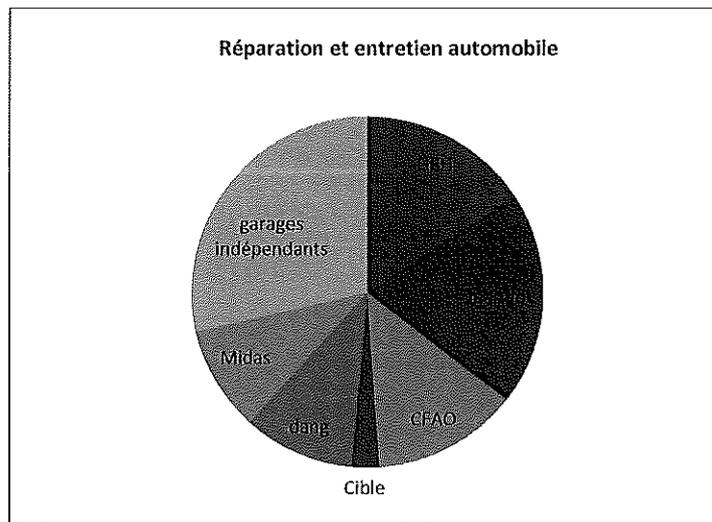
⁷ En tout état de cause, il convient enfin de relever que l'article Lp. 421-2-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie prohibe les accords ou pratiques concertées.

3. Le marché aval de la distribution de services d'entretien et de réparation automobile

72. Sur le marché de la distribution de services d'entretien et de réparation automobile, la partie notifiante n'a pas été en mesure de donner avec précision la répartition des parts de marché entre tous les opérateurs présents sur le marché concerné. Ainsi, l'estimation des parts de marché de la partie notifiante a été comparée avec les données recueillies dans le cadre du test de concurrence qui a notamment permis de préciser les estimations proposées initialement pour le fondement de l'analyse concurrentielle.

73. Il est ainsi constaté les parts de marché suivantes :

	Avant opération		Après opération
	Groupe GBH	Cible	Cumul des parts de marché (GBH + cible)
Distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles	[10-20%]	[0-5%]	[10-20%]



74. Ainsi la répartition du marché de la réparation et de l'entretien automobile témoigne d'une présence significative du groupe GBH avec des parts de marché de [10-20%]. Après l'opération le groupe GBH obtiendra [10-20%] des parts de marché, se plaçant en troisième position juste derrière le groupe Jeandot.

75. Les réparateurs indépendants non liés à une enseigne sont des entrepreneurs indépendants généralistes et multimarques, souvent capables d'effectuer des réparations complexes dès lors qu'ils disposent de l'outillage nécessaire accessible directement auprès du constructeur. En l'espèce, la présence de plus de 350 garages indépendants se partageant [20-30%] des parts de marché sur l'ensemble de la Nouvelle-Calédonie souligne la forte atomisation du marché. Par conséquent, leur importance révèle également que le marché concerné est très dynamique et que ces opérateurs exercent une réelle concurrence sur ce marché. Il se peut cependant que les conditions de concurrence diffèrent de manière substantielle pour certains types de prestations. Au cas d'espèce cependant, les conclusions demeurent inchangées compte tenu des parts de marchés relativement limitées. Tout accroissement des parts de marché par croissance externe pourrait en revanche

remettre en cause cette conclusion et nécessiterait une appréciation plus fine des conséquences d'une telle opération.

76. Ainsi, la réalisation de l'opération n'aura pas pour effet de positionner le groupe GBH en situation de position dominante sur le marché aval de la prestation de services d'entretien et de réparation automobile.

B. Analyse concurrentielle sur les marchés amont de l'approvisionnement

1. Le marché amont de la distribution de véhicules automobiles neufs

77. L'opération n'emporte pas d'effets sur les marchés amont de l'approvisionnement compte tenu de la dimension internationale des opérateurs présents sur le marché de l'approvisionnement de véhicules automobile neufs. Les concessionnaires automobiles ne s'approvisionnant en effet qu'auprès des constructeurs des marques qu'ils distribuent. Ainsi, à l'issue de l'opération, le groupe GBH ne sera pas en mesure de disposer d'une puissance d'achat lui permettant, d'une part de fermer l'accès des concurrents à l'approvisionnement en véhicules automobiles et, d'autre part, de placer les fournisseurs en situation de dépendance économique dans la mesure où ces derniers sont principalement des groupes de dimension mondiale dotés d'une puissance financière significative.

2. Le marché amont de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles

78. Sur le marché amont de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles, la partie notificante n'a pas été en mesure de produire des éléments permettant de mesurer avec précision la taille de ce marché. En revanche, il convient de relever que la diversité des opérateurs actifs sur le marché témoigne du dynamisme de cette activité en Nouvelle-Calédonie. En effet, les concessionnaires automobiles sont confrontés à une vive concurrence des grossistes importateurs indépendants tels que les sociétés SFAC, OCD, OTODIS, BNS et Axauto, ainsi qu'à la concurrence de nombreux garagistes indépendants.
79. Ainsi, la partie notificante estime que sa part de marché en amont est le reflet de sa position sur le marché aval. Les opérateurs interrogés sur la répartition des parts de ce marché ont confirmé que les concessionnaires automobiles se répartissaient environ 45% du marché aval. Par conséquent au regard de la répartition aval le groupe GBH disposerait à l'issue de l'opération entre [0-5%] des parts de marché sur le marché de l'approvisionnement.
80. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est pas de nature à créer ou renforcer une puissance d'achat et à restreindre l'accès à l'approvisionnement des produits pour les opérateurs concurrents sur le marché amont de la distribution de pièces de rechange et d'accessoires automobiles.

