

L'Autorité de la concurrence a décidé d'ouvrir une phase d'examen approfondi dans le cadre de l'examen de l'acquisition du groupe Metrobus par le groupe JCDecaux

Publié le 21 janvier 2016

JCDecaux SA a notifié le 23 novembre 2015 son projet d'acquisition de la Régie Publicitaire des Transports Parisiens Metrobus Publicité SA (Metrobus) et de ses filiales auprès du groupe Publicis. Dans le cadre de son examen du dossier, et à la suite d'une première consultation des acteurs du marché, l'Autorité considère que l'opération nécessite l'ouverture d'une phase d'examen approfondi (phase 2)

Au cours de cet examen (phase 2), l'Autorité effectuera une consultation élargie des acteurs du marché (agences medias, annonceurs...). Elle approfondira notamment la question de la définition des marchés pertinents et examinera si l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux ou congloméraux. A ce titre, elle étudiera notamment la capacité des concurrents à animer la concurrence. Elle examinera en outre si le renforcement de la nouvelle entité sur le marché aval de la publicité extérieure pourrait être de nature à lui procurer certains avantages concurrentiels dans le cadre des appels d'offres lancés par les collectivités publiques et les sociétés de transport pour l'attribution des espaces publicitaires.

L'Autorité procédera également, si cela s'avère nécessaire, à la consultation des acteurs du marché sur les remèdes qu'il conviendrait d'apporter à d'éventuelles atteintes à la concurrence.

Les textes prévoient que cet examen s'effectue en principe dans un délai de 65 jours ouvrés à compter de l'ouverture de la phase 2, ce délai pouvant être allongé si nécessaire, par exemple pour mener à bien la finalisation d'engagements ou pour tenir compte de la survenance d'un fait nouveau.

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la
communication
01 55 04 02 14
[Contacter par mail](#)