

C2006-14 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 2 mars 2006, au conseil de la société Géopost, relative à une concentration dans le secteur de la messagerie.

NOR : ECOC0600112Y

Maître,

Par dépôt d'un dossier déclaré complet le 26 janvier 2006, vous avez notifié le projet d'acquisition par Geopost SA (ci-après « Geopost ») des 62 sociétés composant le réseau Exapaq, et par suite de la totalité du capital et des droits de vote de la société Exapaq SA (l'ensemble ci-après « Exapaq »). Cette opération a été formalisée par des contrats de cession signés entre le 18 et le 20 janvier 2006.

I. – LES ENTREPRISES CONCERNEES ET L'OPERATION

Geopost est la société holding de l'activité express du groupe La Poste. Elle contrôle les sociétés du groupe ayant pour activité principale la collecte, l'acheminement et la distribution express de documents et colis en France et dans le monde entier. Les filiales de Geopost en France actives dans le secteur de la messagerie express sont Chronopost et Taxicolis. A l'étranger, Geopost détient DPD (Allemagne), Interlink (Irlande), Interlink Express (Grande-Bretagne), Parceline (Grande-Bretagne), Masterlink (Pologne), SEUR (Espagne), Armadillo (Russie), Garantpost (Russie), et Bizpak (Pays Baltes). Geopost a réalisé en 2004 un chiffre d'affaires mondial consolidé d'environ 2,4 milliards d'euros. Le groupe La Poste a réalisé en 2004 un chiffre d'affaires consolidé de près de 18,7 milliards d'euros, quasi-exclusivement réalisé dans l'Union européenne, dont 16 milliards d'euros réalisés en France.

Exapaq SA est une société anonyme détenue conjointement par l'ensemble des transporteurs indépendants actionnaires et membres d'Exapaq, et qui joue le rôle d'entité coordinatrice de ce réseau. Exapaq SA compte 15 transporteurs, liés entre eux par un contrat de partenariat avec la filiale commune. Exapaq SA définit la politique qualité, gère l'image de marque et les outils d'intérêt commun du réseau, et coordonne les politiques commerciales de chacun des membres. Créé en 1995, le réseau a pour activité la collecte, l'acheminement et la distribution express de colis de moins de 30 kilogrammes. Exapaq a réalisé, en 2004, un chiffre d'affaires de 194 millions d'euros, quasi exclusivement en France.

Aux fins de prise de contrôle du réseau Exapaq, Geopost envisage de procéder à l'acquisition de chacune des sociétés composant le réseau, notamment des 15 transporteurs actionnaires du réseau. Bien que ces transporteurs soient indépendants, la combinaison de leur activité constitue, aux fins de la présente décision, une unité économique. Même s'ils ont chacun une personnalité juridique propre, il est entendu que leurs engagements contractuels ont établi une gestion économique en commun. En outre, il existe de nombreuses participations croisées entre ces actionnaires, au travers des sociétés constituant l'ensemble Exapaq. Enfin, les acquisitions ont vocation à être réalisées simultanément et l'opération est soumise à la condition suspensive que tous les membres cèdent à Geopost leur participation dans Exapaq. Aussi, au cas d'espèce, il y a lieu de considérer l'ensemble des acquisitions concomitantes comme une seule et unique opération, au terme de laquelle Geopost contrôlera exclusivement Exapaq. L'opération constitue une concentration au sens de l'article L.430-1 du Code de commerce. Au regard des chiffres d'affaires réalisés par les entreprises concernées, l'opération n'est pas de dimension communautaire. En revanche, elle est soumise aux dispositions des articles L.430-3 et suivants du Code de commerce relatifs au contrôle des concentrations économiques.

II. – MARCHES CONCERNES

A. – *Le marché de produit*

Les entreprises concernées sont toutes deux actives dans le secteur de la messagerie de colis, secteur structuré en différentes familles de services dont les frontières sont instables en raison d'évolutions régulières de l'offre. Schématiquement, les trois grandes familles de la messagerie de colis sont (i) la messagerie traditionnelle, (ii) la messagerie rapide (enlèvement avant 18h pour livraison en principe le lendemain avant 18h, mais aux délais non garantis), et (iii) la messagerie express (enlèvement avant 18h pour livraison le lendemain avant 12h ou avant 9h, avec différents niveaux de garantie sur les délais, possibilité de suivi du colis par le client et services annexes).

