

C2007-171 / Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 12 juin 2008, aux conseils de la société Somfy, relative à une concentration dans le secteur de la fourniture d'accessoires de volets roulants.

NOR : ECEC0818127S

Maîtres,

Par dépôt d'un dossier déclaré complet le 11 janvier 2008, vous avez notifié l'acquisition de la totalité du capital de la société Zurflüh-Feller Holding SAS par la société Somfy SA (ci-après dénommée « Somfy »). Cette acquisition a été formalisée par un protocole d'accord signé le 6 novembre 2007. La présente opération a également été notifiée en Allemagne le 11 janvier 2008. Somfy a toutefois procédé à un retrait de la notification le 14 février 2008. Le 28 mai 2008, l'opération a de nouveau été notifiée au Bundeskartellamt. A ce jour, aucune décision n'a été rendue par l'autorité allemande de concurrence.

Au terme de l'instruction de première phase, le ministre chargé de l'économie a estimé que cette concentration était de nature à porter atteinte à la concurrence, malgré les engagements déposés le 23 janvier 2008 par Somfy. Par lettre du 14 février 2008, le ministre a saisi pour avis le Conseil de la concurrence. Ce dernier a rendu son avis le 14 mai 2008 (avis n°08-A-08, ci-après dénommé « l'Avis »), joint à la présente décision. Au terme de son analyse, le Conseil de la concurrence a conclu que « *si les parties confirment leurs engagements [...], la concentration résultant de l'acquisition de la société Zurflüh-Feller par la société Somfy n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés* »¹.

En application de l'article L.430-7-II du Code de commerce, Somfy a déposé, le 23 mai 2008, une nouvelle série d'engagements qui figurent en annexe et auxquels la présente décision fait référence.

* * *

I. LES ENTREPRISES CONCERNEES ET L'OPERATION

A. LES ENTREPRISES CONCERNEES

Les entreprises concernées sont, d'une part, Somfy, la partie notifiante, et, d'autre part, Zurflüh-Feller Holding SAS, qui fait l'objet de la présente acquisition.

1. La société acquéreur et le groupe auquel elle appartient

Somfy est une société holding détenant des participations et contrôlant les sociétés du groupe Somfy, actives notamment dans le secteur de la conception, de la fabrication et de la commercialisation d'accessoires pour volets roulants. Présente dans plus de cinquante pays, Somfy est le leader européen des moteurs tubulaires et compte huit sites de production, dont la moitié implantée

¹ Les engagements auxquels le Conseil de la concurrence fait référence dans son Avis ne sont pas ceux déposés initialement le 23 janvier 2008.

en France. En 2006, Somfy a consolidé dans ses comptes 69 sociétés parmi lesquelles la société de droit espagnol Gaviota-Simbac. Cette société est active dans le secteur de la conception, la fabrication et la distribution d'accessoires pour volets roulants et stores. A ce titre, elle commercialise en France des tubes, des attaches, des treuils, des commandes manuelles et des modules de fixation.

Dans sa lettre de saisine, le ministre chargé de l'économie avait notamment interrogé le Conseil de la concurrence sur la nature du contrôle exercé par Somfy sur cette société dont elle détient 46,5% du capital social sans toutefois n'exercer actuellement aucun droit de veto dans les faits, selon l'analyse de la partie notifiante.

En droit, le pacte d'associés prévoit que le Conseil d'administration de la société Gaviota-Simbac est composé de six membres dont trois sont nommés par la famille Guillen (qui détient également 46,5% du capital social) et les trois autres par Somfy. Les décisions relatives à la gestion courante de la société sont prises à la majorité simple au sein du Conseil d'administration. Somfy dispose donc *de jure* d'un droit de veto au sens de l'article 3.2 du Règlement (CE) n°139/2004 du Conseil du 20 janvier 2004 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises.

Selon la partie notifiante, il ne peut être conclu à l'exercice d'un contrôle conjoint de Somfy et de la famille Guillen sur la société Gaviota-Simbac dans la mesure où Somfy ne dispose que de deux membres au sein du Conseil d'administration depuis le 12 mars 2003, date à laquelle l'un de ses représentants a démissionné sans n'avoir jamais été remplacé.

Il apparaît toutefois que le pacte d'associés prévoit et organise ce contrôle conjoint : Somfy a toujours la possibilité de nommer un troisième membre au Conseil d'administration de la société Gaviota-Simbac, lui conférant *de facto* la possibilité d'exercer un droit de veto sur les décisions de gestion de l'entreprise. L'article L.430-1 du Code de commerce disposant que « *le contrôle découle des droits, contrats ou autres moyens qui confèrent, seuls ou conjointement et compte tenu des circonstances de fait ou de droit, la possibilité d'exercer une influence déterminante sur l'activité d'une entreprise [...]* », l'existence d'un contrôle conjoint de Somfy et de la famille Guillen sur la société Gaviota-Simbac est démontrée.

Somfy est contrôlée par la société en commandite par actions JPJ (ci-après dénommée « société JPJ SCA »). Cette société est une holding familiale constituée par la famille Despature, laquelle détient également le contrôle de la société Damartex, spécialisée dans le secteur de l'habillement (prêt-à-porter et sous-vêtements).

En 2006, le chiffre d'affaires total mondial de la société JPJ SCA s'est élevé à environ 1 202 millions d'euros hors taxes, dont environ [>50] millions d'euros ont été réalisés en France.

2. La société cible

Zurflüh-Feller Holding SAS est la société holding de la société Zurflüh-Feller SAS (ci-après dénommée « Zurflüh-Feller »), dont les activités de production sont situées en Franche-Comté. Zurflüh-Feller est présente dans le secteur de la fabrication d'accessoires de volets roulants et de rideaux mécaniques. Elle commercialise en France des tubes, des attaches, des treuils, des commandes manuelles et des modules de fixation. Zurflüh-Feller est considérée comme le leader du marché français pour l'ensemble de ces produits. Elle est actuellement peu active en dehors du territoire national.

En 2006, le chiffre d'affaires total mondial de Zurflüh-Feller Holding SAS s'est élevé à environ 57 millions d'euros hors taxes, dont environ [>50] millions d'euros ont été réalisés en France.

B. L'OPERATION NOTIFIEE

La partie notifiante a déclaré qu'elle n'a pas l'intention d'absorber la société Zurflüh-Feller ou de créer une « nouvelle entité »² intégrant les deux pôles industriels concernés par l'opération : la fabrication de moteurs et de commandes motorisées³ et la production d'accessoires mécaniques.

L'opération notifiée consiste en l'acquisition de la totalité du capital social de Zurflüh-Feller par Somfy.

L'opération constitue donc une concentration économique au sens de l'article L.430-1 du Code de commerce. Compte tenu des chiffres d'affaires réalisés par les entreprises concernées, cette opération n'est pas de dimension communautaire mais reste soumise aux dispositions des articles L.430-3 et suivants du Code de commerce, relatifs à la concentration économique.

II. LES MARCHES CONCERNES

Le secteur concerné par l'opération est celui des volets roulants et plus particulièrement de la fabrication d'accessoires pour volets roulants.

Les parties sont concomitamment actives au niveau de la fabrication et de la commercialisation d'accessoires pour volets roulants (A.). Elles vendent leur production à des assembleurs (ou fabricants) de volets roulants, lesquels sont ensuite revendus sur le marché aval par l'intermédiaire de réseaux de distribution, constitués principalement d'installateurs (B.).

A. LES MARCHES AMONT DES ACCESSOIRES POUR VOLETS ROULANTS

1. Les marchés de produits

Les différents accessoires qui entrent dans la fabrication d'un volet roulant sont des biens complémentaires, non substituables les uns aux autres car ils n'offrent pas la même fonction technique.

Un volet roulant se compose de quatre ensembles d'accessoires (ou « modules ») :

- un module d'obstruction de la lumière, appelé également « tablier » (a.) ;
- un module d'enroulement composé d'un tube en acier galvanisé (sur lequel est enroulé le tablier) et d'attaches, souples ou rigides, permettant la fixation du tablier au tube (b.) ;
- un module de manœuvre et de commande extérieure permettant la mise en rotation du système d'enroulement, qui peut être manuel ou électrique (c.) ;
- un module de fixation, composé d'un caisson pouvant contenir le tablier enroulé et d'un ensemble de pièces permettant de fixer le système d'enroulement au caisson et de fixer le caisson au mur (d.).

Dans la mesure où chaque module d'accessoires est complémentaire à l'autre, une segmentation du marché global des accessoires pour volets roulants par module est pertinente pour les besoins de la présente analyse concurrentielle. Pour certains d'entre eux, une segmentation plus fine a en effet été envisagée, compte tenu des spécificités des différentes pièces qui les constituent. Les tests de marché ont également confirmé cette approche.

² Le terme « nouvelle entité » utilisé pour les besoins de l'analyse désignera Somfy et Zurflüh-Feller dont le capital social sera détenu par Somfy à l'issue de l'opération.

³ Le terme « commandes motorisées » utilisé pour les besoins de l'analyse désignera les inverseurs électriques et les commandes radios.

a. Le module d'obstruction de la lumière (le tablier)

Le tablier est constitué par l'assemblage de lames autoporteuses de différents matériaux (bois, aluminium, PVC...). Le guidage vertical du tablier est assuré par deux coulisses. Les parties ne produisent pas ce type de pièces qui sont découpées, voire fabriquées, directement par les assembleurs.

Un éventuel marché du module d'obstruction de la lumière ne serait donc pas concerné par l'opération, à l'inverse des marchés définis ci-dessous où Somfy et Zurflüh-Feller sont directement ou indirectement actives.

b. Le module d'enroulement du tablier

Le module d'enroulement du tablier est constitué d'un tube et d'attaches permettant d'assurer la liaison entre le tube et le tablier. L'Avis du Conseil de la concurrence et les tests de marché ont confirmé l'existence de deux marchés de produits distincts au sein du module d'enroulement du tablier dans la mesure où le tube et les attaches n'assurent pas la même fonction.

- Le tube

En acier galvanisé, le tube a un diamètre qui varie de 45 à 80 mm. Son épaisseur peut être différente selon la charge que le tube portera. Il existe principalement deux dimensions de tubes pour les volets roulants : 50 mm environ (la plus répandue) et 43 mm environ.

Chaque fabricant a historiquement développé ses propres formes (le profil) en vue de rigidifier le tube, d'éviter sa flexion en cours d'usage et d'assurer le meilleur enroulement possible des lames. En France, les tubes peuvent revêtir des formes spécifiques ou alors une forme octogonale qui est la plus répandue hors du territoire national.

L'instruction n'a pas permis d'envisager une segmentation plus fine : pour l'analyse du cas d'espèce, il convient donc d'examiner les effets de l'opération sur un marché global des tubes pour volets roulants.

- Les attaches

Les attaches peuvent être souples ou rigides mais sont substituables et appartiennent donc à un même marché. En effet, elles assurent la même fonction de liaison entre le tube et le tablier et sont substituables entre elles. Les attaches rigides fournissent une fonction de verrouillage du tablier en supplément de cette fonction principale de liaison.

Il existe une différence de prix importante entre ces deux types d'attaches. Une attache souple coûte en moyenne 40 centimes d'euro alors que le prix moyen d'une attache rigide est estimé à 2 euros environ. Alors que trois attaches souples sont nécessaires pour relier un tablier, deux attaches rigides suffisent. Le coût total pour relier un tablier varie donc de 1,20 euro en moyenne à 4 euros environ selon le type d'attaches utilisées.

Il s'avère toutefois que cette différence de prix ne justifie pas au cas d'espèce une segmentation plus fine du marché des attaches dans la mesure où l'on observe une forte substituabilité du côté de l'offre⁴. En effet, la partie notifiante a indiqué que les accessoiristes proposent toujours des attaches souples et des attaches rigides. Ni les tiers interrogés dans le cadre du test de marché, ni le Conseil de la concurrence, n'ont contredit cette approche d'un marché unique des attaches pour volets roulants qui peut donc être retenue au cas d'espèce.

⁴ Le point 264 des Lignes Directrices de la DGCCRF rappelle à cet égard que « dans la plupart des cas, la substituabilité de l'offre présente un intérêt pour la détermination des marchés pertinents quand il est prouvé que les producteurs produisent de manière à peu près indifférenciée l'ensemble des produits d'une gamme [...] ».

Aussi convient-il d'étudier un marché global des attaches, comprenant indifféremment les attaches souples et les attaches rigides.

c. Les modules de manœuvre et de commande extérieure

Les modules de manœuvre et de commande extérieures permettent la mise en rotation du système d'enroulement du volet roulant. Les manœuvres et les commandes peuvent être manuelles ou motorisées.

- Les modules de manœuvre et de commande manuelles

Le système de manœuvre et de commande manuelles se compose d'un treuil actionné avec une manivelle ou d'une sangle avec un enrouleur. En France, l'essentiel des commandes manuelles est constitué par les manivelles (84%).

La partie notifiante considère qu'il convient de distinguer le treuil et la manivelle au motif qu'il n'existe pas de contraintes techniques et commerciales liant ces différentes pièces. En effet, il apparaît que les assembleurs de volets roulants peuvent acheter leurs treuils et leurs manivelles auprès de deux accessoiristes différents.

Cette question ne se pose pas pour les sangles. En effet, un nombre croissant d'assembleurs demande à acheter la sangle pré-montée dans l'enrouleur de sangle. Dissocier les deux produits ne serait pas pertinent compte tenu également de la très faible valeur de la sangle, dont la production ne nécessite en outre pas d'investissement particulier. Dès lors, le terme « sangle » utilisé dans la suite de la décision renverra à la fois à la sangle elle-même et à l'enrouleur. Le Conseil de la concurrence a toutefois considéré dans son Avis que « *pour les besoins de la présente affaire, l'analyse concurrentielle sera effectuée selon la définition proposée par les parties, c'est-à-dire en distinguant le module de manœuvre (treuil) du module de commande manuelle (sangle et manivelle)* »⁵. En tout état de cause, ni Somfy, ni Zurflüh-Feller ne produisant de sangle⁶, un éventuel marché de la fabrication de sangles pour volets roulants ne serait pas concerné par l'opération.

La question de savoir si les treuils, d'une part, et les manivelles et les sangles, d'autre part, forment des marchés distincts peut donc être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.

Au cas d'espèce, l'opération sera analysée sur les marchés des manœuvres manuelles (treuils) et des commandes manuelles (manivelles).

- Les modules de manœuvre et de commande motorisées

Le système de manœuvre et de commande électriques se compose d'un moteur tubulaire commandé par un interrupteur électrique ou par une télécommande radio.

