Secteur du tourisme : l'Autorité autorise le rachat du groupe Paris Expérience par Aéroports de Paris

Publié le 04 octobre 2024

L'essentiel

Le 12 septembre 2024, Aéroports de Paris a notifié à l'Autorité de la concurrence son projet de prise de contrôle exclusif du groupe Paris Expérience.

À l'issue d'un examen des effets de l'opération sur les marchés concernés, l'Autorité a autorisé cette acquisition sans conditions.

Les parties à l'opération

Aéroports de Paris (« ADP ») est une société anonyme contrôlée par l'État français, chargée d'aménager, d'exploiter et de développer un ensemble d'installations aéroportuaires dans la région Île-de-France (principalement Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget). Outre la mise à disposition de ses infrastructures aux compagnies aériennes, ADP exploite également les emplacements commerciaux (boutiques et restaurants) ainsi que les espaces et dispositifs publicitaires situés dans les aéroports dont elle a la charge.

Paris Expérience est un groupe actif dans le secteur de l'accueil touristique. Il fournit notamment des services d'excursions et de visites de sites ainsi que de monuments historiques en France, principalement à Paris. Par ailleurs, Paris

Expérience propose des services de croisières « restaurants » ainsi que des services de réceptions privatives et professionnelles sur des bateaux amarrés sur la Seine.

L'Autorité a écarté tout risque d'atteinte à la concurrence sur les marchés concernés

L'Autorité a considéré que, même si l'opération permettait à ADP de promouvoir les activités de Paris Expérience auprès des touristes étrangers arrivant en France par avion sur les espaces et dispositifs publicitaires qu'elle exploite dans les aéroports de Paris-Charles de Gaulle et de Paris-Orly, elle n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence.

En effet, bien qu'ADP détienne, *via* la société Extime Média, un monopole d'exploitation sur les espaces et dispositifs publicitaires situés dans les aéroports de Paris-Charles de Gaulle et de Paris-Orly, l'Autorité a estimé qu'une telle stratégie ne serait pas de nature à engendrer des effets négatifs sur la concurrence. Ces espaces publicitaires dans les aéroports ne constituent pas un canal de promotion incontournable, ni pour la cible, ni pour ses concurrents, notamment dans la mesure où la majorité des clients de la cible réservent les services proposés par cette dernière en amont de leur arrivée sur le territoire français.

À l'issue de son analyse concurrentielle, l'Autorité a donc autorisé l'opération sans conditions.

24-DCC-209 DU 4 OCTOBRE 2024

relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Paris Expérience par la société Aéroports de Paris

Lire le texte intégral

Contact(s)

Virginie Guin
Directrice de la communication
01 55 04 02 62
Contacter par mail