La Commission européenne a eu l'occasion d'analyser et de définir différents marchés de produits et/ou de services dans le secteur de la messagerie¹. Elle a relevé qu'une distinction peut être faite entre les documents d'une part et les colis d'autre part. Pour les besoins de l'analyse des opérations qui lui ont été soumises, la Commission a considéré un marché du transport de colis express « BtoB » (messagerie express entre professionnels) comme un marché de service en soi. Elle a considéré qu'il est également possible de distinguer le transport express national du transport express international dès lors que le marché national présente des caractéristiques particulières tenant aux prix, à la destination, à la réglementation locale, à la qualification du personnel, à l'importance de la logistique et à l'identité des acteurs sur le marché.

Geopost, au travers de ses filiales Chronopost et Taxicolis, est actif dans le transport de colis express « BtoB ». L'offre d'Exapaq est dite « monocolis ». Ni Geopost, ni le groupe La Poste ne déclinent une offre « monocolis ». L'apparition de l'offre « monocolis » est relativement récente. Située à mi-chemin entre la messagerie rapide et la messagerie express, elle s'en distingue par l'encombrement et le poids des colis (très inférieurs à ceux pris en charge par les opérateurs de messagerie rapide, qui traitent des palettes de l'ordre de la centaine de kilogrammes), ou par l'éventail des garanties et prestations annexes (les délais sont plus indicatifs et les fonctions de suivi du colis par le client plus sommaires que ceux proposés en messagerie express).

Toutefois, d'après les données du Service Économie, Statistique et Prospective (SESP) du Ministère des Transports, de l'Équipement, du Tourisme et de la Mer pour 2005, si le poids moyen des envois en express national est de l'ordre de 30 kg, il est de 5 kg pour les offres centrées sur les petits colis, soit un poids très proche de celui du monocolis. On observe à ce titre que le poids moyen du colis chez TNT Express², de même que chez Exapaq, est de 6 kg. En revanche, un messenger traditionnel comme Graveleau, qui n'est pas présent dans l'express, traite des expéditions moyennes de 96 kg. Le Ministère des Transports considère d'ailleurs le monocolis comme un segment de l'express³.

En outre, à l'instar des offres de messagerie express dans leur ensemble, l'offre monocolis consiste en un service de livraison express de colis entre professionnels exclusivement. Les particuliers sont souvent exclus des offres « BtoB », soit parce que ces offres supposent un flux minimal pour ouvrir un compte (c'est le cas s'agissant de l'offre d'Exapaq), soit parce que les niveaux de service offerts ne répondent pas aux besoins réels des particuliers ou sont trop onéreux.

Dans sa décision du 26 février 1999, La Poste/Denkhaus, la Commission a relevé qu'il existait, sur un marché du transport de colis express « BtoB », une offre dite « monocolis ». Elle définissait cette offre comme « ...un service de transport de colis pour les professionnels [...] se caractérisant par les éléments suivants : colis jusqu'à 30 kg, service porte-à-porte, clients en compte uniquement avec un nombre minimum d'expédition par mois, un niveau de service limité (« track & trace » et preuve de livraison), un délai de J+1 (distances inférieures à 600 km) et J+2 à J+4 (distances supérieures à 600 km). [...] Le monocolis, s'il conjugue comme la livraison express rapidité et fiabilité, s'en différencie entre autres par le coût qui est moindre pour le monocolis, et par le délai de livraison qui est certain pour l'express ». Tout en identifiant ce segment, elle a réservé sa position sur l'existence d'un marché du monocolis qui serait distinct du marché de transport de colis express « BtoB ».

¹ Notamment, Décision M.102 du 2 décembre 1991 TNT/Canada Post, DBP Postdienst, La Poste, PTT Post & Sweden Post, Décision IV.M.1405 du 15 février 1999 TNT Post Group/Jet Service, Décision IV.M.1371 du 26 février 1999 La Poste/Denkhaus, Décision IV/JV.18 du 1^{er} juin 1999 Chronopost/Correos.

² Opérateur actif dans le secteur de la messagerie express.

³ « Au sein de l'express, des transporteurs se sont spécialisés dans le traitement de colis légers, souvent uniques (monocolis), par des moyens routiers ou aériens nocturnes, en y intégrant divers services ». (Ministère des Transports, SESP Infos Rapides n°267, octobre 2005, p.3)

Selon la partie notifiante, l'offre monocolis pourrait en fait consister en une offre en entrée de gamme du marché de transport de colis express « BtoB ». A l'appui de cette considération, elle montre, à partir d'une étude réalisée par un organisme spécialisé⁴, que les offres qui se distinguent qualitativement seraient suffisamment proches pour que les entreprises expéditrices puissent arbitrer entre les différents types de prestataires et/ou entre les différents niveaux de prestation. Elle montre également que les entreprises peuvent aisément faire appel à plusieurs opérateurs, simultanément ou non, en fonction de leurs préférences.