Il ressort de l'instruction du dossier, confirmée par le Conseil de la concurrence et les tiers interrogés, qu'il est pertinent de retenir un marché unique des moteurs tubulaires qui correspond au module de manœuvre motorisée.

La question de savoir si les moteurs radio et les moteurs électriques forment deux sous-marchés distincts peut être laissée ouverte. En effet, les conclusions de l'analyse concurrentielle des marchés des commandes radio et électriques seront identiques en ce qui concerne les marchés des moteurs dans la mesure où chaque fabricant de moteurs utilise un protocole spécifique, lui permettant de vendre concomitamment commandes et moteur.

⁵ Point 41 de l'Avis.

⁶ Les sangles figurant dans le catalogue de vente de Zurflüh-Feller sont en fait des sangles importées, principalement d'Allemagne, qu'elle ne fabrique pas directement et qu'elle se contente de revendre.

A contrario, il convient de distinguer ces deux systèmes de commande. Le test de marché a révélé que ces deux produits pouvaient être distingués pour des raisons techniques, d'usage et de prix. En effet, le prix d'une commande radio est de 40 euros environ, soit le double du prix moyen d'une commande électrique (20 euros). En outre, l'analyse de la substituabilité du côté de l'offre a montré que tous les producteurs ne fabriquaient pas de manière indifférenciée ces deux types de commandes.

Pour les besoins de l'analyse concurrentielle, seront donc retenus un marché unique des moteurs tubulaires et deux marchés des commandes motorisées, selon qu'elles sont électriques ou radios.

d. Le module de fixation

Le module de fixation⁷ est constitué de pièces permettant de fixer le système d'enroulement (i.e. le tube) au caisson et au bâti de la fenêtre. Il existe plusieurs variétés de modules de fixation pour chaque type de volets roulants : traditionnel standard, coffre-tunnel, monobloc, bloc-baie (cf. *infra*). Ainsi, la matière et les formes des pièces de fixation varient : elles peuvent être en acier pour un volet roulant traditionnel standard ou prendre la forme d'une joue en aluminium ou en plastique pour le monobloc.

Le test de marché a montré que les modules de fixation pour chaque type de volets roulants forment des marchés distincts du fait de leurs spécificités. Toutefois la partie notifiante a mis en avant l'existence d'une forte substituabilité du côté de l'offre, arguant que les principaux fabricants de modules de fixation produisaient indifféremment l'une ou l'autre de ces pièces. Néanmoins, une telle substituabilité ne se vérifie pas au regard de l'analyse des positions des acteurs sur les marchés en cause. En effet, il existe des acteurs spécialisés dans la production de seulement un ou deux types de modules de fixation.

Dans la mesure où il n'est pas établi que les offreurs produisent de manière indifférenciée les modules de fixation pour chaque type de volets roulants, ni qu'ils seraient en mesure de le faire rapidement sans coûts fixes supplémentaires trop importants, il sera étudié autant de marchés distincts de modules de fixation qu'il existe de types de volets roulants (traditionnel standard, coffre-tunnel, monobloc, bloc-baie), conformément aux préconisations de l'Avis du Conseil de la concurrence.

2. Les marchés géographiques

La partie notifiante propose de retenir des marchés de dimension nationale pour les accessoires de volets roulants (hors moteurs et commandes motorisées) et de dimension au moins nationale (vraisemblablement communautaire) pour la fabrication de moteurs et de leurs commandes.

A l'appui d'une telle définition géographique, la partie notifiante avance l'existence de spécificités françaises dans le secteur des volets roulants, notamment au regard des goûts des consommateurs, de la conception et de l'architecture des fenêtres, spécifiques à chaque pays. D'un point de vue technique, il existe des différences pour les embouts de tube, qui n'ont pas de roulement à bille en France alors qu'ils en sont équipés sur les marchés belge et allemand. En outre, certains accessoires, comme les tubes, sont difficiles à transporter car ils sont volumineux et de faible valeur, avec un risque important de détérioration pendant leur transport.

Cette dimension nationale des marchés des accessoires pour volets roulants (hors moteurs et commandes motorisées) est illustrée par le fait que les assembleurs actifs sur le territoire national se fournissent quasi-exclusivement en France.

Concernant les marchés des accessoires motorisés, des éléments plaident pour une dimension géographique plus large. La partie notifiante met ainsi en avant le faible coût et la facilité de transport de ces produits. Par ailleurs, le développement des importations de moteurs, notamment en provenance

⁷ Le terme « joue » sera alternativement utilisé pour désigner le module de fixation lorsqu'il s'agira de volets roulants monoblocs. D'une manière plus générale, la joue d'un volet roulant fait référence à l'habillage de son support de fixation.

de Chine, témoigne d'une relative ouverture du marché français. Il apparaît également que les principaux producteurs de moteurs tubulaires exportent leur production dans toute l'Europe.

Toutefois, d'autres éléments conduisent à nuancer cette présentation du marché géographique des moteurs. En effet, le test de marché n'a pas montré avec certitude que ce marché revêtait une dimension européenne. Il convient de relever que la majorité des assembleurs de volets roulants importe très peu, « *les moteurs ne se [détachant] donc pas clairement des autres accessoires en terme d'importation* »⁸. La partie notifiante reconnaît que seuls [10-20] % des moteurs assemblés en France en 2007 ont été importés, même si ce chiffre est en constante augmentation du fait notamment des importations en provenance de Chine. L'horizon du contrôle des concentrations ne permet pas de tenir compte d'une hypothétique ouverture du marché national des moteurs tubulaires à long terme, marché qui reste à ce jour relativement cloisonné.

En tout état de cause, la question de la délimitation exacte des marchés géographiques des moteurs et de leurs commandes peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.

* *

En conclusion de cette section, les marchés d'accessoires pour volets roulants retenus pour l'analyse concurrentielle de l'espèce sont les suivants :

- le marché des tubes ;
- le marché des attaches ;
- le marché des treuils ;
- le marché des systèmes de commandes manuelles ;
- le marché des moteurs ;
- le marché des systèmes de commandes électriques ;
- le marché des systèmes de commandes radios ;
- le marché des modules de fixation, segmenté selon le type de volets roulants : traditionnel standard, coffre-tunnel, monobloc, bloc-baie.

L'analyse concurrentielle de ces marchés de produits sera menée au niveau national⁹.

* *

B. LES MARCHES DES VOLETS ROULANTS

Il convient de rappeler qu'un marché « concerné » ne se réduit pas à la notion de marché « affecté ». Au sens de l'annexe 4-3 du Livre IV du Code de commerce, « *un marché concerné se définit comme un marché pertinent, défini en termes de produits et en termes géographiques, sur lequel l'opération notifiée a une incidence directe ou indirecte* » (soulignement ajouté).

Même si les parties ne sont pas actives sur les marchés aval des volets roulants, il ne fait aucun doute que la présente concentration (qui concerne au premier chef des marchés situés à l'amont) peut avoir une incidence indirecte sur ces marchés.

⁸ Point 52 de l'Avis.

⁹ Concernant les marchés des moteurs et de leurs commandes, pour lesquels une dimension européenne n'a pas été exclue, il convient de préciser que les parts de marché de la nouvelle entité seront inférieures à celles qui ont été estimées au niveau national, tout en restant suffisamment importantes pour ne pas modifier fondamentalement les conclusions de l'analyse concurrentielle.

Le Conseil de la concurrence explique son choix de ne pas examiner les marchés aval en affirmant que « rien dans le dossier ne permet de suspecter que, sur ces marchés, la situation concurrentielle conduirait à écarter les profits réalisés de leur niveau approprié à une concurrence normale. Dans ces conditions, une hausse de prix des volets roulants assemblés sur le marché en cause, soit environ 80% des volets roulants, se répercuterait sur les marchés aval successifs au prorata du montant de cette hausse »¹⁰.

Il est de jurisprudence constante¹¹ qu'à l'issue d'une phase approfondie d'instruction d'une opération de concentration, il appartient aux autorités de concurrence d'établir, ou d'écarter les risques d'atteinte à la concurrence, sur le fondement d'un standard de preuve particulièrement élevé.

Aussi, au cas d'espèce, il convient de procéder à une analyse rigoureuse de la structure de la concurrence prévalant sur les marchés aval et de vérifier si la transmission à ces marchés aval du pouvoir de marché qui serait acquis par la nouvelle entité sur les marchés amont serait suffisante pour entraîner une perte de bien-être pour le consommateur final.

En tout état de cause, une telle analyse nécessite de définir au préalable les marchés aval des volets roulants.

1. Les marchés de produits

En 2007, les ventes de volets roulants en France ont représenté près de 73% des ventes totales de volets en France. Cette proportion est en constante augmentation et devrait se poursuivre grâce au développement de la motorisation des volets roulants.

Le volet roulant est un type particulier de volet, qui se distingue des volets battants, des stores et des persiennes, en ce qu'il se compose d'un ensemble de lamelles articulées qui s'enroulent autour d'un tube.

Plusieurs segmentations du marché des volets roulants peuvent être envisagées.

a. Une segmentation selon le type de volets roulants

Il existe trois principaux types de volets roulants : traditionnels, monoblocs et blocs-baies. La majorité des pièces de mouvement est commune à l'ensemble des volets roulants, seuls les modules de fixation diffèrent (cf. *supra*).

• Les volets roulants traditionnels

En 2007, les volets roulants traditionnels ont représenté environ 26% des volets roulants vendus en France.

Les volets roulants traditionnels comportent un coffre au-dessus de la fenêtre, qui est apparent à l'intérieur du logement. L'enroulement peut s'effectuer vers l'intérieur (traditionnel coffre-tunnel) ou vers l'extérieur (traditionnel standard).

Le traditionnel coffre-tunnel (ou « coffre-tunnel ») est exclusivement destiné à la construction neuve dans la mesure où il est directement intégré dans la maçonnerie. Il est par ailleurs réservé à des constructions individuelles comportant peu d'étages.

¹⁰ Point 129 de l'Avis.

¹¹ TPICE, 25 octobre 2002, affaire n°T-5/02, *Tetra Laval / Commission*, CJCE, 15 février 2005, affaire C-12/03 P, *Commission / Tetra Laval*, TPICE, 14 décembre 2005, affaire T-210/01, *GE / Commission*.

Le traditionnel standard (ou « traditionnel ») est utilisé dans le cadre de la construction neuve d'un bâtiment, mais il est aussi privilégié en cas de changement d'un volet existant dans la mesure où il est facilement adaptable.

La question de savoir si ces deux types de volets roulants traditionnels forment des marchés distincts peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.

- **Les volets roulants monoblocs**

En 2007, les volets roulants monoblocs ont représenté environ 28% des volets roulants vendus en France.

Les volets roulants monoblocs sont directement posés sur la menuiserie extérieure. Ils sont quasi-exclusivement utilisés lors de travaux d'entretien et de rénovation, notamment pour les logements individuels.

- **Les blocs-baies**

En 2007, les blocs-baies ont représenté environ 46% des volets roulants vendus en France.

Les blocs-baies constituent un ensemble solidaire formé par la fenêtre et le volet roulant. Ce type de volet roulant est utilisé en construction neuve, en particulier pour l'habitat collectif, ou en rénovation. De tous les types de volets roulants, le bloc-baie est celui qui réduit au maximum le temps de pose.

Enfin, le prix moyen d'un bloc-baie est lui même nettement inférieur à celui des autres types de volets roulants. Selon les estimations de la partie notifiante, un bloc-baie motorisé serait vendu en moyenne 330 euros¹², alors que le prix d'un volet roulant traditionnel standard motorisé serait de 410 euros (440 euros pour un coffre-tunnel motorisés et 540 euros pour un volet roulant monobloc motorisé). Des écarts de prix similaires sont observés entre les différents types de volets roulants manuels.

*

En conclusion, la substituabilité des différents types de volets roulants est faible du côté de la demande : en effet, il existe des contraintes spécifiques à l'installation de chaque type de volets roulants. En conséquence, il doit être distingué autant de marchés que de types de volets roulants. En outre, même si les acteurs les plus importants fabriquent les quatre types de volets roulants, on observe une tendance à la spécialisation dans la production d'un seul type ou de quelques types seulement de volets roulants. La substituabilité imparfaite du côté de l'offre et de la demande écarte l'existence d'un marché unique des volets roulants.

*

b. Une segmentation selon la motorisation ou non des volets roulants

Depuis la fin des années 1970, le taux de motorisation des volets roulants est en constante augmentation, en particulier depuis 2003¹³. Il a atteint 60% environ en 2007. Le taux de motorisation varie selon le type de volets roulants, comme l'illustre le tableau ci-après.

Types de volets roulants	Taux de motorisation en 2007
Traditionnel	[70-80] %

¹² Ce prix comprend l'installation d'un volet roulant pour une ouverture de 1,35 mètre de haut par 1,2 mètre de large. Il s'agit d'un prix reconstitué par la partie notifiante car le volet roulant est vendu avec la fenêtre.

¹³ En 2003, le taux de motorisation des volets roulants en France était de [40-50]%.

Monobloc	[70-80] %
Bloc-baie	[30-40] %
Total	[50-60] %

Selon les professionnels du secteur, cette hausse du taux de motorisation se poursuivra sans toutefois jamais atteindre 100%. En effet, une frange de la demande restera attachée aux volets roulants non-motorisés pour des raisons de prix ou d'habitude.

La différence de prix reste en outre très substantielle entre volets roulants motorisés et volets roulants manuels.

Compte tenu de ces éléments, il existe des marchés distincts selon que les volets roulants sont motorisés ou non.

2. Les marchés géographiques

La fabrication et la distribution de volets roulants s'organisent à un échelon national. Le ministre chargé de l'économie a déjà eu l'occasion de considérer que les marchés des fenêtres revêtaient une dimension nationale¹⁴, à l'instar de la Commission européenne¹⁵. En effet, il existe des différences notables entre pays s'agissant des réglementations techniques, des préférences des consommateurs et des conditions climatiques, qui justifient une délimitation nationale de ces marchés.

Un tel raisonnement peut être transposé aux marchés des volets roulants. De plus, il convient de relever que certains types de volets roulants sont spécifiques à un pays ; ainsi les blocs-baies sont vendus quasi-exclusivement en France.

L'analyse concurrentielle des marchés aval de la fabrication et de la distribution de volets roulants sera donc menée au niveau national.

