Concentrations et alliances dans le secteur du commerce en Allemagne

14 novembre 2016

Bundeskartellamt

Dr. Felix Engelsing
Président de la 2e Section de décision

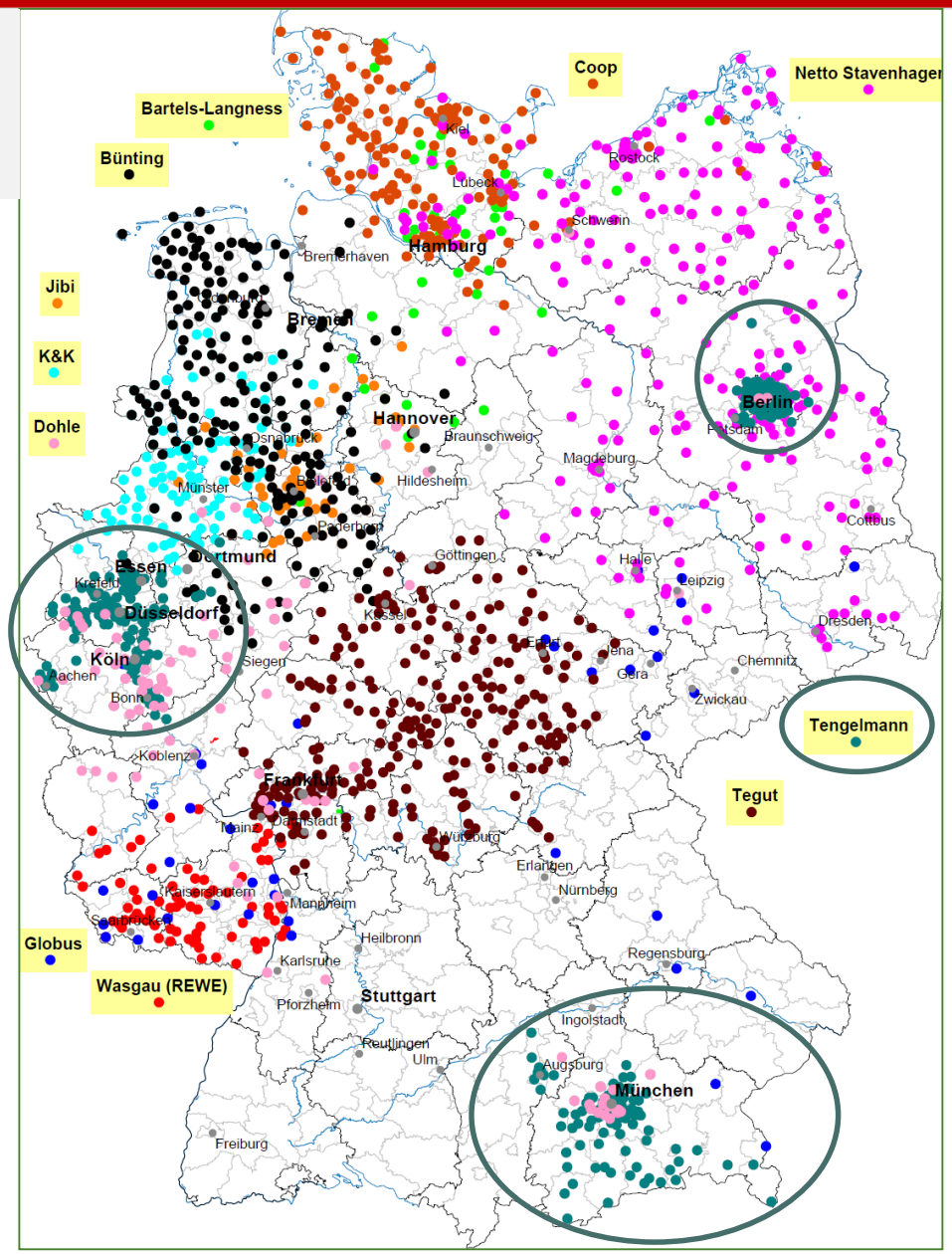
Structure du commerce en Allemagne

"Big four": plus de 85 % des parts de marché en Allemagne

- 2 principalement généralistes
- 2 discompteurs

Répartition régionale des autres enseignes

- Sans Metro/Real (environ 5%)
- Les autres enseignes: 10%
- **Kaiser's Tengelmann:** Berlin, Munich, Rhénanie
- **Coop:** Allemagne du Nord
- Autres:
  - Netto Stavenhagen
  - Bartels-Langness
  - Bünting
  - Dohle
  - Globus
  - Tegut