C. Analyse sur les effets verticaux et congloméraux

81. Les effets verticaux d'une opération de concentration sont étudiés lorsque l'opération réunit des acteurs présents à différents niveaux de la chaîne de valeur. Une concentration verticale peut générer des effets positifs (générer des gains d'efficacité, favoriser la concurrence) ou des effets négatifs susceptibles de restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active.
82. Une concentration a des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur plusieurs marchés dont la connexité peut lui permettre d'exploiter un effet de levier

(hors les cas des marchés situés en amont ou en aval l'un de l'autre, constitutifs d'effets verticaux). Le lien de connexité entre les marchés concernés peut découler de l'appartenance des produits à une même gamme ou de l'existence de marques générant un certain degré de différenciation entre les produits des parties à l'opération. Une concentration conglomérale peut générer des effets positifs (développement des synergies entre les différents éléments du regroupement, augmentation de l'efficacité de la production d'un ensemble, baisse des coûts) ou effets restrictifs de concurrence, lorsqu'elle permet de lier, techniquement ou commercialement les ventes ou les achats des éléments constitutifs du regroupement de façon à verrouiller le marché et évincer les concurrents.

83. En l'espèce, le marché de la distribution de pneumatiques constitue un marché connexe de celui de la distribution automobile. Le groupe GBH est notamment actif sur le marché de la distribution de pneumatiques en Nouvelle-Calédonie avec ses sociétés Maxi Pneu et Calebam. La cible n'est quant à elle pas présente sur ce marché du pneumatique. Le groupe GBH ne distribue que des pneumatiques neufs de remplacement pour véhicules de tourisme et camionnettes à destination des particuliers et à destination des professionnels de la réparation et de l'entretien des véhicules. Sur le marché de la distribution de pneumatiques, les parts de marché estimées par la partie notifiante pour le groupe GBH sont de [10-20%] sur un marché comprenant au moins neuf concurrents spécialisés. Le leader, La Maison du pneu est identifié avec environ [20-30%] des parts de marché.
84. Compte tenu de la diversité des opérateurs présents sur le marché du pneumatique en Nouvelle-Calédonie, le groupe GBH est confronté à une concurrence vive qui ne lui permettrait pas, au regard de ses parts de marché (bien inférieures au seuils retenus par les autorités de la concurrence⁸ pour envisager la probabilité pour un opérateur de verrouiller un marché en aval ou en amont), de restreindre l'accès des sociétés actives sur les marchés de la distribution des pièces de rechange et d'accessoires et celles présentes sur le marché de la distribution de services de réparation et d'entretien des véhicules automobiles, au marché amont de la distribution de pneumatiques neufs de remplacement pour véhicules de tourisme et camionnettes sur lequel le groupe GBH est présent.
85. En tout état de cause l'opération n'est pas de nature à présenter un risque d'atteinte à la concurrence sur le marché de la distribution de pneumatiques.

V. Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence

86. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant dans la prise de contrôle exclusif du fonds de commerce de concession automobile de la marque Nissan situé à Nouméa par le groupe GBH, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence compte tenu des parts de marché modérées détenues par le groupe dans le secteur automobile et notamment sur les divers marchés concernés par l'opération.
87. Cette conclusion ne fait pas obstacle à un examen ex post du comportement de cet opérateur si son comportement venait ultérieurement à soulever des préoccupations de concurrence, à travers le dispositif prévu par l'article Lp. 422-1 du code de commerce qui prévoit qu' « *en cas d'existence d'une position dominante détenue par une entreprise ou un groupe d'entreprises, qui soulève des préoccupations de concurrence du fait de prix ou de marges élevés, que l'entreprise ou le groupe d'entreprises pratique, en comparaison des moyennes habituellement constatées dans le secteur économique concerné, ou lorsqu'une entreprise ou un groupe d'entreprises détient, dans une zone*

⁸ Voir le point 453 des lignes directrices de l'Autorité de la concurrence

de chalandise, une part de marché dépassant 25 %, représentant un chiffre d'affaires supérieur à 600 000 000 F.CFP, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie peut faire connaître ses préoccupations de concurrence à l'entreprise ou au groupe d'entreprises en cause, qui peut dans un délai de deux mois, lui proposer des engagements dans les conditions prévues à l'article Lp. 431-5. »

88. Par ailleurs, l'autorisation ne fait pas non plus obstacle à la mise en œuvre de l'article Lp. 421-2 (sur les abus de position dominante) si une position dominante ou position dominante collective venait à être détectée ultérieurement et qu'un abus devait être relevé.
89. Cette décision ne préjuge pas, en outre, des conclusions d'une éventuelle analyse des accords conclus par le notifiant au regard des dispositions de l'article Lp. 421-2-1 du code de commerce interdisant les accords exclusifs à l'importation.
90. Il convient enfin de souligner que l'autorisation ne vaut que pour l'opération qui a été notifiée auprès du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, consistant dans la prise de contrôle exclusif du fonds de commerce de concession automobile de la marque Nissan situé à Nouméa par le groupe GBH.