* *

En conclusion de cette section, les marchés aval de dimension nationale retenus pour l'analyse concurrentielle de l'opération concernent les produits suivants :

- le marché des blocs-baies motorisés ;
- le marché des blocs-baies non-motorisés ;
- le marché des monoblocs motorisés ;
- le marché des monoblocs non-motorisés ;
- le marché des volets traditionnels standards motorisés ;
- le marché des volets traditionnels standards non-motorisés ;
- le marché des coffre-tunnels motorisés ;
- le marché des coffre-tunnels non-motorisés.

* *

¹⁴ Décision C2008-36 du ministre chargé de l'économie MBO Capital 2 / Les Zelles en date du 14 mai 2008, en cours de publication au BOCCRF.

¹⁵ Décision IV/M.2094 de la Commission européenne HT Troplast / Koemmerling en date du 28 septembre 2000.

En conclusion de cette partie, seize marchés sur lesquels la concentration a un impact direct (marchés amont) et indirect (marchés aval) ont été définis pour les besoins de l'analyse concurrentielle.

L'analyse concurrentielle doit être non seulement menée sur les marchés où les parties sont concomitamment actives (analyse des chevauchements horizontaux) ou sur ceux sur lesquels elles offrent des biens complémentaires (analyse des effets congloméraux), mais aussi sur les marchés aval où se situe le consommateur final.

En effet, une analyse qui se limiterait à examiner les risques anticoncurrentiels sur les seuls marchés amont perdrait de vue la finalité première du contrôle des concentrations, rappelée dans le préambule des Lignes Directrices de la DGCCRF : « *le critère d'examen est celui de l'augmentation du bien-être général au travers d'une allocation optimale des ressources, ce qui conduit à privilégier le « surplus du consommateur ». Une concentration est bonne si le consommateur en bénéficie, c'est-à-dire si, grâce à la concentration, il a accès à davantage de produits ou services à un moindre prix, de meilleure qualité, ou innovants – de la part de l'entreprise issue de la concentration et des autres entreprises, incitées à améliorer leur offre* ».

Certes, il n'est pas nécessaire d'analyser les marchés aval lorsque le pouvoir de marché détenu par une entreprise à l'amont est intégralement transmis à l'aval. Mais une analyse préalable de la structure du marché aval et des relations entre l'amont et l'aval est néanmoins indispensable pour trancher la question du degré de transmission du pouvoir de marché de l'amont à l'aval.

Au cas d'espèce, plusieurs acteurs du marché aval sont verticalement intégrés et ne sont donc pas directement exposés aux conséquences de l'opération sur les marchés amont. Il est donc plus que jamais nécessaire de vérifier s'ils sont ou non en mesure de déjouer un éventuel pouvoir de marché de la nouvelle entité à l'amont. En outre, la demande constituée d'importants donneurs d'ordre pourrait constituer un contre-pouvoir sur certains marchés aval. Il est donc nécessaire de mener une analyse approfondie de la situation concurrentielle au niveau des marchés aval.

* * *

III. L'ANALYSE CONCURRENTIELLE

Somfy fabrique des moteurs tubulaires pour volets roulants ainsi que leurs dispositifs de commande (électrique et radio).

La société Gaviota-Simbac, dont Somfy détient le contrôle conjoint, fabrique des accessoires pour volets roulants. Zurflüh-Feller fabrique également des accessoires pour volets roulants.

Compte tenu des chevauchements d'activité entre les sociétés Gaviota-Simbac et Zurflüh-Feller, la concentration est de nature à produire des effets horizontaux (A.).

Les marchés des moteurs et des accessoires pour volets roulants étant considérés comme des marchés connexes, l'opération est également de nature à produire des effets congloméraux (B.).

A. LES EFFETS HORIZONTAUX DE L'OPERATION

Les parties sont simultanément actives sur les marchés des tubes, des attaches, des treuils, des commandes manuelles et des modules de fixation.

1. Les positions des acteurs sur les marchés en cause

Les parts de marché, en volume, ont été calculées à partir d'informations fournies par les parties pour l'année 2006 et estimées au niveau national.

Les positions des acteurs qui sont actifs sur les marchés concernés par un chevauchement d'activité entre les sociétés Gaviota-Simbac et Zurflüh-Feller sont reproduites dans le tableau ci-dessous.

2006	Tubes	Attaches	Treuils	Commandes manuelles	Modules de fixation
Zurflüh-Feller	[60-70] %	[75-85] %	[70-80] %	[70-80] %	[30-40] %
Somfy Gaviota-Simbac	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-5] %	[0-10] %
Nouvelle Entité	[60-70] %	[80-90] %	[70-80] %	[70-80] %	[40-50] %
Deprat	[10-20] %	[5-15] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Selve	[0-10] %	-	-	[0-10] %	[0-10] %
Geiger	-	-	[0-10] %	[0-10] %	-
MPM	-	[0-10] %	-	-	[0-10] %
Inoutic ¹⁶	-	-	-	-	[10-20] %
Autres	[10-20] %	[0-10] %	[10-20] %	[0-10] %	[30-40] %

La part de marché attribuée à la société Gaviota-Simbac, et donc indirectement à Somfy, a été appréciée en tenant compte de l'existence d'un contrôle conjoint de la famille Guillen et de Somfy sur cette dernière. En effet, il ressort de la pratique décisionnelle des autorités de concurrence que la part de marché d'une entreprise contrôlée conjointement doit être partagée et attribuée à chacune de ses sociétés mères à condition toutefois qu'elles soient actives dans le même secteur que leur filiale commune¹⁷. En divisant ainsi de manière conventionnelle la part de marché de la société Gaviota-Simbac, les autorités de concurrence entendent notamment tenir compte de sa puissance de marché limitée par l'existence d'une influence déterminante partagée entre deux actionnaires aux intérêts économiques potentiellement divergents. Cette approche a été validée par le Tribunal de Première Instance des Communautés européennes à l'occasion de son examen de l'opération *GE / Honeywell*¹⁸.

Le marché des modules de fixation, sur lequel les parties ont une part de marché cumulée de [35-45] %, a été segmenté en quatre sous-marchés distincts, en fonction du type de volets roulants (cf. *supra*). Les parts de marché des acteurs sur les marchés des modules de fixation sont reproduites dans le tableau ci-dessous.

2006	Modules de fixation pour les volets roulants « traditionnels standards »	Modules de fixation pour les volets roulants « coffret-tunnel »	Modules de fixation pour les volets roulants monoblocs	Modules de fixation pour les blocs-baies
Zurflüh-Feller	[40-50] %	[25-35] %	[35-45] %	[30-40] %
Somfy Gaviota-	[0-10] %	-	[0-10] %	-

¹⁶ En 2006, le groupe Thyssen s'est recentré sur le secteur de l'acier et a notamment cédé à la société Deceuninck son activité de production de coffres et de modules de fixation avec l'obligation de changer de nom.

¹⁷ Cf., par exemple, la décision C2006-47 du ministre chargé de l'économie Pan Fish / Marine Harvest en date du 1^{er} décembre 2006, publiée au BOCCRF n°1bis du 25 janvier 2007.

¹⁸ Au considérant 145 de sa décision en date du 14 décembre 2005, relative à l'affaire T-210/01 GE/Commission, le TPICE précise ainsi que « dès lors que la Commission a traité les parts de marché de l'entreprise commune IAE dans laquelle participent les concurrents de la requérante, Rolls-Royce et P&W, d'une manière analogue en attribuant la moitié de la part de marché d'IAE à chacune de ces dernières, au motif qu'elles sont seules parmi les actionnaires d'IAE à avoir une activité propre sur le marché, son approche quant à l'attribution des parts de marché des entreprises communes est cohérente et n'apparaît pas comme manifestement erronée ».

Simbac				
Nouvelle Entité	[50-60] %	[25-35] %	[40-50] %	[30-40] %
Famille Guillen Gaviota-Simbac	[0-10] %		[0-10] %	
Deprat	[20-30] %	[0-10] %		
Inoutic				[20-30] %
Autres	[20-30] %	[60-70] %	[40-50] %	[30-40] %

L'Avis du Conseil de la concurrence précise que l'estimation des parts de marché des parties sur les marchés des modules de fixation apparaît fragile. En effet, l'existence d'une large frange concurrentielle non identifiée (de [20-30] % à [60-70] %) et la prise en compte de la société Inoutic comme concurrent, alors qu'elle fabrique des caissons et non des modules de fixation¹⁹ laissent craindre, selon le Conseil de la concurrence, que la part de marché réelle de la nouvelle entité sur les marchés en cause ait été mal estimée²⁰.

Toutefois, il doit être tenu compte d'éléments supplémentaires fournis par les parties à l'occasion de l'examen approfondi de l'opération, qui montrent que les producteurs de caissons fabriquent et vendent des modules de fixation à des assembleurs (cf. *infra*).

En tout état de cause, il est acquis que Zurflüh-Feller disposait déjà d'un important pouvoir de marché, voire d'une position dominante, avant l'opération sur les marchés de la fabrication de modules de fixation pour les volets roulants « traditionnels standards » et monoblocs, ainsi que sur l'ensemble des autres marchés (tubes, attaches, treuils, manœuvres manuelles).

2. L'analyse du risque de création ou de renforcement de la position dominante de Zurflüh-Feller

La question qui se pose est de savoir si la disparition de la société Gaviota-Simbac, en tant qu'acteur indépendant, est de nature à restreindre significativement la concurrence et, en conséquence, à renforcer la position prééminente, voire dominante, de Zurflüh-Feller qui préexistait sur les marchés concernés avant l'opération²¹.

Au cas d'espèce, l'addition de parts de marché est inférieure à [0-10] points, à l'exception notable du marché des modules de fixation pour les volets roulants monoblocs où le chevauchement est de [0-10] points.

L'Avis du Conseil de la concurrence éclaire l'analyse du ministre en ce qu'il considère « *peu probable l'exercice par Gaviota-Simbac, préalablement à l'opération, d'une pression concurrentielle qui aurait limité le pouvoir de marché de Zurflüh-Feller et dont la disparition serait de nature à porter atteinte à la concurrence* »²². Le Conseil de la concurrence conclut ainsi à « *l'absence d'atteinte identifiable à la concurrence résultant des effets horizontaux de l'opération* »²³.

¹⁹ Les modules de fixation se fixent sur les caissons, accessoires qui ne sont pas fabriqués par les parties. Les caissons sont conçus et fabriqués par des profileurs aluminium ou PVC qui sont généralement producteurs de lames pour tabliers de volets roulants.

²⁰ Point 65 de l'Avis.

²¹ Comme l'a rappelé le TPICE dans sa décision Endemol c/ Commission du 28 avril 1999, une « *part de marché particulièrement élevée peut en elle-même constituer la preuve de l'existence d'une position dominante* ». Dans son Avis, le Conseil de la concurrence considère que « *la position dominante occupée par la nouvelle entité sur l'ensemble de ces marchés est manifeste* » (point 176).

²² Point 181 de l'Avis.

²³ Point 184 de l'Avis.

Le ministre partage ces conclusions et considère également que la question du renforcement d'une position dominante préexistante ne se réduit pas à la seule analyse statique de l'addition de parts de marché.

Il convient de prendre en considération d'autres indices dans une analyse dynamique comme, par exemple, l'éventuel accès privilégié à certaines structures, la détention de capacités techniques propres, l'offre de produits ou de services prometteurs ou l'existence d'une politique commerciale agressive²⁴. Tant le Conseil de la concurrence que le ministre considèrent que la société Gaviota-Simbac ne dispose d'aucune de ces caractéristiques sur les marchés français.

En outre, concernant le marché des tubes²⁵, l'addition de parts de marché a été estimée à [0-10] points. Il convient de relever que la société Gaviota-Simbac commercialise en France essentiellement un tube octogonal. Il s'agit d'un tube très courant en Allemagne, en Espagne et en Italie, et constituerait un « standard européen », mais qui est en revanche très peu diffusé en France où sont préférés des tubes à section plus élaborée, tels les tubes commercialisés par Zurflüh-Feller ou la société Deprat. Le ministre estime donc que Gaviota-Simbac n'exerçait pas, avant l'opération, une réelle pression concurrentielle sur le marché français des tubes.

En conséquence, la disparition de la société Gaviota-Simbac, en tant qu'acteur indépendant, ne modifie pas la structure concurrentielle de ces marchés, sur lesquels le chevauchement d'activité des parties est inférieur à trois points.

Concernant le marché de la fabrication de modules de fixation pour les monoblocs (ou « joue »), l'opération se traduit par une addition de part de marché plus importante (environ [0-10] points), qui renforce la position déjà forte de Zurflüh-Feller sur ce marché ([35-45] %). A l'issue de l'opération, la nouvelle entité détiendra donc une part de marché estimée à [40-50] %. Selon les estimations des parties, le seul autre acteur identifiable serait la famille Guillen, à travers son contrôle conjoint de la société Gaviota-Simbac, avec une part de marché de [0-10] %. Il convient donc de relativiser fortement cette pression concurrentielle subsistante.

Tant l'incrément de part de marché que la structure de la concurrence diffèrent substantiellement des autres marchés, de sorte que l'analyse ne peut se résumer à la transposition des raisonnements déjà effectués.

A la demande du ministre, la partie notifiante a complété la présentation de ce marché en fournissant des informations additionnelles de nature à lever tout risque d'atteinte à la concurrence.

En premier lieu, s'exerce sur Zurflüh-Feller la concurrence des concepteurs et des producteurs de caissons qui fabriquent eux aussi des joues. Les sociétés Heroal et Building Plastic auraient ainsi vendu chacune environ [...] modules de fixation pour volets roulants monoblocs en France (soit une part de marché de l'ordre de [10-20] % pour chacune).

En second lieu, cette concurrence des concepteurs et des producteurs de caissons doit être appréciée au regard de l'avantage concurrentiel dont ils disposent. En effet, les joues pour volets roulants monoblocs s'intègrent dans les caissons. Or les accessoiristes, tels que Zurflüh-Feller et la société Gaviota-Simbac, ne produisent pas de caissons. Ainsi, si les différents modèles de joues fabriquées par les accessoiristes sont en concurrence directe avec celles des concepteurs de caisson, ces derniers choisissent la forme du caisson et pourraient même tirer avantage, au moins temporairement, d'une modification de cette forme.

Enfin, en troisième lieu, il peut être relevé que la société Gaviota-Simbac propose une gamme de joues principalement adaptées à des caissons aux formes simples (carré à pan coupé), relativement

²⁴ Voir les décisions du ministre chargé de l'économie C2007-150 SFR / Débitel en date du 23 novembre 2007, publiée au BOCCRF n°1 bis du 25 janvier 2008 et C2007-181 SFR / Neuf Cegetel en date du 15 avril 2008, publiée au BOCCRF n°4 bis du 7 mai 2008.