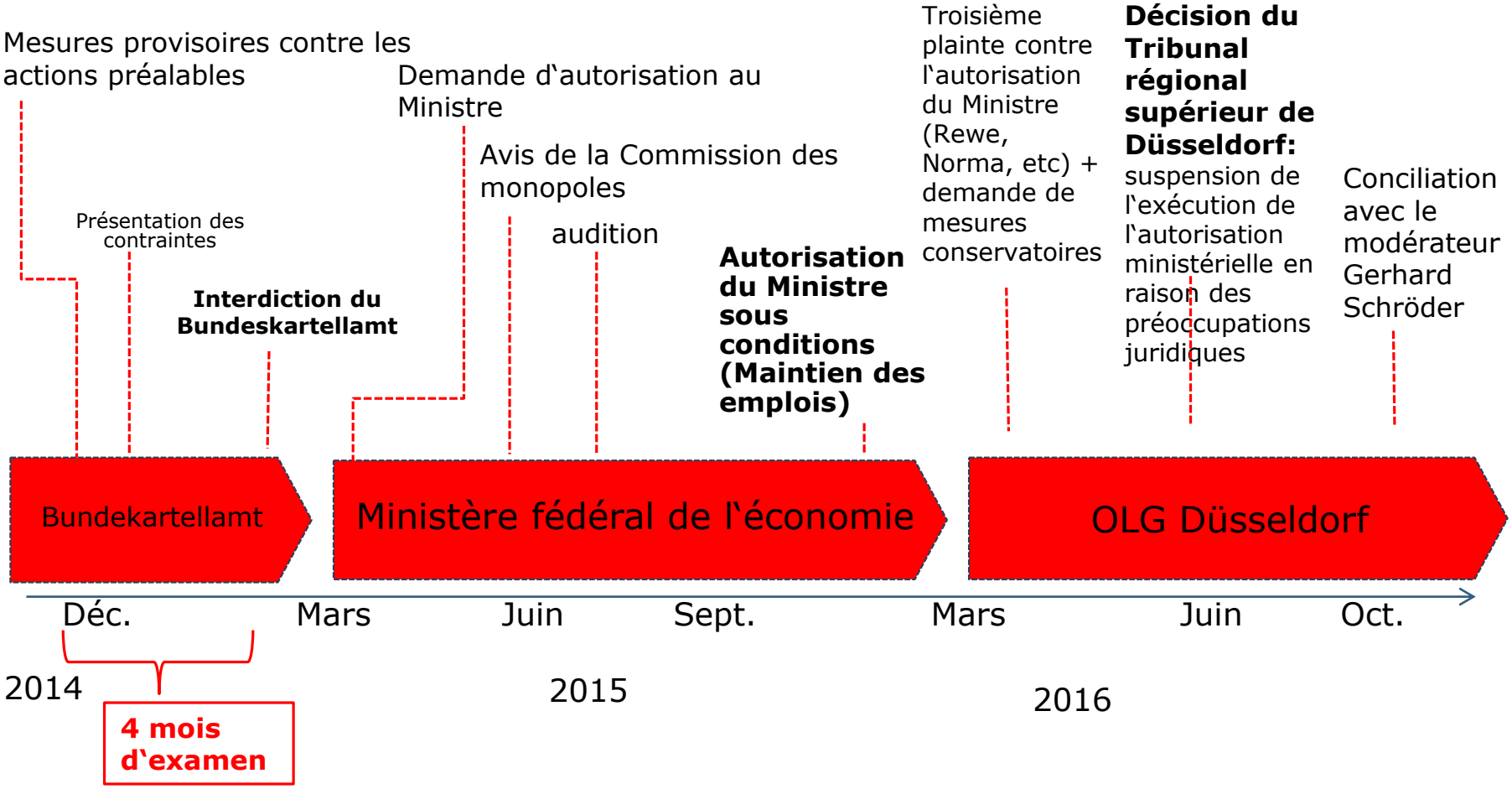
Concentration Rewe – Coop 2016

- L'acquéreur: **Groupe Rewe**
  - **N° 2 en Allemagne** (20-25% du chiffre d'affaires des ventes nationales de produits alimentaires au détail)
  - Chiffre d'affaires: 36 Mds € 2015 (25 Mds € 2000)
  - Environ 6 000 sites
- La cible: **Coop**
  - Chiffre d'affaires du groupe: 1,2 Mds € 2015 (1-2%)
  - 200 sites (Gammes complètes)
- Notification de la concentration: Mai 2016
- Autorisation avec restrictions le 28.10.2016
  - Vente de 11 sites avec 85 millions d'euros de chiffres d'affaires à des moyennes entreprises

Concentration Edeka – Kaiser‘s Tengelmann 2015

- L’acquéreur: **Groupe Edeka**
  - **N° 1 en Allemagne** (25-30%)
  - Chiffre d’affaires: 52.5 Mds € 2015 (21.5 Mds € en 2000)
  - 12.000 sites dans toute l’Allemagne
- La cible: **Kaiser’s Tengelmann**
  - Chiffre d’affaires: 2 Mds € en 2014 (1-2%)
  - 450 sites en 2014
- Interdiction du Bundeskartellamt en mars 2015
  - Autorisation ministérielle en mars 2016 avec des restrictions

Déroulement du cas Edeka/Kaisers Tengelmann



La théorie des dommages en cas de fusions

- **Distributeurs généralistes et discompteurs**
  - Edeka, Rewe, Kaiser's Tengelmann, Coop en tant que distributeurs généralistes, sont des concurrents proches
  - Edeka/KT: accroissement du pouvoir de marché d'Edeka (effets de premier rang) et Rewe (effets de second rang)