Compte tenu de la diversité des services en qualité, des objets transportés, ou encore des délais, la comparaison des prix entre les opérateurs et dans le temps n'est pas aisée. Ainsi, il est relevé dans une étude d'Eurostaf⁵ que « *les tarifs des expressistes restent difficiles à comparer. Tout dépend des zones géographiques de l'expéditeur et du destinataire, de l'heure de livraison du colis, du mode de facturation au poids (au kilo supplémentaires, par tranches, au forfait...) et des remises accordées en fonction de la fréquence des envois envisagés par la suite* ». Ces réserves formulées, il est toutefois observé que les niveaux de prix entre l'offre d'Exapaq et l'offre d'entrée de gamme du groupe La Poste (Chrono Comfort) sont relativement proches. En outre, une étude de l'évolution des prix des offres des entreprises concernées montre que les trois niveaux de qualité proposés par La Poste suivent des tendances voisines en prix par objet de celles d'Exapaq.

Par ailleurs, une étude publiée par MSI en 2003 souligne que lorsque l'offre monocolis s'est créée, « *il y a eu un report des demandes de livraisons express sur les livraisons en monocolis* ». Notamment, les chargeurs arbitraient de plus en plus facilement entre les offres express multi- et monocolis au point qu'ils n'hésiteraient plus à fragmenter leurs envois.

L'ensemble de ces éléments pourrait corroborer l'idée que l'offre monocolis est bien un segment « entrée de gamme » du marché du transport de colis express « BtoB », et ne constitue pas un marché distinct. Toutefois, au cas d'espèce, cette question peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la définition du marché de produit retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

B. – Le marché géographique

La partie notifiante considère que compte tenu de l'internationalisation croissante de l'activité de transport de colis express et de la place tenue par les intégrateurs mondiaux comme UPS et DHL, et dans une moindre mesure, FedEx, TNT, DHL et GLS, le marché du transport express de colis est de dimension internationale et, à tout le moins, européenne.

Toutefois, dans les décisions précitées, la Commission européenne a considéré que le marché du transport de colis express national était distinct du marché du transport de colis express international. Elle a également considéré que le segment du monocolis était national.

Au cas d'espèce, il est observé qu'Exapaq ne réalise qu'une part très marginale (3 à 4%) de son chiffre d'affaires à l'étranger, dans des pays frontaliers, et majoritairement à l'export, de sorte que l'opération produira ses effets quasi-exclusivement en France.

Sans qu'il soit besoin de conclure sur la dimension géographique du marché pertinent, l'analyse concurrentielle portera sur la délimitation la plus étroite possible, à savoir le marché national.

III. – ANALYSE CONCURRENTIELLE

Selon la revue professionnelle Transport Intelligence de mai 2005, le groupe La Poste détient sur les segments de la messagerie express et du colis des parts de marché comprises entre 3 et 8% selon qu'elles sont observées au niveau mondial ou au niveau européen. Les principaux opérateurs sont DPWN et UPS (respectivement 13% et 23% de l'activité mondiale et 21% et 5% de l'activité européenne). L'adossement d'Exapaq au groupe La Poste n'a pas d'effet sensible sur la répartition de l'activité entre les opérateurs à ces niveaux géographiques.

En France, sur un marché national du transport de colis express « BtoB » intégrant l'offre multicolis, le groupe La Poste détiendrait en 2004 une part de marché en valeur de 20,5%, Exapaq détenant quant à lui une part de marché de 6,8%.

⁴ Benchmarking des Prestataires de Transport Express 2004, Triangle.

⁵ Eurostaf, Les marchés de la messagerie et de l'express en Europe en 2005, Volume 1 p.12

La nouvelle entité disposerait donc d'une part de marché en valeur de 27,3%. Les principaux opérateurs concurrents des parties à la concentration sont TNT (avec une part de marché de 21%), Géodis (12%), GLS France (9%), DHL Express (9%) ou encore FedEx (7,3%) et TAT Express (5,3%)⁶.