²⁵ Il s'agit du marché sur lequel le chevauchement des activités entre les parties est le plus important à l'exception du marché des modules de fixation pour les volets roulants monoblocs.

anciennes et interchangeable avec celles traditionnellement produites par les concepteurs de caissons. Zurfluh-Feller a quant à elle développé un système « haut de gamme » facilitant le montage des accessoires dans la joue et permettant d'assurer une plus grande compatibilité entre les joues et les différents types de manœuvre. Les pièces produites par les parties n'apparaissent donc pas comme des substituts proches au sein de ce marché. En conséquence, une augmentation du prix de l'un ou de l'autre de leur produit ne profitera pas nécessairement à la nouvelle entité mais plus vraisemblablement à des concurrents proposant pour chacune de leur gamme de joues des substituts proches.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, il apparaît que la nouvelle entité ne serait donc pas en mesure d'augmenter unilatéralement ses prix sur le marché de la fabrication de modules de fixation pour volets roulants de type monobloc.

En conclusion de cette section, il apparaît que la concentration n'est pas de nature à créer ou à renforcer une position dominante au profit de la nouvelle entité sur les marchés des tubes, des attaches, des treuils, des commandes manuelles et des modules de fixation. Elle n'est pas non plus susceptible de restreindre la concurrence de manière sensible sur les marchés concernés par les chevauchements horizontaux identifiés car, comme cela a été montré, la société Gaviota-Simbac n'y exerçait pas de pression concurrentielle notable préalablement à la concentration.

B. LES EFFETS CONGLOMERAUX DE L'OPERATION

A titre liminaire, il convient de rappeler « *qu'en règle générale les effets congloméraux peuvent s'avérer positifs, puisqu'ils permettent aux entreprises de réaliser des synergies, ce qui peut profiter aux consommateurs dans un premier temps. Cependant les conséquences à moyen terme deviennent négatives dans le cas où une entreprise pourrait par ce biais progressivement évincer ses concurrents, constituant ainsi une atteinte à la concurrence* »²⁶.

Le Conseil de la concurrence précise par ailleurs que « *s'il est reconnu que les concentrations conglomérales ne posent pas, dans la plupart des cas, de problèmes de concurrence, celles-ci peuvent néanmoins entraver la concurrence, notamment lorsqu'elles conduisent à un verrouillage du marché* »²⁷.

Dans sa lettre de saisine du Conseil de la concurrence, le ministre chargé de l'économie avait estimé que l'opération pouvait s'appréhender comme une concentration conglomérale, se traduisant par le rapprochement de gammes de biens complémentaires, susceptible de porter atteinte à la concurrence. « *En effet, compte tenu de l'écart entre les parts de marché de la nouvelle entité et celles de ses concurrents sur chacun des marchés concernés, la nouvelle entité pourrait envisager une stratégie profitable de forclusion à leur encontre. Une telle stratégie pourrait se matérialiser par la mise en place non seulement (i) d'une politique tarifaire incitative, de façon à ce que les clients acquièrent toute la gamme d'accessoires auprès de la nouvelle entité (« mixed bundling », mais aussi (ii) de nouvelles contraintes de production via un verrouillage technique des marchés (« pure bundling »)* »²⁸.

L'Avis du Conseil de la concurrence a permis de confirmer et de préciser cette analyse de première phase.

Au cas d'espèce, une analyse des effets congloméraux de l'opération se justifie compte tenu des parts de marchés importantes détenues par les parties sur des marchés de biens complémentaires. Comme le précise la Commission européenne, « *pour pouvoir évincer des concurrents, la nouvelle*

²⁶ Point 366 des Lignes Directrices de la DGCCRF.

²⁷ Point 129 de l'Avis.

²⁸ Lettre de saisine du Conseil de la concurrence par le ministre chargé de l'économie en date du 14 février 2008, non publiée.

entité doit bénéficier d'un degré de pouvoir de marché significatif, qui ne se traduit pas nécessairement par la détention d'une position dominante sur un des marchés concernés »²⁹.

Concernant les marchés sur lesquels Zurflüh-Feller est active, il a déjà été montré que la nouvelle entité y disposerait de fortes positions. Le tableau ci-dessous reprend les parts de marché cumulées des parties pour chacun des marchés d'accessoires, hors moteurs et commandes motorisées.

2006	Part de marché (en volume)
Tubes	[70-80] %
Attaches	[20-30] %
Treuil	[75-85] %
Manœuvres manuelles	[70-80] %
Modules de fixation pour volets roulants traditionnels	[45-55] %
Modules de fixation pour caissons tunnels	[25-35] %
Modules de fixation pour volets roulants monoblocs	[35-45] %
Modules de fixation pour blocs-baies	[35-45] %

Concernant les marchés des moteurs et des commandes radios, sur lesquels Somfy est active, il convient également de relever ses très fortes positions, voire sa position dominante antérieurement à l'opération. Le tableau ci-dessous présente les parts de marché de Somfy sur les marchés des accessoires motorisés.

2006	Part de marché (en volume)
Moteurs	[70-80] %
Commandes électriques	[25-35] %
Commandes radio	[75-85] %

L'analyse des effets congloméraux d'une concentration peut s'effectuer en plusieurs temps distincts. La Commission européenne précise ainsi qu'elle « *examine, premièrement, si l'entité issue de la concentration aurait la capacité d'évincer ses concurrents, deuxièmement, si elle aurait un intérêt économique à le faire et, troisièmement, si une stratégie de verrouillage du marché aurait une incidence négative significative sur la concurrence, portant ainsi préjudice aux consommateurs* »³⁰.

A l'instar de la pratique décisionnelle de la Commission européenne, ces différents éléments seront successivement examinés.

En premier lieu, les différentes stratégies d'éviction peuvent être identifiées : il s'agit d'établir les différents « leviers » que la nouvelle entité aura à sa disposition compte tenu des spécificités des marchés de produits en cause (1).

En second lieu, il conviendra de distinguer quelles stratégies peuvent être exclues d'emblée dans la mesure où la nouvelle entité ne serait pas en mesure de les mettre en œuvre (2).

²⁹ Communication de la Commission. Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations non horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises.

³⁰ Communication de la Commission. Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations non horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises.

En troisième lieu, la rentabilité des différentes stratégies devra être établie : il s'agit de montrer que la nouvelle entité aurait a priori un intérêt économique à utiliser un levier donné plutôt qu'un autre (3).

Enfin, en dernier lieu, les effets sur les marchés aval et le consommateur final des stratégies potentiellement rentables devront être étudiés (4).

1. La présentation des stratégies d'éviction envisageables dans le cadre de l'opération

A titre liminaire, il convient de circonscrire l'examen des stratégies d'éviction aux situations résultant directement de l'opération. Or chacune des parties disposait déjà, avant l'opération, d'une gamme d'accessoires et pouvait donc, au moins théoriquement, mettre en œuvre des ventes simultanées. Ces stratégies portant sur la gamme respective de chacune des parties ne relèvent donc pas de la présente analyse. Dès lors, seules les optimisations qui lient entre eux les produits Zurflüh-Feller et les produits Somfy seront étudiées. Comme le confirme le Conseil de la concurrence sur ce point, « l'opération de concentration notifiée n'a d'impact que sur les optimisations qui lient des produits Zurflüh-Feller à des produits Somfy c'est-à-dire sur les volets roulants motorisés, et non sur les volets roulants manuels »³¹.

Au cas d'espèce, la concentration permet à la nouvelle entité d'élargir la gamme des accessoires qu'elle produit à la quasi-totalité des accessoires nécessaires à la fabrication d'un volet roulant. Ainsi, dans la mesure où elle pourra offrir l'ensemble des accessoires complémentaires, la nouvelle entité aura intérêt à favoriser la vente simultanée de ses accessoires.

D'une manière générale, la vente simultanée d'accessoires complémentaires peut être obtenue au moyen de deux techniques, soit en groupant les ventes (a.), soit en les liant (b.).

a. Les politiques de ventes groupées

Il est possible de distinguer, comme le fait la Commission européenne, les ventes groupées pures (« pure bundling ») et les ventes groupées mixtes (« mixed bundling »). Dans le cas des ventes groupées pures, les produits sont vendus simultanément dans une proportion fixe. Dans le cas des ventes groupées mixtes, les produits sont disponibles séparément, mais la somme des prix de ces produits est alors supérieure au prix total résultant de la vente groupée. Les remises de prix, lorsqu'elles sont conditionnées à l'achat d'autres biens, peuvent néanmoins être considérées comme une forme de vente groupée mixte.

Il convient de remarquer que, par exemple, si la nouvelle entité continuait à vendre les accessoires de manière séparée mais à des prix prohibitifs, ces deux types de bundling commercial seraient alors équivalents. Ainsi, compte tenu du fait qu'une politique de ventes groupées mixtes permet une plus grande marge de manœuvre dans ses modalités de mise en œuvre, elle sera généralement préférée à une stratégie de pure bundling.

Une politique de ventes groupées mixtes a l'avantage de pouvoir être mise en place immédiatement par la nouvelle entité sans que cela ne perturbe fortement les relations avec ses clients.

b. Les politiques de ventes liées

Selon la Commission européenne, « il y a vente liée lorsque le fournisseur subordonne la vente d'un produit donné (le produit liant) à l'achat d'un autre produit (le produit lié) [...]. Il y a, par exemple, vente liée pour des raisons techniques lorsque le produit liant est conçu de telle manière

³¹ Point 145 de l'Avis.

qu'il n'est susceptible de fonctionner qu'avec le produit lié (et non pas avec d'autres produits offerts par les concurrents) »³².

Au cas d'espèce, la subordination technique (« tying technique ») est la stratégie de vente liée qui apparaît la plus plausible au regard des caractéristiques spécifiques des produits en cause.

A titre liminaire, il convient de relever que les parties ont déjà signé des contrats de coopération, ayant notamment pour objet le développement de produits liés.

Une politique de tying technique peut impliquer différents niveaux d'intégration entre les différents accessoires. Interrogés dans le cadre du test de marché, certains concurrents ont mis en avant la possibilité pour la nouvelle entité de concevoir un produit global liant un ensemble de pièces aujourd'hui séparées et qui ne pourrait être utilisé avec aucun des accessoires produits par les concurrents.

Néanmoins, une telle stratégie d'intégration complète, ou de système fermé, peut être écartée car un tel système ne peut pas être développé rapidement. En outre, comme le souligne le Conseil de la concurrence, « cela entraînerait des investissements lourds en R&D et en outils de production et en terme de durée »³³. Il s'agirait en outre d'un changement fondamental de conception et d'assemblage des volets roulants qui impliquerait de profondes évolutions à tous les niveaux d'une chaîne de valeur très atomisée et caractérisée par une grande stabilité des procédés de fabrication.

Ainsi, à ce stade, il peut être exclu que la nouvelle entité soit prête, à court terme, à vendre la totalité de ses accessoires de manière totalement intégrée. Il n'y a donc pas lieu d'examiner plus précisément la stratégie visant à créer un système fermé.

En revanche, la nouvelle entité pourrait être en mesure de développer des accessoires nécessitant un temps d'assemblage réduit mais incompatibles avec les accessoires des concurrents. A ce titre, il convient de noter que les parties à l'opération ont développé des coopérations dans ce sens notamment en développant un système de « clippage » de la tête du moteur à la joue.

Il convient de vérifier dans quelle mesure la nouvelle entité sera donc capable de mettre en œuvre ces deux stratégies de verrouillage par une politique de vente groupée mixte et par une politique de vente liée technique.

2. La capacité de la nouvelle entité à mettre en œuvre des stratégies d'éviction

Selon les Lignes Directrices de la DGCCRF, l'éviction de concurrents sur un marché par une stratégie de verrouillage est « probable » si trois conditions cumulatives sont réunies : (i) l'entreprise a une forte position sur au moins un des marchés (*a fortiori* une position dominante), à partir de laquelle elle pourra faire jouer un effet de levier ; (ii) la détention d'une gamme de produits est un élément de vente déterminant pour les clients et (iii) les concurrents ne sont pas en mesure de proposer une gamme aussi complète de produits.

a. La détention de fortes parts de marché

Comme étudié précédemment, la nouvelle entité disposera de fortes positions sur un nombre important de marchés d'accessoires pour volet roulant. Ce point n'est d'ailleurs pas contesté par la partie notifiante.

b. La détention d'une gamme de produits comme argument de vente déterminant

³² Communication de la Communication. Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations non horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises.

³³ Point 154 de l'Avis.

Comme le précise la Commission européenne, « pour que le verrouillage du marché puisse être considéré comme une source de préoccupation potentielle, il doit concerner une large base commune de clients pour chaque produit en question. Plus les clients ont tendance à acheter les deux produits (au lieu d'un de ces produits seulement), plus la demande des produits pris individuellement est susceptible d'être affectée par les ventes groupées ou liées. Une telle correspondance dans le comportement d'achat est susceptible d'être plus marquée lorsque les produits en questions sont complémentaires »³⁴.

Sur ce point, Somfy considère que la détention d'une large gamme d'accessoires pour volets roulants ne saurait constituer un argument de vente déterminant. Selon la partie notifiante, la plupart de ses clients diversifie ses sources d'approvisionnement et, dans le cas des plus gros assembleurs de volets roulants, ils produisent déjà eux-mêmes une partie de leurs accessoires, réduisant *de facto* l'incitation à acheter une gamme complète.

Toutefois, il ressort du test de marché qu'une majorité d'assembleurs se déclare intéressée par un approvisionnement auprès d'un seul fournisseur. Dans sa lettre de saisine, le ministre avait d'ailleurs relevé que les assembleurs de volets roulants motorisés « favorisent l'acquisition simultanée d'une gamme comprenant à la fois le tube et le moteur [...] [et] y voient un intérêt commercial [...] en réduisant les coûts de transaction et les coûts d'assemblage [...] ». Dans son Avis, le Conseil de la concurrence précise également qu'« en ce qui concerne les clients, les assembleurs indiquent que la détention d'une gamme par l'un de leurs fournisseurs les incitera à s'adresser à ce fournisseur »³⁵.