- **Utilisation du test SIEC**
  - Parts de marché des deux parties à la concentration ≥25%
  - Forte augmentation (+2% de parts de marché)
  - Parts de marché cumulées des parties à la concentration et plus proches concurrents ≥50%
  - Parts de marché du troisième distributeur indépendant de gamme complète ≤25%

Centrales d’achat en Allemagne

- **Edeka**: Parts de marché au moment de l’acquisition 25-30%
  - Centrales d’achat avec Frey&Kissel, Netto Stavenhagen
- **Rewe**: Parts de marché au moment de l’acquisition 20-25%
  - Centrales d’achat avec Dohle, Coop, Karstadt,
- **Schwarz-Gruppe** (Lidl & Kaufland): 20-25%
  - Pas de centrale d’achat mais une fondation commune
- **Aldi Sud & Aldi Nord:** 10-15%
- **Centrales d’achat pour les distributeurs moyens :** chacune 1-2%
  - Bünting et Groupe PHD

Analyse des dommages et pouvoir d’achat

- Elimination d'une alternative importante particulièrement pour les produits de marque
- **Effets unilatéraux**
  - Accroissement du pouvoir d’achat après la concentration (effets de premier rang)
  - Accroissement du pouvoir d’achat d’autres concurrents importants (effets de second rang)
  - Avantages structurels des grandes entreprises par rapport aux plus petites entreprises
- L’analyse est basée sur les résultats de l’enquête sectorielle sur “le pouvoir d’achat dans le commerce alimentaire de détail” (Rapport de septembre 2014)