Il est constaté qu'avant l'opération, cinq opérateurs ont des parts de marché en valeur se situant aux alentours de 10-20%. Après l'opération, La Poste-Exapaq devient la première entreprise du marché français. Toutefois, les deux concurrents suivants représentent, en cumul, une fraction du marché plus importante (32%). En outre, l'indice d'Herfindhal-Hirschmann s'établit à 1600 après l'opération contre 1325 avant. Si le delta est légèrement supérieur au seuil de 250, l'indice s'établit en-deçà du seuil de 1800 communément admis comme « zone à risques » pour le processus concurrentiel.

Au surplus, il ressort de l'instruction que l'allocation actuelle des parts de marché ne saurait être figée dans la double mesure où :

- le marché de l'express, multi- et monocolis, connaît une croissance soutenue. Comme l'analyse le cabinet Xerfi, « *tandis que les messagers traditionnels ont enregistré une croissance annuelle moyenne de 5% de leur chiffre d'affaires entre 1995 et 2003, celle des expressistes et des monocolistes a été de 9,7% sur la même période, soit presque le double. Ces spécialistes du petit colis ont bénéficié de la généralisation de la gestion des stocks à flux tendus, de la fragmentation des envois et de l'intensification des échanges extérieurs, créneau sur lequel les opérateurs sont très présents.* » ;
- il n'existe aucun coût de migration pour la demande sur un marché où les relations d'exclusivité n'existent pas et où, de fait, il est observé que les entreprises font très souvent appel à plusieurs prestataires pour assurer leurs livraisons.

En outre, une étude de marché de 2004 du laboratoire économique Triangle relève, sur la base d'une enquête réalisée à partir de questionnaires, que le critère de largeur de gamme est spontanément cité en tant que critère de sélection d'un opérateur par respectivement 8% et 3% des entreprises selon qu'il est question de gamme de délais ou de gamme de poids. Dès lors, il est admis que l'élargissement de la gamme de la nouvelle entité n'est pas de nature à lui conférer un avantage concurrentiel déterminant.

Enfin, si le segment du monocolis devait être considéré comme marché pertinent, l'opération ne conduirait à aucun chevauchement d'activités entre les parties à l'opération, le groupe La Poste n'y étant pas actif.

Toutefois, en France, seul Exapaq est un pur acteur du monocolis, avec Heppner, mais pour un volume d'activité bien moindre. Certaines études considèrent parfois que GLS (avec son produit tempo) ou encore TNT (avec son produit J13) sont présents sur le segment du monocolis. Les statistiques ne permettent pas d'établir avec précision la part de marché d'Exapaq sur un marché du monocolis, mais il est communément admis qu'Exapaq y serait en position quasi monopolistique.

L'opération ne modifiant pas la position de quasi-monopole d'Exapaq sur un tel marché, il convient surtout de souligner que la nouvelle entité ne serait pas en mesure de profiter d'un effet de levier pour renforcer sa position sur le marché alors connexe du transport de colis express multicolis BtoB, marché près de 14 fois plus important en valeur que celui du monocolis, sur lequel elle ne disposerait que d'une part de marché de 20%, derrière TNT (21%).

Par ailleurs, dans l'hypothèse où la nouvelle entité déciderait d'une augmentation des prix de ses offres monocolis, le report de la demande ne s'effectuerait vraisemblablement pas à son bénéfice, certaines offres de ses concurrents sur le marché multicolis, telles que celles de GLS ou TNT, étant réputées plus proches. Enfin, si la nouvelle entité venait à diminuer la qualité des services attachés à l'offre d'Exapaq (délais, fonctions de suivi du colis par le chargeur...), là encore, elle ne bénéficierait pas du report de la demande attachée aux services de l'express, qui se dirigerait vers les offres express les plus proches précitées, et ce faisant, elle positionnerait l'offre d'Exapaq sur une gamme de messagerie plus classique, sur laquelle sont notamment actifs 4 opérateurs de l'express "BtoB" (Géodis, DHL, Mory, Sernam) représentant environ 40% de l'activité en parts cumulées.

⁶ Les estimations des parts de marché en valeur sont issues d'un retraitement de données publiées dans le numéro de novembre 2005 de Logistiques Magazine.

En conclusion, il ressort de l'instruction du dossier que l'opération notifiée n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement de position dominante. Je vous informe donc que j'autorise cette opération.

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

Pour le Ministre de l'Économie, des Finances
et de l'Industrie et par délégation,
*Le Directeur Général de la concurrence de la
consommation
et de la répression des fraudes*
GUILLAUME CERUTTI