Compte tenu de ces éléments, il apparaît que la détention d'une gamme étendue d'accessoires pour volets roulants est un argument de vente déterminant. Cet argument est d'autant plus pertinent que les accessoires nécessaires à la fabrication d'un volet roulant sont parfaitement complémentaires.

c. L'absence de gamme alternative concurrente

Sur ce point, Somfy considère que la société Deprat Jean SA (ci-après dénommée « Deprat ») propose une gamme alternative concurrente aussi complète que celle de la nouvelle entité. Si Deprat est effectivement active dans la fabrication et la conception d'accessoires pour volets roulants et propose l'ensemble de ces accessoires (tubes, attaches, treuils, commandes mécaniques, commandes électriques et radios, moteurs et modules de fixation), sa gamme d'accessoires ne peut toutefois être considérée comme équivalente à celle de la nouvelle entité. Comme l'indique le Conseil de la concurrence : « Deprat estime qu'elle ne dispose pas d'une largeur de gamme équivalente à celle proposée par les parties »³⁶.

Il convient de distinguer les notions de largeur et de profondeur de gamme.

Comme la partie notifiante l'a soutenu, et ainsi qu'il ressort de son catalogue 2007, Deprat dispose bien d'une gamme de produits aussi étendue que celle de la nouvelle entité puisqu'elle propose l'ensemble des accessoires pour volets roulants. En revanche, Deprat dispose d'un nombre de références pour chaque accessoire bien plus restreint que Somfy ou Zurflüh-Feller.

De plus, il ne suffit pas de disposer d'une largeur de gamme équivalente pour que l'offre constitue une réelle alternative. Cela implique également une équivalence en termes de savoir-faire, réputation, qualité des produits, conditions commerciales, etc. Or, actuellement, Zurflüh-Feller et Somfy font office de leaders incontestés sur leurs marchés respectifs des accessoires pour volets roulants où elles jouissent chacune d'une forte réputation. *A contrario*, Deprat, bien qu'ayant été dans un passé proche un acteur majeur du secteur des accessoires pour volets roulants, a perdu d'importantes parts de marché sur la dernière décennie. Plusieurs tiers ont ainsi confirmé qu'il y a moins d'une dizaine d'années, Deprat et Zurflüh-Feller disposaient de parts de marché semblables,

³⁴ Communication de la Commission européenne. Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations non horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises.

³⁵ Point 111 de l'Avis.

³⁶ Point 70 de l'Avis.

estimées à 50% chacune : compte tenu du retard qu'elle semble avoir accumulé, y compris en termes de développement de produits, Deprat n'apparaît pas constituer aujourd'hui une réelle alternative. A court ou à moyen terme, elle n'est pas en mesure de reprendre les positions perdues et, a fortiori, de s'imposer comme un acteur important sur le marché des moteurs.

Enfin, hormis Deprat, aucun autre concurrent n'est actif à la fois sur les moteurs et sur les autres accessoires de volets roulants. De plus, même si le ministre remarque que les gammes d'accessoires de plusieurs concurrents de Zurflüh-Feller s'étoffent progressivement, à l'instar de celles des sociétés Geiger, MPM, Selve et Cherubini, il n'en reste pas moins qu'aucun d'entre eux ne pourra atteindre, rapidement et à des conditions économiques raisonnables, une largeur et une profondeur de gamme équivalente à celle de la nouvelle entité.

Compte tenu de ces éléments, le ministre estime qu'aucun concurrent ne dispose, ni n'est appelé à disposer rapidement, d'une gamme d'accessoires équivalente à celle de la nouvelle entité.

En conclusion, les trois critères définis par la pratique décisionnelle des autorités de concurrence et les Lignes Directrices de la DGCCRF étant remplis, la nouvelle entité sera en mesure de mettre en œuvre des politiques de ventes groupées ou liées de nature à évincer ses concurrents.

3. L'analyse de la rentabilité des stratégies d'éviction

Comme le précise la Commission européenne, « *l'incitation à évincer les concurrents par le biais de ventes groupées ou liées dépend du degré de rentabilité de la stratégie ainsi mise en œuvre. L'entité issue de la concentration doit rechercher un équilibre entre le coût possible inhérent à la vente groupée ou liée de ses produits et le bénéfice susceptible d'être généré par l'augmentation des parts de marché sur le ou les marchés concernés ou, le cas échéant, par sa capacité à augmenter les prix sur ce ou ces marchés grâce à son pouvoir de marché* »³⁷.

A titre liminaire, la capacité des tiers à entrer sur les marchés directement concernés par la présente opération doit être analysée. En effet, si l'entrée de nouveaux opérateurs s'avérait aisée, l'existence d'une concurrence potentielle serait alors de nature à réduire la rentabilité des stratégies d'éviction par ventes liées. *A contrario*, ces stratégies d'éviction seraient d'autant plus rentables qu'elles se produiraient sur des marchés sur lesquels les coûts d'entrée et de sortie sont élevés.

a. L'analyse des barrières à l'entrée

(i) Les coûts d'entrée

L'étude de la fonction de production et de la taille critique confirme le niveau élevé des barrières à l'entrée sur ces marchés, en particulier celui des moteurs. Toutefois, l'investissement initial et la durée du retour sur investissement varient fortement d'un accessoire à l'autre. Pour entrer sur le marché de la fabrication des moteurs, les motoristes ont estimé l'investissement initial entre [0-20] millions d'euros pour un retour sur investissement d'environ 4 ans. Au regard des chiffres d'affaires des acteurs de ce secteur, qui n'excèdent généralement pas 50 millions d'euros, ces montants constituent donc des barrières à l'entrée relativement élevées pour ces marchés d'accessoires pour volets roulants, *a fortiori* dans un secteur dominé par des acteurs aussi importants que Somfy et Zurflüh-Feller.

(ii) Les coûts irrécupérables

Au cas d'espèce, de nombreux coûts sont irrécupérables. En effet, les outils de production sont spécifiques aux accessoires pour volets roulants. De plus, ils ne pourraient que difficilement être revendus dans la mesure où il ne semble pas exister de marché secondaire de l'outillage. Ainsi, dans la

³⁷ Communication de la Commission - Lignes directrices de la Commission européenne sur l'appréciation des concentrations non-horizontales au regard du Règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises.

mesure où le risque associé à une entrée sur un marché croît avec le niveau des coûts irrécupérables, il convient de considérer que l'importance de ces derniers élève les barrières à l'entrée sur les marchés des accessoires pour volets roulants.

(iii) La politique active des parties en matière de brevets

Il convient de relever que ces marchés se caractérisent par l'existence de nombreux brevets, détenus en grande majorité par les parties. Comme le précisent les Lignes Directrices de la DGCCRF, « *la détention de brevets constitue une barrière à l'entrée. En effet, leur détention institue un monopole légal d'exploitation afin de protéger les innovations en matière de recherche et développement et d'inciter à la recherche* »³⁸. Au cas d'espèce, les parties ont notamment fait breveter des améliorations ou des dispositifs spécifiques qui facilitent la pose, l'installation et l'usage de leurs produits. Comme le souligne le Conseil de la concurrence, cela « *peut freiner l'entrée sur le marché, notamment en ce qui concerne les pièces optimisées, dans la mesure où tout nouvel entrant devra, avant tout, étudier ces nombreux brevets de façon à trouver une solution alternative ou innovante ne portant pas atteinte aux droits des parties* »³⁹.

(iv) La gamme de la nouvelle entité

La gamme de la nouvelle entité doit être considérée comme une barrière à l'entrée supplémentaire. La présente opération renforce les difficultés à l'entrée car elle oblige les entrants potentiels à envisager d'entrer simultanément sur un plus grand nombre de marchés pour pouvoir être en mesure d'exercer une réelle pression concurrentielle sur la nouvelle entité. Cet argument est également confirmé par le fait que les clients considèrent la détention d'une gamme complète d'accessoires comme un argument de vente important. Par conséquent, bien que les niveaux d'investissement initiaux soient plus faibles sur certains marchés, les nouveaux entrants ne pourront pas être considérés comme réelle alternative à la nouvelle entité, sauf à entrer progressivement mais rapidement sur l'ensemble des marchés concernés.

L'analyse des entrées les plus récentes sur les marchés en cause montrent qu'elles sont peu nombreuses et que, même progressive, l'entrée simultanée sur plusieurs marchés est encore plus rare.

L'entrée la plus notable est celle de Nice France en 1985. Nice France (ci-après dénommée « Nice ») est la filiale du groupe italien Nice, active dans la distribution en France de moteurs tubulaires produits en Italie. Presque vingt ans après son entrée sur le marché français, Nice n'envisage pas, à court ou moyen terme, d'entrer sur les marchés d'autres accessoires, car elle considère qu'il s'agit de métiers spécifiques. Concernant les autres marchés d'accessoires non-motorisés, aucune entrée notable n'a été relevée au cours des dernières années.

Enfin, la partie notifiante a mis en avant les importations récentes des motoristes chinois qui ont capté environ [5-15] % du marché européen en quatre ans, considérant qu'il s'agit de la preuve que l'entrée sur les marchés concernés est facile. Néanmoins, cet argument doit être relativisé, au moins sur les marchés des moteurs et des commandes motorisées, dans la mesure où les produits chinois sont cantonnés à l'entrée de gamme. De plus, cette pénétration des marchés européens concerne peu le marché français dans la mesure où il reste relativement imperméable à ces importations et donc à une concurrence potentielle étrangère.

(v) La notoriété de Somfy

Comme le précisent les Lignes Directrices de la DGCCRF, « *le rôle prépondérant des marques peut avoir pour effet de renforcer les barrières à l'entrée du marché. Dans la mesure où*

³⁸ Point 413 des Lignes Directrices de la DGCCRF.

³⁹ Point 101 de l'Avis.

l'investissement de notoriété n'est en général pas récupérable en cas d'échec, il constitue une barrière à l'entrée (coût fixe irrécupérable) »⁴⁰.

Au cas d'espèce, la marque « Somfy » est l'une des rares marques de fabricants d'accessoires pour volets roulants à être connue du grand public. Ses concurrents motoristes n'ont pas la même notoriété. Dans la mesure où le consommateur final pourrait décider du choix de son volet roulant en fonction de la marque de l'un de ces accessoires (en l'occurrence, le moteur), il n'est pas exclu que la notoriété substantielle de la marque Somfy vienne renforcer les barrières à l'entrée sur les marchés en cause, en particulier sur les marchés des accessoires motorisés.

De plus, les réponses au test de marché ont majoritairement indiqué que la stratégie marketing de Somfy lui conférer un rôle de prescription auprès du consommateur final alors même que les produits qu'elle fabrique ne s'adressent pas directement à ce dernier.

*

En conclusion, il convient de noter l'importance des barrières à l'entrée sur les marchés d'accessoires pour volets roulants. Comme le résume le Conseil de la concurrence dans son Avis, *« l'analyse des effets de l'opération doit tenir compte de l'existence de barrières à l'entrée non négligeables, en particulier sur les marchés des moteurs, des commandes radio et, dans une moindre mesure des treuils et des modules de fixation »⁴¹.*

L'existence de barrières à l'entrée élevées sur ces marchés rend possible la mise en œuvre des stratégies d'éviction.

Il convient donc de vérifier si la nouvelle entité aurait effectivement un intérêt économique à mettre en œuvre les différentes politiques d'éviction envisagées. L'analyse du degré de rentabilité d'une stratégie de verrouillage est donc nécessaire. Comme le précise la Commission européenne, *« l'entité issue de la concentration doit rechercher un équilibre entre le coût possible inhérent à la vente groupée ou liée de ses produits et le bénéfice susceptible d'être généré par l'augmentation des parts de marché sur le ou les marchés concernés ou, le cas échéant, par sa capacité à augmenter les prix sur ce ou ces marchés grâce à son pouvoir de marché »⁴².*

*

b. La rentabilité d'une stratégie de vente groupée mixte

Il s'agit d'examiner si une politique de « *mixed bundling* » pratiquée par Somfy serait profitable.

Le cabinet d'économie mandaté par la partie notifiante rappelle que si une politique de vente groupée mixte diminue systématiquement le profit des concurrents, il peut également dégrader le profit de la firme qui le met en place⁴³. Il est donc nécessaire d'apprécier le bilan entre les pertes résultant de l'attribution d'une remise supplémentaire aux actuels clients communs et les gains résultant de la captation de nouveaux clients attirés par cette remise supplémentaire, et à terme l'élévation des prix permise par l'éviction des concurrents.

D'une manière générale, certains éléments renforcent la probabilité qu'une telle stratégie soit profitable⁴⁴, tels que le nombre de produits inclus dans l'avantage tarifaire ou une élasticité aux prix faible. Comme le souligne le Conseil de la concurrence, *« en l'espèce, il a déjà pu être observé au cours de la période passée que la baisse du prix des moteurs a contribué à augmenter le taux de motorisation de volets roulants et il est vraisemblable qu'une baisse de prix sous forme de remise*

⁴⁰ Point 417.

⁴¹ Point 116 de l'Avis.

⁴² Communication de la Commission. Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations non horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises.

⁴³ Barry Nalebuff, *Bundling, Tying and Portfolio Effects (2003), DTI Economic papers, Part I.*

⁴⁴ *Ibid.*

accélérerait encore le rythme de motorisation des volets roulants »⁴⁵. Le ministre rejoint le Conseil de la concurrence sur ce point et considère qu'une telle stratégie est, en elle-même, profitable compte tenu des caractéristiques de ces marchés⁴⁶. La nouvelle entité est par nature mieux à même à l'issue de l'opération de bénéficier de tels effets d'entraînement, dont l'impact favorable est précisément la baisse des prix et l'accroissement des volumes vendus. Il s'agit d'appréhender le recours à des pratiques tarifaires différentes de celles qui résulteraient de la seule restitution au client des efficiences rendues possibles par l'opération.

La réaction des concurrents et des clients doit également être analysée. Il faut toutefois que ces réactions soient efficaces et opérationnelles, notamment en se produisant rapidement.

Concernant les concurrents, l'instruction a montré qu'ils ne seraient pas en mesure de réagir par les prix à une stratégie de vente groupée mixte, notamment au regard des différences supposées entre leurs coûts de production et ceux de la nouvelle entité. En effet, compte tenu de l'existence d'économies d'échelle importantes, en particulier dans la production des moteurs et des commandes motorisées, et des fortes parts de marché de la nouvelle entité comparativement à celles de ses concurrents, il est probable que les coûts de production de cette dernière soient inférieurs à ceux de ses concurrents.

Concernant les clients, la question peut se poser d'une réticence à terme à ne référencer qu'un seul fournisseur au risque de se trouver dépendant économiquement. Sur ce point, les assembleurs de volets roulants interrogés dans le cadre du test de marché ont majoritairement indiqué leur préférence à bénéficier d'une baisse tarifaire de court terme.

Enfin, la durée nécessaire à la mise en place d'une telle stratégie pourrait être très rapide. Comme le précise l'Avis du Conseil de la concurrence, *« si les assembleurs ne peuvent pas immédiatement changer de fournisseur, le temps nécessaire au changement semble beaucoup plus long pour un client qui quitterait les parties pour un autre opérateur que l'inverse car les parties sont déjà présentes, ensemble ou séparément, chez un très grand nombre d'opérateurs. De ce fait, la nouvelle entité sera bien informée sur la majorité des modèles de volets roulants vendus sur le marché »⁴⁷.*

Compte tenu de ces éléments, le ministre considère qu'une stratégie de vente groupée mixte serait profitable à la nouvelle entité, au-delà de la restitution des d'éventuelles efficiences obtenues.

c. La stratégie de vente liée technique

Le second scénario d'éviction des concurrents de la nouvelle entité consisterait à organiser une incompatibilité technique de leurs produits avec les pièces produites par leurs concurrents.

Selon un tel scénario, les accessoiristes, y compris les motoristes, pourraient à terme être évincés des marchés concernés. Ils pourraient être contraints de supporter des coûts d'adaptation aux nouvelles normes qui augmenteraient substantiellement leurs prix, voire seraient mis dans l'impossibilité de vendre des accessoires compatibles avec ceux de la nouvelle entité. Il convient donc d'envisager au cas d'espèce quelles seraient les modalités de mise en œuvre de ventes liées techniques.

Plusieurs possibilités de verrouillage des accessoires des parties ont été envisagées au cours de l'instruction, notamment par les Rapporteuses du Conseil de la concurrence. L'adaptabilité entre différents composant d'un volet roulant concerne au premier chef le moteur qui se fixe au tube et au caisson. Cette fixation peut s'opérer directement grâce à des pièces « optimisées », soit au moyen de pièces intermédiaires (ou pièces de jonction).

⁴⁵ Point 140 de l'Avis.

⁴⁶ La Commission européenne note à cet égard que les effets de verrouillage résultant des ventes groupées sont susceptibles de se faire sentir davantage sur les marchés où il existe des économie d'échelle et dont la structure de la demande a un impact dynamique sur les conditions d'approvisionnement sur le marché pour le futur.

⁴⁷ Point 141 de l'Avis.

Compte tenu de la valeur du moteur, il s'agit du composant principal sur lequel le verrouillage technique est susceptible de produire ses effets les plus importants. La question de l'adaptabilité des moteurs aux autres pièces est donc centrale.

Ainsi, l'assemblage des accessoires produits par les parties est susceptible de subir plusieurs contraintes d'adaptabilité :

- Le moteur doit pouvoir entrer dans le tube (i) ;
- Le moteur doit pouvoir être fixé dans le tube (ii) ;
- Le moteur et le tube doivent pouvoir être fixés au caisson (iii, iv, v).

Au total, cinq scénarios théoriques ont été étudiés.

Dans un premier temps, il convient d'écarter d'emblée ceux qui sont inefficaces, compte tenu des moyens que requiert leur mise en œuvre (difficultés techniques, coût financier...).

Dans un second temps, l'analyse devra déterminer si les scénarios retenus sont profitables pour la nouvelle entité.

(i) Le verrouillage du tube et du moteur par une modification de leur taille

Une telle stratégie consisterait pour la nouvelle entité à développer un nouveau tube ou un nouveau moteur, d'un diamètre plus petit, ou plus grand, que les pièces produites actuellement par les parties.

Il apparaît toutefois que la nouvelle entité ne sera pas en mesure de verrouiller ses tubes et ses moteurs en jouant sur la taille de leur diamètre. En effet, une telle stratégie aurait des conséquences négatives sur la puissance des moteurs (en cas de réduction du diamètre du moteur) ou sur la compacité du volet roulant et donc en terme de clair de jour (en cas de réduction du diamètre du tube). En outre, les concurrents semblent être en mesure de s'adapter, rapidement et à moindre coût, à un élargissement de ces diamètres. Ainsi, par exemple, les motoristes pourraient choisir de rendre leurs moteurs de 50 mm adaptables à un tube de 60 mm au moyen de roues et couronnes.

En conséquence, conformément à l'Avis du Conseil de la concurrence, le ministre considère qu'une telle stratégie n'est pas efficace et que la nouvelle entité ne sera pas incitée à la mettre en œuvre. Il convient dès lors de l'écarter à ce stade en tant que risque concurrentiel.

(ii) Le verrouillage du tube et du moteur par les roues et les couronnes

Une telle stratégie consisterait pour Somfy à ne produire plus que des roues et des couronnes compatibles avec les tubes de Zurflüh-Feller.

Deux modalités peuvent être envisagées afin de verrouiller le tube et le moteur au moyen de roues et de couronnes : soit la nouvelle entité cesse la production des roues et des couronnes permettant l'adaptation du moteur Somfy aux tubes actuellement vendus sur le marché, soit elle choisit de ne pas développer ces pièces pour de nouveaux tubes des concurrents.

Ces deux modalités ne sont pas coûteuses d'un point de vue financier puisqu'elles ne nécessitent, ni l'une, ni l'autre, un investissement pour développer de nouvelles pièces. Il s'agit, au contraire, d'arrêter une production de pièces rendant les moteurs Somfy universellement compatibles. D'un point de vue technique, elles sont également neutres.

Dans la mesure où il ressort de l'instruction du dossier qu'aucun élément technique ou financier ne s'oppose *prima facie* à la mise en place d'une telle stratégie, il convient d'en étudier plus précisément la rentabilité.

(iii) Le verrouillage de la tête de moteur et des pièces de support et modules de fixation par le support moteur

Un tel verrouillage du système de la nouvelle entité consisterait à ne proposer à l'avenir que des supports moteurs optimisés pour la tête de moteur Somfy, qui seraient dès lors incompatibles avec les moteurs produits par les concurrents. Ainsi, Zurflüh-Feller arrêterait de produire les supports moteurs standards ou universels.

De la même manière que la stratégie précédente, cesser de produire des pièces d'adaptabilité n'est ni coûteux d'un point de vue financier, ni techniquement compliqué.

Dans la mesure où aucun élément technique ou financier ne s'oppose à la mise en place d'une telle stratégie, il convient d'en étudier plus précisément la rentabilité.

(iv) Le verrouillage de la tête de moteur et des pièces de support et modules de fixation par la pièce de support

Une telle stratégie consisterait, pour Zurflüh-Feller, à arrêter de produire toutes les pièces de support standard pour ne plus produire que des pièces de support compatibles avec les moteurs Somfy et leur module de fixation spécifique.

Concernant la stratégie consistant à verrouiller le marché des moteurs au moyen d'une unique pièce de support optimisée, deux modalités de mise en œuvre peuvent être distinguées : soit Zurflüh-Feller cesse de produire les pièces de support standard pour les systèmes futurs tout en maintenant la fourniture de ces pièces pour les systèmes actuellement utilisés, soit elle cesse totalement de produire les pièces de support standard.

Selon la partie notificante, les supports standards sont des pièces qui peuvent sans difficulté être fabriquées par d'autres accessoiristes ou les assembleurs eux-mêmes. Elle considère donc que si Zurflüh-Feller décidait d'arrêter de produire les pièces de support standard, aucun effet restrictif ne pourrait en résulter.

Toutefois cette production de supports par les clients ou les concurrents aurait un coût d'adaptation ou de production qui renchérirait le recours à des moteurs produits par les concurrents de Somfy. En outre, compte tenu de la très forte position de marché occupée par la nouvelle entité, cette stratégie pourrait s'avérer efficace. En tout état de cause, elle ne nécessiterait pas de moyens financiers importants et pourrait être mise en œuvre rapidement sans difficulté technique. Il convient donc d'en étudier plus précisément la rentabilité du point de vue de la nouvelle entité.

(v) Le verrouillage de la tête de moteur et des pièces de support et modules de fixation par les modules de fixation

Un tel verrouillage consisterait à raccorder directement la tête du moteur Somfy au module de fixation de Zurflüh-Feller et à ne plus proposer que des modules de fixation compatibles avec les seuls moteurs Somfy. Ce scénario consiste donc à créer une pièce unique combinant deux pièces qui sont aujourd'hui indépendantes : la pièce de support et la joue.

La partie notificante considère qu'elle serait confrontée à d'importantes difficultés techniques et économiques si elle devait choisir de créer une telle pièce unique.

D'un point de vue technique, la fusion de la joue et de la pièce de support nécessite en effet de réunir une pièce extérieure d'aspect (la joue) et une pièce de mécanique interne (la pièce de support), ce qui est techniquement très difficile. La partie notificante note à cet égard que ni la société Bubendorff, ni Deprat, n'ont développé de telles joues optimisées.

D'un point de vue économique, la partie notificante estime que la production de joues optimisées pour les caissons standards du marché exigerait l'achat d'une quarantaine de moules, compte tenu de

la très grande variété de joues existantes (en termes de formes et de dimensions). Cet investissement représenterait [<2] million d'euros.

L'instruction du dossier n'a pas permis d'écarter d'emblée cette stratégie de verrouillage de la tête de moteur et des pièces de support aux modules de fixation, par le biais des modules de fixation. Les coûts exposés par la partie notifiante restent limités au regard de leur chiffre d'affaires et des éventuels gains procurés par l'éviction des concurrents motoristes de Somfy.

En outre, comme le souligne le Conseil de la concurrence, un tel scénario pourrait être mis en œuvre dans une durée raisonnable⁴⁸.

Dès lors, il convient d'étudier plus précisément la rentabilité de cette stratégie.

Parmi les cinq scénarios étudiés, quatre d'entre eux (ii, iii, iv, v) apparaissent *prima facie* envisageables pour la nouvelle entité.

Toutefois, l'incitation économique de la nouvelle entité à mettre en œuvre l'une ou plusieurs de ces stratégies de tying technique est très variable. L'instruction a d'ailleurs montré que plusieurs d'entre elles n'étaient ni profitables à court terme, ni économiquement rentables à plus long terme. C'est notamment le cas des stratégies consistant à rendre incompatible un moteur Somfy avec d'autres accessoires que ceux produits par Zurflüh-Feller.

En effet, ces stratégies priveraient Somfy de nombreux clients actuels ou potentiels⁴⁹. Ce nombre peut varier selon que l'incompatibilité est organisée immédiatement, ou ne s'applique qu'aux volets roulants en cours de développement. Toutefois, quel que soit le cas de figure, les différences de valeur entre accessoires non-motorisés et accessoires motorisés limitent fortement les gains qui peuvent être attendus d'une telle stratégie. Si cela peut permettre le gain de quelques clients sur le tube, une telle stratégie conduirait nécessairement à la perte de clients sur le moteur. Or le prix d'un moteur (en moyenne [50-100] € avec une marge brute de [50-80]%) est sans commune mesure avec celui d'un tube (environ [0-2] € avec une marge brute de [35-45] %). Il s'en déduit que la perte d'un client sur un moteur devrait être compensée par le gain d'une centaine de clients achetant un tube. Le cabinet d'économie mandaté par la partie notifiante a estimé qu'une telle stratégie coûterait à Somfy environ [10-30] millions d'euros pour un gain de [0-1] million d'euros environ et conclut qu'il faudrait ainsi que [90-100] % des assembleurs clients de Somfy choisissent de rester en changeant leur fournisseur de tube pour que le gain espéré sur les tubes compense les pertes sur les moteurs.

De plus, l'examen des coûts de production conforte l'argument selon lequel il est profitable pour une firme de vendre des moteurs plutôt que d'essayer de forclure le marché des tubes à son profit. Les coûts variables sont substantiellement plus réduits pour les moteurs ([50-60] %) que pour les tubes (75-85) %). Ainsi, l'existence d'économies d'échelle à la fabrication de moteurs constitue une incitation supplémentaire à maximiser la production de moteurs.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, il apparaît que Somfy n'aurait aucun intérêt économique à se priver de débouchés potentiels en rendant ses moteurs incompatibles avec les tubes de ses concurrents.

En outre, comme l'a relevé le Conseil de la concurrence à propos de la stratégie consistant à verrouiller le marché par les pièces de support moteur, « *comme des supports moteurs universels continueront à être proposés par les concurrents et que les motoristes continueront donc à offrir des*

⁴⁸ La partie notifiante a estimé le temps de développement d'une joue optimisée de quatre à six mois. Il doit également être tenu compte d'une durée supplémentaire de dix huit mois environ, liée à la nécessité de démarcher les assembleurs, d'écouler les stocks et d'attendre la modification du système par les assembleurs.

⁴⁹ Au cas d'espèce, comme cela le sera montré, il existe un important coût d'opportunité à ne pas se priver d'un client pour l'achat d'un moteur même si cela favorise la vente de tubes.

supports moteurs optimisés pour leur moteur, cela se traduirait par des pertes de ventes pour la nouvelle entité sans gain de nouveaux clients »⁵⁰.

En conclusion, les stratégies de verrouillage qui conduiraient à la baisse des ventes de moteurs doivent donc être considérées comme peu crédibles. Ainsi, les scénarios (ii) et (iii) consistant à verrouiller le moteur et le tube au moyen des roues et des couronnes et par les pièces de support moteur ne peuvent pas être considérés comme profitables à la nouvelle entité.

Ainsi, seuls les scénarios (iv) et (v) de tying technique apparaissent rentables pour la nouvelle entité dans la mesure où ils maximisent sa production de moteurs.

Le scénario (iv) consisterait pour Zurflüh-Feller, à arrêter de produire toutes les pièces de support standard pour ne plus produire que des pièces de support compatibles avec les moteurs Somfy et leur module de fixation spécifique.

Le scénario (v) consisterait à raccorder directement la tête du moteur Somfy au module de fixation de Zurflüh-Feller et à ne plus proposer que des modules de fixation compatibles avec les seuls moteurs Somfy.

*

En conclusion, la nouvelle entité pourra profitablement mettre en œuvre une stratégie de vente groupée (« bundling ») mixte et de vente liée (« tying ») technique.

Concernant la stratégie de vente groupée, la nouvelle entité pourra offrir à ses clients des avantages tarifaires en contrepartie à l'achat simultané de ses produits, voire subordonner la vente d'un produit à l'achat d'un autre produit.

Concernant la stratégie de vente liée technique, la nouvelle entité pourra verrouiller les marchés des moteurs en développant ses ventes de moteurs au détriment de celles de ses concurrents en organisant l'interopérabilité exclusive des tubes de Zurflüh-Feller avec ses propres moteurs au moyen de la pièce de support (scénario (iv)) et par les modules de fixation (scénario (v)). Ce verrouillage se concrétisera soit par la mise au point d'un support unique pour le moteur et la fixation au tube, soit par l'optimisation complète de la tête du moteur au module de fixation.

Les différentes stratégies peuvent être menées concomitamment ou alternativement, les effets de chacune d'entre elles pouvant se renforcer. En disposant de ces deux leviers, la nouvelle entité serait donc en mesure d'évincer ses concurrents.

L'éviction concernerait au premier chef les concurrents motoristes de Somfy qui pourraient subir l'effet combiné du *mixed bundling* et du *tying* technique, ce dernier réduisant les ventes de moteurs des concurrents au profit de ceux de Somfy.

Enfin, comme le précise l'Avis du Conseil de la concurrence, l'éviction pourrait se produire à court terme.

La mise en œuvre de telles stratégies pourrait en outre être séquentielle. Lorsqu'un renforcement de la position de la nouvelle entité sur le marché des moteurs aura été obtenue, il pourrait être profitable d'envisager une liaison systématique entre les moteurs et les autres accessoires, afin de décourager l'entrée de nouveaux intervenants sur l'ensemble des marchés des accessoires.

Compte tenu de ces éléments, le ministre considère que la nouvelle entité sera en position d'évincer ses concurrents sur les marchés des accessoires pour volets roulants dans un délai raisonnable. Il convient de vérifier si, consécutivement à la mise en œuvre de cette stratégie, la nouvelle entité, en situation de monopole, sera en mesure d'augmenter ses prix et de diminuer le bien-être du consommateur final.

⁵⁰ Point 154 de l'Avis.

*

4. L'analyse des effets de l'opération sur le consommateur final

L'analyse concurrentielle se place donc dans un second temps de l'horizon du contrôle, dans un scénario où les stratégies d'éviction retenues *supra* ont été mises en œuvre et ont réussi. Comme l'a souligné la Cour de Justice des Communautés Européennes, « l'analyse d'une opération de concentration de type « conglomérat » est une analyse prospective dans laquelle la prise en compte d'un laps de temps étendu dans l'avenir, d'une part, et l'effet de levier nécessaire pour qu'il y ait une entrave significative à une concurrence effective, d'autre part, impliquent que les enchaînements de cause à effet sont mal discernables, incertains et difficiles à établir »⁵¹.

Il s'agit d'examiner si la hausse durable des prix des accessoires de la nouvelle entité, après éviction de ses concurrents sur les marchés des accessoires pour volets roulants, serait répercutée sur le consommateur final, via sa transmission par le marché aval de la fabrication de volet roulant.

En effet, si l'augmentation du prix des accessoires, ou la baisse de leur qualité, se traduit indirectement soit par un fort report des consommateurs finaux vers des produits n'incorporant pas les composants de la nouvelle entité, soit par un refus de leur part de les supporter, la nouvelle entité sera contrainte de ne pas abuser de son pouvoir de marché.

Si de tels scénarios venaient à être établis sur les marchés concernés, le consommateur final ne saurait donc être affecté par une perte de bien-être liée à l'augmentation des prix dans la mesure où cette dernière ne serait pas profitable pour la nouvelle entité.

Il convient d'analyser dans quelle mesure la transmission d'une hausse de prix de l'amont vers l'aval est structurellement possible (a.). Doivent ensuite être étudiées les réactions possibles des concurrents et des clients de la nouvelle entité (b.) ainsi que la capacité de la demande finale à faire échec à une éventuelle augmentation de prix (c. et d.).

a. La transmission verticale d'un pouvoir de marché

Ni Somfy, ni la société Gaviota-Simbac, ni Zurflüh-Feller ne sont actives sur les marchés aval des volets roulants. Leur activité consiste à produire et à vendre des accessoires et non à assembler les volets roulants eux-mêmes. Cette activité est celle de leurs clients, principalement des fabricants (ou assembleurs) de volets roulants. C'est la raison pour laquelle les parties ne contrôlent pas directement les prix de vente des volets roulants au consommateur final.

Néanmoins, les décisions de politique tarifaire qu'elles peuvent prendre sont de nature à se répercuter au niveau du prix final payé par le consommateur. En particulier, en augmentant le prix de leurs accessoires, elles peuvent entraîner une hausse des tarifs de leurs clients, sauf s'ils ajustent leurs marges à la baisse. Or le taux de marge pratiqué par ces entreprises dépend de l'intensité concurrentielle prévalant sur le marché aval, de la taille des différents opérateurs et de leur structure de coûts. Il n'est donc pas acquis que la transmission soit automatique et totale. De plus, la présence d'acteurs intégrés pourraient contrecarrer la transmission à l'aval des hausses de prix de la nouvelle entité à l'amont.

Il s'agit en définitive d'étudier dans quelle mesure une augmentation du prix des accessoires de la nouvelle entité pourrait être répercutée par ses clients assembleurs au consommateur final.

Le cabinet d'économie mandaté par la partie notificante a calculé que les coûts des composants mécaniques représentent moins de [15-25] % du coût total des composants et moins de [0-10] % du prix au consommateur final (hors pose). Il conclut qu'une augmentation de 10% du prix des accessoires (soit une augmentation de moins de deux euros du coût de l'ensemble des composants d'un volet roulant) ne conduirait vraisemblablement pas les assembleurs de volets roulants à augmenter leurs prix.

⁵¹ CJCE, 15 février 2005, affaire C-12/03 P, *Commission / Tetra Laval*.

Toutefois, il doit être rappelé que « *l'opération de concentration notifiée n'a d'impact que sur les optimisations qui lient des produits Zurflüh-Feller à des produits Somfy c'est-à-dire que sur les volets roulants motorisés, et non sur les volets roulants manuels* »⁵².

Les accessoires motorisés (moteurs et commandes) représentent un coût beaucoup plus élevé dans le coût total des composants d'un volet roulant motorisé. Ainsi, selon une estimation de la partie notificante, le coût des composants produits par les motoristes représentent près de [45-55] % du coût total d'un volet motorisé à commande électrique et jusqu'à [60-70] % du coût total d'un volet roulant motorisé à commande radio.

Compte tenu de ces proportions, le ministre considère qu'il existe un risque de transmission au consommateur final d'une augmentation du prix des accessoires motorisés par la nouvelle entité.

b. La dépendance des assembleurs non-intégrés

Les clients des accessoiristes sont constitués par la totalité des assembleurs non-intégrés qui représentent actuellement environ 68% du marché total des volets roulants motorisés.

Les assembleurs non-intégrés « *seraient plusieurs centaines, selon les parties notificantes. Ils se différencient selon plusieurs critères tels que leur couverture géographique ou leur niveau d'intégration verticale. Néanmoins, quelles que soient leurs caractéristiques, ils constituent un ensemble peu concentré et ne sont pas en mesure d'opposer une puissance d'achat à la nouvelle entité* »⁵³.

Plusieurs acteurs interrogés dans le cadre du test de marché ont certes fait état d'une concentration croissante du marché des assembleurs, les gros assembleurs procédant depuis quelques années au rachat des petits assembleurs. Un tiers a précisé que « *d'ici quatre ou cinq ans, les 15 premiers assembleurs posséderont une part de marché d'au moins 75%* ». Néanmoins, même si ce mouvement de concentration se poursuit à plus long terme, la constitution d'un contre-pouvoir de la demande susceptible de dissuader la nouvelle entité d'augmenter substantiellement ses prix n'est pas envisageable à court et moyen terme car la structure concurrentielle de ces marchés reste très fortement atomisée.

Plusieurs indices, relevés par le Conseil de la concurrence, confirment l'absence de contre-pouvoir de la demande des assembleurs non-intégrés.

D'une part, la demande des assembleurs non-intégrés est particulièrement atomisée, chaque client des parties représentant une faible part de leur chiffre d'affaires. En conséquence, ces assembleurs ne détiennent pas individuellement de pouvoir de négociation et sont donc incapables de s'opposer aux augmentations de prix de la nouvelle entité.

D'autre part, en cas de stratégie d'éviction réussie, les assembleurs non-intégrés n'auraient pas la possibilité de reporter leurs achats vers d'autres fournisseurs. A court et moyen terme, les importations d'accessoires pour volets roulants resteront également insuffisantes pour constituer une offre alternative crédible, notamment pour les fabricants d'accessoires non-motorisés.

La partie notificante a fait valoir qu'elle devait faire face à un contre-pouvoir de ses clients, consistant en une menace d'intégration verticale. Selon elle, une augmentation de prix de ses accessoires inciterait les assembleurs non-intégrés à fabriquer eux-mêmes ces pièces. Il apparaît toutefois qu'une telle stratégie serait longue et coûteuse à mettre en œuvre. Il peut être rappelé l'existence de barrières importantes à l'entrée de plusieurs de ces marchés de produits, notamment en ce qui concerne les moteurs tubulaires et leurs commandes. De plus, à titre d'illustration, on peut citer l'exemple de la société Bubendorff qui a dû négocier avec Somfy une phase transitoire d'une dizaine d'années pour être en mesure, progressivement, de produire ses propres moteurs. En 2007, Somfy

⁵² Point 145 de l'Avis.

⁵³ Point 82 de l'Avis.

vendait encore environ [10 000-20 000] moteurs à la société Bubendorff ; elle prévoit d'en vendre environ [5 000-7 000] pour l'année 2008.

Compte tenu de ces éléments, le ministre rejoint sur ce point l'Avis du Conseil de la concurrence qui conclut que « *les assembleurs ne disposeront donc pas d'un contre-pouvoir suffisant pour s'opposer à tout comportement indépendant que l'entité fusionnée pourrait mettre en œuvre* »⁵⁴.

Néanmoins, l'absence de contre-pouvoir de la demande constituée par les clients de la nouvelle entité est compatible avec l'existence d'une contrainte indirecte sur les prix pratiqués sur les marchés intermédiaires qu'exerceraient les assembleurs intégrés de volets roulants. En effet, une hausse des prix des accessoires produits par les parties pourrait s'avérer non rentable si la demande finale se reportait vers des volets roulants n'incorporant pas des pièces fabriqués par les parties, ou seulement en faible quantité.

Il convient donc de vérifier dans quelle mesure le consommateur final pourrait reporter son choix sur des produits dont les prix ne seraient pas conditionnés par ceux pratiqués par la nouvelle entité. En effet, si les assembleurs non-intégrés peuvent être considérés comme captifs de cette dernière, il n'en est pas forcément de même du consommateur final dont le choix peut se porter sur les produits fabriqués par les assembleurs intégrés.

c. Le caractère relativement captif du consommateur final

Les marchés des volets roulants se caractérisent par la concurrence d'assembleurs non-intégrés (cf. *supra*) et de quelques assembleurs intégrés ou semi-intégrés, parmi lesquels Bubendorff, Soprofen⁵⁵ et Profalux. Si le consommateur final peut reporter intégralement sa demande, avec le paiement d'un prix de marché, sur les produits des assembleurs intégrés, il ne sera pas considéré comme captif et pourra, le cas échéant, contrarier la stratégie d'une augmentation des prix à l'amont en la rendant, *in fine*, non profitable.

• La détention d'avantages concurrentiels par les assembleurs intégrés

Il convient de relever que nombre de gros fabricants de volets roulants, dont la production est supérieure à 50 000 pièces par an, sont intégrés verticalement.

Parmi les assembleurs intégrés, les sociétés Bubendorff et Profalux font figure de principaux concurrents des assembleurs non-intégrés.

La société Bubendorff vend à elle seule plus de [500 000-700 000] volets roulants par an en France, soit environ [10-20] % des ventes totales. Elle se positionne comme le leader européen des volets roulants motorisés. Selon une étude MSI⁵⁶, « *Bubendorff dispose d'une capacité de production qui lui permet également de bénéficier d'économies d'échelle et donc de proposer des tarifs beaucoup plus compétitifs que la plupart de ses concurrents* ». En outre, selon les professionnels du secteur, cette société se fonde sur son expérience et sa renommée (campagne publicitaire auprès du consommateur final, notoriété) pour asseoir sa position sur le marché français. La société Bubendorff s'est intégrée progressivement : en une dizaine d'années, elle a développé ses propres moteurs alors qu'elle s'approvisionnait quasi-intégralement auprès de Somfy pour ces produits. Enfin, il convient de relever qu'il s'agit d'un acteur en forte croissance : tous types de volets roulants confondus, ses ventes sont passées de [200 000-400 000] en 1995, à [500 000-700 000] en 2005 et ont atteint environ [600 000-800 000] pièces en 2007.

⁵⁴ Point 99 de l'Avis.

⁵⁵ Soprofen produit la totalité de ses tubes et près de la moitié de ses attaches.

⁵⁶ Le marché des volets en France, MSI Étude, MSI Reports Ltd, novembre 2007.

La société Profalux produit actuellement plus de [0-200 000] volets roulants, qui sont vendus par un réseau d'installateurs conseils. Elle produit tous les types de volets roulants, à l'exception des blocs-baies. Réalisant un chiffre d'affaires total de plus de [20-40] millions d'euros, cette société est active en France depuis 40 ans, ce qui lui confère « *une grande confiance des professionnels et la possibilité d'être très réacti[ve] sur le marché* » selon l'étude MSI précitée. Interrogée dans le cadre du test de marché, la société Profalux a indiqué que « *le processus d'intégration est la base même de la stratégie de Profalux. Il a réellement débuté en 1998 avec la motorisation. C'est ce processus qui nous permet d'afficher des résultats financiers très nettement supérieurs à ceux de nos confrères* ».

Les assembleurs intégrés bénéficient donc d'avantages concurrentiels par rapport à leurs concurrents non-intégrés, clients de la nouvelle entité.

En premier lieu, en s'intégrant verticalement, un assembleur acquiert la maîtrise d'une grande partie de la chaîne de valeur. En conséquence, il ne dépendra que très faiblement de la nouvelle entité pour l'achat de ses inputs. Au cas d'espèce, les sociétés Bubendorff et Profalux produisent pour leur compte des modules de fixation, des attaches, des tubes et des moteurs. Elles achètent à des tiers des treuils et des manivelles et, en ce qui concerne uniquement la société Bubendorff, des attaches (à hauteur de [70-80] % de ses besoins). Ces acteurs recourent le plus souvent à un système de pièces fermé.

En second lieu, les assembleurs intégrés bénéficient également de gains d'efficacité résultant de l'optimisation des pièces qu'ils produisent, particulièrement en terme de montage. En effet, une pièce optimisée permet de supprimer une pièce de jonction, ce qui réduit non seulement le coût de fourniture mais aussi le temps de montage. Un tiers interrogé dans le cadre du test de marché a également fait état d'une fiabilité accrue du produit, qui résulte du nombre réduit de pièces qui composent le volet roulant produit par un assembleur intégré.

En troisième lieu, contrairement aux parties, qui ne sont actives que sur les marchés intermédiaires, les assembleurs intégrés sont en mesure de proposer des prix plus compétitifs au consommateur final puisqu'ils n'ont pas recours à des intermédiaires pour la vente et, surtout, l'installation de leurs produits.

En conséquence, le ministre considère que les assembleurs intégrés de volets roulants bénéficient d'avantages concurrentiels au-delà même des parts de marché dont elles disposent.

Dans la mesure où les structures concurrentielles des marchés aval diffèrent selon le type de volets assemblés, il convient d'étudier, marché par marché, le contre-pouvoir constitué par les concurrents des clients de la nouvelle entité.

• Les positions des assembleurs intégrés par marché

Le tableau ci-dessous reprend les estimations des parts de marché des principaux assembleurs intégrés et semi-intégrés pour chaque marché de volets roulants identifiés.

	Traditionnel motorisé	Coffre-tunnel motorisé	Monobloc motorisé	Bloc-baie motorisé	Total volets roulants motorisés
Assembleurs non-intégrés	[30-40] %	[65-75] %	[70-80] %	[70-80] %	[65-75] %
Bubendorff	[45-55] %	[10-20] %	[0-10] %	[10-20] %	[10-20] %
SPPF	-	[0-10] %	-	[0-10] %	[0-10] %
Profalux	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	-	[0-10] %
Eveno Fermetures	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Soprofen	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %

La position des assembleurs intégrés de volets roulants varie très fortement d'un marché à l'autre, allant de [20-30] % des ventes de monoblocs motorisés à [60-70] % des ventes de volets roulants traditionnels standards motorisés.

Les acheteurs de volets roulants traditionnels standards motorisés sont donc en mesure de s'adresser à une demande alternative qui peut s'abstraire du pouvoir de marché de la nouvelle entité. En effet, compte tenu du degré élevé d'intégration verticale des assembleurs tels que Bubendorff, Profalux et Eveno Fermetures, ces derniers ne subiront pas les éventuelles augmentations des prix des accessoires produits par les parties. Ils seront donc en mesure de proposer des produits alternatifs, à des prix compétitifs.

En conséquence, l'opération n'a donc aucun impact sur le bien-être de l'acheteur de volets roulants traditionnels standards motorisés.

Concernant les autres marchés des volets roulants motorisés, la question de l'impact de l'opération sur le bien-être du consommateur final ne peut être tranchée sur la base d'une analyse des seules parts de marché dans la mesure où les assembleurs intégrés et semi-intégrés ne représentent qu'environ 25% de l'offre.

Leur capacité à contrebalancer une éventuelle hausse du prix des volets roulants des assembleurs non-intégrés doit être étudiée plus précisément.

Si leur part de marché semble limitée, il convient également de tenir compte de leur capacités de production. En effet, si les assembleurs non-intégrés pouvaient augmenter rapidement leur production de volets roulants, *a fortiori* à coûts variables limités, la profitabilité d'une hausse des prix des accessoires produits par la nouvelle entité en serait fortement réduite.

Sur ce point, Zurflüh-Feller a estimé disposer actuellement d'une capacité de production suffisante pour répondre à un accroissement de la demande de treuils de [25-35] % et à un doublement de la demande de tubes et de liaisons rigides. La partie notifiante a indiqué que ces taux devaient être identiques pour les autres acteurs du marché. Concernant plus spécifiquement les moteurs, Somfy a évalué les capacités disponibles de production de ses concurrents en France à environ un million de moteurs.

Toutefois ces évaluations concernent l'ensemble des concurrents des parties. Or, dans le scénario d'après-éviction, seule la capacité des assembleurs intégrés doit être prise en compte. Ces derniers ne représentant qu'une faible part de la production d'accessoires, il apparaît qu'ils disposent de capacités de production inexploitées relativement limitées.

En outre, ces informations n'ont pas été corroborées par les tiers. Il n'est donc pas exclu qu'il puisse exister des capacités de production non utilisées sur les marchés en cause, mais ces dernières sont limitées. Enfin, l'instruction n'a pas permis de démontrer que ces capacités pouvaient être rapidement mobilisables à coût raisonnable.

d. Les effets de report de la demande finale

Une analyse identique a été menée par le ministre à l'occasion de l'examen des effets unilatéraux de l'opération de concentration *Pan Fish / Marine Harvest*⁵⁷.

- **L'analyse des substituts proches**

Comme le précise l'Avis du Conseil de la concurrence, la société Bubendorff fait partie des quelques acteurs nationaux qui proposent une offre assez standard, souvent centrée sur des produits d'entrée de gamme peu onéreux. Les assembleurs non-intégrés, quant à eux, de taille régionale ou

⁵⁷ Cf. décision C2006-47 précitée.

locale, proposent une offre mieux adaptée aux spécificités locales. Ainsi, « [cette dernière] est principalement constituée de produits réalisés sur mesure et à petite échelle. Leur faible volume de ventes dégagé et leur faible production ne leur permettent pas de proposer des prix de vente compétitifs. Toutefois, l'atout majeur de ces acteurs réside dans la proximité avec leurs clients, la qualité de leurs services et leurs délais d'intervention rapides »⁵⁸. Il s'en déduit une élasticité-prix de la demande relativement limitée pour les types de volets roulants vendus par les assembleurs non-intégrés⁵⁹, qui rend plus profitable l'augmentation indirecte du prix de ces produits. Ainsi, la clientèle sera relativement captive, en particulier lorsqu'il s'agira d'un achat réalisé à l'occasion d'une construction (l'impact d'une augmentation du prix du volet roulant rapporté au coût total de construction est minimisé) ou de travaux de rénovation de grande ampleur.

- **Les freins au report de la demande**

En second lieu, il existe des éléments de prescription et de fidélisation qui renforcent, au profit de la nouvelle entité, la préférence du consommateur final pour les volets roulants qui sont assemblés à partir de ses accessoires.

Concernant l'effet de prescription, Somfy peut s'appuyer sur des réseaux d'installateurs, avec lesquels il a noué une relation privilégiée par le biais de programmes de certification et de formation. Cet effet de prescription joue un rôle important aux yeux du consommateur final. En effet, l'achat d'un volet roulant nécessite souvent de faire appel à un prestataire de conseils (architecte, artisan, grande surface spécialisée...) qui, le cas échéant, peut choisir le produit adéquat parmi une sélection qu'il aura préalablement effectuée. Il peut ainsi induire et orienter la demande des consommateurs finaux pour les volets roulants fabriqués à partir des pièces de la nouvelle entité, aux dépens des assembleurs intégrés.

Concernant l'effet de fidélité, Somfy est l'un des rares fabricants d'accessoires à communiquer de façon soutenue en direction des consommateurs finaux même si ces derniers n'ont généralement pas connaissance de la marque des pièces qui composent le volet roulant qu'ils achètent. Somfy a ainsi mis en place un sigle (« *Powered by Somfy* ») permettant d'identifier les volets roulants intégrant une motorisation Somfy. Cette publicité, qui renforce une forte notoriété déjà acquise dans le secteur, est de nature à affaiblir l'incitation des consommateurs finaux à préférer les volets roulants produits par acteur intégré. En outre, l'évolution vers les volets à commande électrique crée un lien direct entre l'utilisateur et la motorisation, et permet de faire apparaître directement la marque « Somfy » auprès du consommateur.

- **Les difficultés à détecter les hausses tarifaires**

Enfin, pour que le « contre-pouvoir » du consommateur final puisse s'exercer, il faut qu'il soit en mesure de détecter la hausse des prix pratiquée par la firme en situation de monopole. Or les caractéristiques des marchés des volets roulants les rendent peu transparents au niveau des prix. En effet, il apparaît très difficile d'effectuer des comparaisons entre les prix entre plusieurs produits (*i.e* des volets roulants) lorsqu'une part non négligeable du prix total que le consommateur final aura à payer dépend d'une prestation de service annexe, à savoir la pose, et que les volets roulants varient considérablement en termes de niveau d'équipement et de type de matériau utilisé.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, il apparaît qu'une augmentation des prix des accessoires de la nouvelle entité se ferait au détriment des consommateurs finaux qui ne seraient pas en mesure de se reporter sur des produits concurrents moins chers et de qualité équivalente.

* *

⁵⁸ Point 85 de l'Avis.

⁵⁹ Compte tenu de l'absence de données précises concernant le secteur des volets roulants, il n'a pas été possible d'estimer la valeur de cette élasticité-prix de la demande.

En conclusion de cette section, il a été montré que la nouvelle entité a la capacité d'évincer ses concurrents sur les marchés amont des accessoires pour volets roulants et qu'elle pourra, dans un délai raisonnable, profitablement augmenter les prix de ses produits par le biais d'une transmission au consommateur final.

L'opération notifiée comporte donc un risque d'atteinte à la concurrence par un effet congloméral, ne pouvant être compensée par les effets d'une concurrence effective ou d'un contre-pouvoir de la demande suffisant.

Le ministre relève également l'absence de gains d'efficacité prouvés par la partie notifiante⁶⁰ qui a indiqué, à plusieurs reprises au cours de l'instruction, qu'elle entendait gérer Zurflüh-Feller comme une entité autonome au sein de son groupe.

Informée des conclusions de l'analyse concurrentielle du ministre, Somfy a souscrit de nouveaux engagements de nature à lever les risques identifiés d'atteinte à la concurrence.

* *

C. LES ENGAGEMENTS PROPOSES PAR SOMFY

Afin de répondre aux risques d'atteinte à la concurrence identifiés, la partie notifiante a proposé une nouvelle série d'engagements le 23 mai 2008 après ceux qui avaient été déposés le 23 janvier 2008.

Cette série de huit engagements prendra effet à compter de la date de réalisation de l'opération, pour une durée de cinq ans.

Deux mandataires seront agréés par le ministre chargé de l'économie pour lui permettre de s'assurer que la partie notifiante respecte ses engagements.

Un « mandataire comptable » sera plus spécifiquement chargé d'assister le ministre dans la vérification de la bonne exécution des engagements pris par Somfy en matière de politique tarifaire.

Un « mandataire technique » pourra être saisi par le ministre en cas de litige avec un tiers intéressé afin de lui apporter l'expertise nécessaire avant de décider, le cas échéant, le prononcé d'une sanction au titre de l'article L.430-8-IV du Code de commerce.

1. Les engagements destinés à prévenir les risques de vente groupée mixte

Quatre engagements distincts ont été pris par Somfy pour remédier aux risques de ventes groupées caractérisés par les autorités de concurrence. Il s'agit d'engagements dont certains ont déjà été pris à l'occasion d'opérations comparables pour lesquelles un risque similaire avait été identifié⁶¹.

Les parties se sont ainsi engagées à ne proposer à leurs clients aucune remise, ristourne ou autres avantages tarifaires dont la contrepartie serait l'achat simultané de leurs produits respectifs (1.1).

Elles se sont également engagées à ne pas subordonner l'achat d'un produit de l'une d'entre elles à celui d'un produit fabriqué par l'autre (1.2).

⁶⁰ Les concentrations conglomérales se caractérisent notamment par le fait qu'elles sont susceptibles de générer des économies d'envergure (telles que des gains dans la distribution des produits, une meilleure compatibilité ou assurance de la qualité des composants...) du fait de fournir des biens de manière groupée plutôt que séparément.

⁶¹ Voir, par exemple, la décision C2005-68 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie en date du 30 novembre 2005, au conseil de la société Stanley, relative à une concentration dans le secteur de l'outillage, publiée au BOCCRF n°5 du 29 avril 2006.

En outre, les parties se sont engagées à ne pas additionner, aux fins de calculs d'avantages tarifaires, les chiffres d'affaires réalisés par les ventes de leurs produits respectifs (1.3).

Enfin, conformément à ce qu'elles ont indiqué dans leur dossier de notification, les parties se sont engagées à respecter leurs champs d'activité respectifs (1.4).

2. Les engagements destinés à prévenir les risques de vente liée technique

Quatre engagements distincts ont été pris par Somfy pour remédier aux risques de vente liée technique caractérisés par les autorités de concurrence.

Ces quatre engagements correspondent aux deux principales stratégies d'évictions retenues au cours de l'analyse concurrentielle, susceptibles de produire des effets anticoncurrentiels sur plusieurs marchés concernés par l'opération, notamment à l'aval.

Afin de prévenir le risque qui consisterait à arrêter la production des supports standards pour tous types de volets roulants, Somfy s'est engagée à ce que Zurflüh-Feller continue à assurer la commercialisation et la disponibilité des pièces de support standards, à des prix économiquement justifiés (2.1).

Afin de prévenir le risque qui consisterait à arrêter la production actuelle des supports optimisés, Somfy s'est engagée à ce que Zurflüh-Feller continue à assurer la commercialisation et la disponibilité, pour tous les types de joues qu'elle fabrique, de pièces de support optimisés qu'elle commercialise déjà et qui permettent d'adapter les moteurs commercialisés par d'autres motoristes, à des prix économiquement justifiés (2.2).

Afin de prévenir le risque qui consisterait à arrêter la production des modules de fixation pour tous les types de volets roulants, Somfy s'est engagée à ce que Zurflüh-Feller continue à assurer la commercialisation et la disponibilité des modules de fixation (joues et équerres) non-optimisés existants permettant d'y adapter tout type de moteur, à des prix économiquement justifiés (2.3).

Afin de prévenir le risque qui consisterait à ce que Zurflüh-Feller ne développe des pièces de supports et modules de fixation optimisés que pour les moteurs Somfy, la partie notificante s'est engagée à ce que Zurflüh-Feller négocie de bonne foi le développement de supports optimisés à la demande de motoristes concurrents et à ce qu'elle ne lui transmette aucune des informations confiées par les motoristes concurrents à cet égard (2.4).

En conclusion, il ressort de l'instruction du dossier que l'opération notifiée, compte tenu des engagements pris par les parties, qui font partie intégrante de la présente décision, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence. Je vous informe donc que j'autorise cette opération.

Je vous prie d'agréer, Maîtres, l'expression de ma considération distinguée.

Pour le ministre de l'économie, de l'industrie
et de l'emploi et par délégation,
Le Chef de Service
de la Régulation et de la Sécurité,
FRANCIS AMAND

NOTA : Des informations relatives au secret des affaires ont été occultées à la demande des parties notificantes, et la part de marché exacte remplacée par une fourchette plus générale. Ces informations relèvent du « secret des affaires », en application de l'article R. 430-7 fixant les conditions d'application du livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence.