

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 10-DCC-129 du 30 septembre 2010  
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Le Monde SA  
par Messieurs Pierre Bergé, Xavier Niel et Matthieu Pigasse,  
via la société Le Monde Libre**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 30 août 2010, relatif à la prise de contrôle conjoint de la société Le Monde SA par MM. Pierre Bergé, Xavier Niel et Matthieu Pigasse, par l'intermédiaire de leur structure commune, Le Monde Libre, formalisé par une lettre d'offre ferme en date du 21 juin 2010 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Adopte la décision suivante :

## **I. Les entreprises concernées et l'opération**

### **A. LES PARTIES**

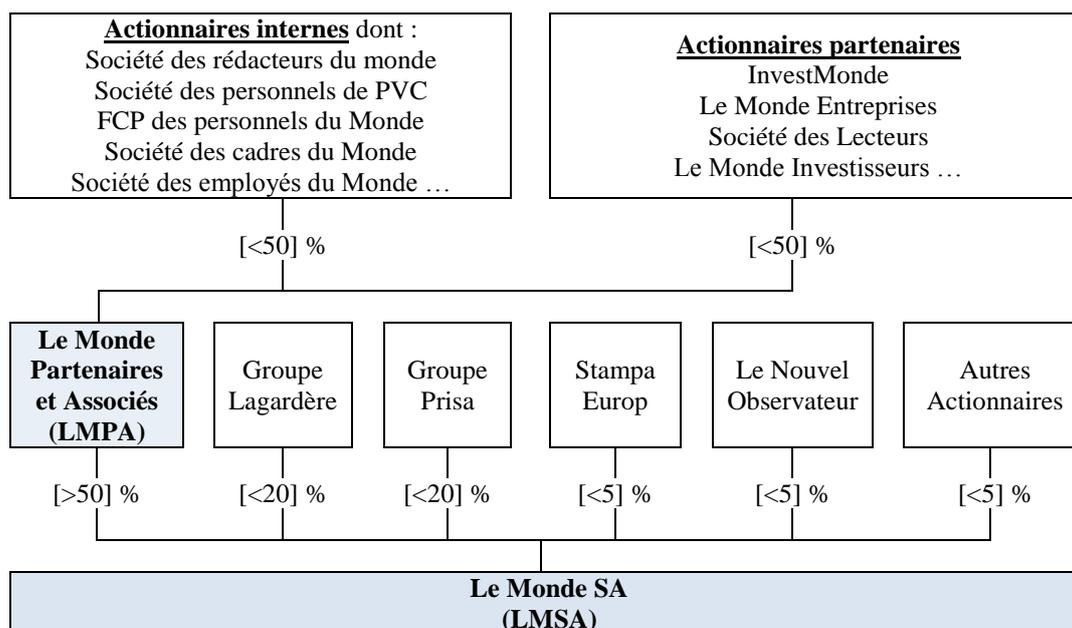
#### **1. LES ACQUÉREURS**

1. **Le Monde Libre** est une société en commandite simple de droit français, en cours de formation, constituée exclusivement aux fins de l'acquisition du contrôle de la société Le Monde SA. Elle est constituée entre les sociétés Berlys Média, NJJ Presse et Le Nouveau Monde qui détiendront chacune un tiers du capital et des droits de vote.
2. **Berlys Média** est une société par actions simplifiée, en cours de formation, contrôlée par Pierre Bergé. Elle a pour activité la prise de participation et la gestion dans toutes sociétés, entreprises, organisations, associations ou groupements, notamment dans le secteur de la presse, la communication et les médias de toute nature. Elle n'a pas réalisé de chiffre d'affaires en 2009.

3. Pierre Bergé contrôle également plusieurs sociétés dont [...] % du capital et des droits de vote de la société par actions simplifiée CPPD qui a pour activité l'édition du magazine *Têtu* et des sites *tetu.com* et *tetue.com*.
4. Le chiffre d'affaires total mondial hors taxes réalisé par les sociétés contrôlées par Pierre Bergé, en 2009, s'est élevé à [...] millions d'euros, dont [<50] millions réalisés en France.
5. **NJJ Presse** est une société par actions simplifiée, en cours de formation, détenue indirectement par Xavier Niel. Elle a pour activité la prise de participation, la gestion et la cession de toute participation minoritaire ou majoritaire dans le capital social et les droits de vote dans des sociétés existantes ou à créer, et dans toutes autres personnes morales quelle que soit leur forme juridique, et la souscription à cet effet de tout financement quelle qu'en soit la forme. Elle n'a pas réalisé de chiffre d'affaires en 2009.
6. Xavier Niel contrôle également le groupe Iliad présent dans les secteurs du haut débit et de la téléphonie traditionnelle. Il contrôle par ailleurs les sites *free.fr* et *aliceads.fr* qui sont des portails d'accès à l'ensemble des services exploités sous les marques Free et Alice (boîte de messagerie électronique, accès aux espaces abonnés, assistance à l'accès internet...).
7. Le chiffre d'affaires total mondial hors taxes réalisé par les sociétés contrôlées par Xavier Niel, en 2009, s'est élevé à 1 954,5 millions d'euros, dont la totalité est réalisé en France.
8. **Le Nouveau Monde** est une société par actions simplifiée, en cours de formation, détenue indirectement par Matthieu Pigasse. Elle a pour activité la prise de participation, la gestion et la cession de toute participation minoritaire ou majoritaire dans le capital social et les droits de vote dans des sociétés existantes ou à créer, et dans toutes autres personnes morales quelle que soit leur forme juridique, et la souscription à cet effet de tout financement quelle qu'en soit la forme. Elle n'a pas réalisé de chiffre d'affaires en 2009.
9. Matthieu Pigasse contrôle également, via la holding Les Nouvelles Editions Indépendantes, la société Ysatis et sa filiale, Les Editions Indépendantes, qui a pour activité l'édition du magazine *Les Inrockuptibles* et du site *lesinrocks.com*.
10. Le chiffre d'affaires total mondial hors taxes réalisé par les sociétés contrôlées par Matthieu Pigasse, en 2009, s'est élevé à [...] millions d'euros, dont [<20] millions réalisés en France.

## 2. LA CIBLE : LE GROUPE LE MONDE

11. Le Monde SA (ci-après « LMSA ») est une société anonyme à directoire et conseil de surveillance qui détient [>50] % du capital de la Société Editrice du Monde (ci-après « SEM »). Principale société opérationnelle du groupe Le Monde, SEM édite le quotidien Le Monde et l'ensemble de ses suppléments. SEM détient également diverses participations majoritaires dans des sociétés de presse (Télérama, Courrier International, Malesherbes Publications, Le Monde Diplomatique, Le Monde Interactif, Le Post.fr), de services (Publicat, Le Monde Publicité, I-Régie.com, VM Magazines, Safari, Multirama) et industrielle (Le Monde Imprimerie, qui porte l'outil de production et assure l'impression du quotidien Le Monde ainsi que d'autres titres nationaux extérieurs au groupe). L'ensemble de ces sociétés est dénommé ci-après « le groupe Le Monde ».
12. Comme le montre le schéma ci-dessous, LMSA était, avant l'opération notifiée, détenue par LMPA à hauteur de [>50] %, le groupe Lagardère à hauteur de [<20] %, Prisa à hauteur de [<20] %, Stampa Europe à hauteur de [<5] %, Le Nouvel Observateur à hauteur de [<5] % et d'autres actionnaires à hauteur de [<5] %.



13. Outre les activités de régie publicitaire et d'imprimerie, le groupe Le Monde a 3 pôles d'activités éditoriales :
- un pôle Presse Quotidienne Nationale organisé autour de la diffusion du quotidien *Le Monde* et de ses suppléments ;
  - un pôle Presse Magazine comprenant la diffusion de magazines dont les principaux sont *Télérama*, *Courrier International*, *Le Monde Diplomatique* et *La Vie* ;
  - un pôle Internet qui comprend l'édition des sites qui sont le prolongement des titres de presse ainsi que du site *lepost.fr*.
14. Le chiffre d'affaires mondial réalisé en 2009 par le groupe Le Monde est de [...] millions d'euros, dont la totalité a été réalisée en France.

## B. L'OPÉRATION

15. Dans le cadre de la recapitalisation du groupe Le Monde, LMSA va émettre des obligations remboursables en actions LMSA (ci-après ORA) et procéder à une augmentation de capital réservée.
16. A l'issue de ces deux opérations, la société le Monde Libre détiendra au moins [>50] % du capital et des droits de vote de LMSA. En effet, celle-ci s'engage à racheter au moins 90 % des ORA émises par LMSA et à souscrire à l'augmentation de capital de LMSA d'un montant égal à la différence entre [...] millions d'euros et le prix d'acquisition des ORA.
17. Cependant, afin de garantir l'indépendance éditoriale du journal Le Monde, les acquéreurs, se sont engagé à donner aux actionnaires internes une minorité de blocage sur certaines décisions au sein de LMSA. A cette fin, les acquéreurs financeront la relation de la participation du Pôle d'Indépendance (regroupant notamment la Société des Rédacteurs du Monde, la Société des personnels de PVC, la Société des Lecteurs, la Société des Cadres du Monde, la Société des Employés du Monde et l'Association Hubert Beuve-Méry) permettant à ce dernier de détenir, avec LMPA, au moins [>33] % du capital et des droits de vote de LMSA.
18. Après cette relation, Le Monde Libre détiendra au moins [>50] % du capital et des droits de vote de LMSA.

19. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle de la société Le Monde SA par MM. Pierre Bergé, Xavier Niel et Matthieu Pigasse, via leur structure commune Le Monde Libre, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce. Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils mentionnés par l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

## II. Délimitation des marchés pertinents

20. Le groupe Le Monde est présent dans les secteurs de la presse quotidienne nationale, de la presse magazine, et de l'exploitation de sites Internet relatifs à ses titres de presse.

### A. DÉLIMITATION DES MARCHÉS DE PRODUITS

21. Dans le secteur de la presse écrite, les autorités de concurrence retiennent traditionnellement trois marchés de produits<sup>1</sup> : le marché du lectorat (sur lequel se rencontrent l'offre des éditeurs de titres de presse et la demande des lecteurs), le marché de la vente d'espace publicitaire (sur lequel les éditeurs de presse offrent aux annonceurs de l'espace destiné aux messages publicitaires, soit directement, soit par l'intermédiaire d'une régie) et celui des petites annonces.
22. Les autorités de concurrence opèrent par ailleurs une distinction entre la presse quotidienne nationale (PQN), la presse quotidienne régionale (PGR), la presse magazine, la presse spécialisée grand public ou technique et professionnelle et la presse gratuite<sup>2</sup>.
23. S'agissant du marché du lectorat de la presse magazine, les autorités de concurrence<sup>3</sup> distinguent différents marchés en se fondant sur le type d'informations mises en valeur, le style, la présentation, la périodicité, la politique commerciale (vente par abonnement ou au numéro), le prix et les caractéristiques des lecteurs (sexe, âge, catégories socioprofessionnelles, revenus et domicile). C'est ainsi que la presse magazine est segmentée entre hebdomadaires d'actualité politique et générale, hebdomadaires de télévision, journaux féminins, magazines économiques et financiers, publications spécialisées grand public et publications spécialisées professionnelles.

---

<sup>1</sup> Voir notamment les décisions de la Commission n° COMP/M.3420 - GIMD / SOCPRESSE du 16 juin 2004 et IV/M.665 - CEP/ Groupe de la Cité du 29 novembre 1995 ainsi que les avis du Conseil de la concurrence n° 03-A-03 du 20 mars 2003 et 05-A-18 du 11 octobre 2005.

<sup>2</sup> Voir notamment les lettres du ministre de l'économie n° C2005-18 du 28 octobre 2005 et C2002-94 du 31 décembre 2002 et les avis du Conseil de la concurrence n° 05-A-18 du 11 octobre 2005 et 07-A-09 du 2 août 2007.

<sup>3</sup> Voir notamment la décision de la Commission n° COMP/M.3420 - GIMD / SOCPRESSE du 16 juin 2004 et l'avis du Conseil de la concurrence n°93-A-13 du 6 juillet 1993.

24. Pour les hebdomadaires d'actualité politique et générale, les autorités de concurrence ont déjà retenu les titres suivants dans le marché pertinent<sup>4</sup> : Le Figaro Magazine, L'Express, Valeurs Actuelles, Télérama, Paris-Match, Le Nouvel Observateur, Le Point, Pèlerin Magazine, VSD, Marianne et La Vie. En l'espèce la partie notifiante propose d'ajouter à cette liste Le Monde Magazine, mais d'exclure Courier International, car le Ministre de l'Economie a considéré qu'ayant un contenu éditorial orienté vers l'étranger, ce magazine ne pouvait pas rentrer dans la catégorie des magazines d'information générale et politique<sup>5</sup>. Dans la mesure où l'opération ne soulève pas de problème de concurrence sur un marché incluant Courier International, il n'est pas nécessaire de se prononcer sur l'inclusion de ce titre dans le marché de produit pertinent.
25. S'agissant de la vente d'espace publicitaire dans la presse magazine, la Commission<sup>6</sup> et l'autorité de la concurrence française<sup>7</sup> ont envisagé de distinguer des marchés différents par catégories de titres regroupés selon le critère des 25 % d'annonceurs en commun. Une segmentation du marché en fonction du secteur d'activité des annonceurs a également été étudiée<sup>8</sup>.
26. S'agissant de l'exploitation de sites internet, les autorités distinguent traditionnellement entre les sites éditoriaux qui constituent le prolongement de la version papier des titres de presse et les sites dédiés à des thèmes spécifiques telles que les petites annonces (annonces généralistes, immobilier, emploi) ou les informations pratiques relatives à des villes<sup>9</sup>. Pour la première catégorie, une segmentation a parfois été effectuée selon le type d'informations publiées sur les sites<sup>10</sup> (informations d'actualité politique et générale ou informations économiques et financières).
27. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations à l'occasion de l'examen de la présente opération.

## **B. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE DES MARCHÉS**

28. Selon la pratique décisionnelle des autorités nationales et communautaire de concurrence la dimension géographique des marchés des médias et de la publicité sur ces médias correspond à leur zone de diffusion. Le Conseil de la concurrence a ainsi souligné<sup>11</sup> que « *la pratique décisionnelle et la jurisprudence traditionnelle des autorités de concurrence considèrent ainsi que les marchés du secteur de la presse ont une dimension nationale dès lors que les publications concernées sont diffusées de manière homogène sur le territoire national et que*

---

<sup>4</sup> En revanche, la Commission ne s'est pas prononcée sur l'inclusion de certains titres tels que Courier International, Le Journal du Dimanche ou L'Equipe Magazine.

<sup>5</sup> Lettre du Ministre de l'Economie n° C2002-94 Socpresse/Express Expansion du 31 décembre 2002.

<sup>6</sup> Voir notamment les décisions de la Commission n° IV/M.665 – CEP / Groupe de la Cité du 29 novembre 1995 et COMP/M.3420 – GIMD/SOCPRESSE du 16 juin 2004.

<sup>7</sup> Voir notamment les décisions du Conseil de la concurrence n° 96-D-44 du 18 juin 1996, 00-D-67 du 13 février 2000 et la lettre du ministre n° C2006-86 du 19 septembre 2006.

<sup>8</sup> Notamment les lettres du Ministre n° C2002-70 Le Monde/ La Vie Catholique du 14 octobre 2002 et C2003-173 The Future Network du 17 avril 2003.

<sup>9</sup> Notamment, la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-72 du 14 décembre 2009.

<sup>10</sup> Notamment la lettre du Ministre de l'Economie n° C2007-97 LVMH/Les Echos du 19 décembre 2007.

<sup>11</sup> Voir notamment le point 62 de l'avis du Conseil de la concurrence n° 07-A-09 du 2 août 2007.

*les annonceurs réalisent leurs investissements en fonction d'une stratégie nationale. A l'opposé, le marché géographique de la publicité commerciale dans la presse gratuite a été appréhendé sur une base locale, en raison du contenu des journaux ou de leur diffusion ».*

29. De même, les autorités communautaires et nationales de concurrence considèrent<sup>12</sup> que le marché de l'exploitation des sites internet est de dimension nationale essentiellement en raison de l'existence de barrières linguistiques (dimension éventuellement étendue aux zones frontalières des pays francophones ou voisins).
30. Au cas d'espèce, comme les titres de presse et les sites internet concernés par la présente opération ont une diffusion nationale, l'analyse concurrentielle sera menée au niveau national.

### **III. Analyse concurrentielle**

31. Les acquéreurs n'ont d'intérêt, en matière de presse, que dans la presse magazine et l'exploitation de sites Internet. Il n'y a donc pas de cumul d'activités sur le marché de la PQN. La position du Monde sur ce marché sera néanmoins prise en compte au titre d'éventuels effets congloméraux.

#### **A. LA PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE**

32. Le seul titre de presse quotidienne nationale publié par les parties est le quotidien *Le Monde*, qui est classé parmi les quotidiens d'information générale. *Le Monde* réalise [10-20] % du volume de diffusion payée en France en 2009 avec une diffusion de [...] exemplaires par numéro.
33. En ce qui concerne les recettes publicitaires, les ventes d'espaces publicitaires dans le journal *Le Monde* se sont élevées en 2009 à [...] euros, soit [10-20] % du total des recettes publicitaires de la PQN<sup>13</sup>.

#### **B. LA PRESSE MAGAZINE**

34. Le groupe *Le Monde* et les sociétés détenues par Pierre Bergé, Xavier Niel et Matthieu Pigasse ont des activités communes dans les secteurs de la presse magazine.
35. En effet, le groupe *Le Monde* édite les magazines suivants :
  - 6 hebdomadaires : *Le Monde Magazine* (complément du quotidien *le Monde*, il est vendu avec l'édition du vendredi datée du week-end et revient sur les temps forts de l'actualité hebdomadaire), *Courrier International* (sélectionne les meilleurs articles de la presse d'actualité mondiale, traduits en français), *Télérama* (magazine culturel qui présente des programmes de télévision et un panorama de l'actualité des spectacles et du cinéma), *La Vie* (magazine religieux), *La Lettre de l'Education* (s'adresse aux

---

<sup>12</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.1439, *Telia/Telenor* du 13 octobre 1999 et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-72 du 14 décembre 2009.

<sup>13</sup> Sur la base d'un marché estimé à 217 millions par l'IREP

professionnels de l'éducation) et *La Sélection Hebdomadaire* (sélection des articles du Monde diffusée à l'étranger) ;

- 4 mensuels : *Le Monde Diplomatique* (décrypte les actualités mondiales géopolitiques, sociales, culturelles, environnementales...), *Le Monde Dossiers et Documents* (rassemble et met en perspective les articles les plus significatifs du quotidien le Monde à destination des lycéens et étudiants), *M* (supplément du quotidien le Monde, dédié à l'art de vivre) et *Prier* (magazine religieux) ;

- 3 bimestriels : *Manière de Voir* (reprend et analyse des articles parus dans le Monde Diplomatique à destination des lycéens et étudiants), *Le Monde des Religions* (propose une approche laïque du fait religieux) et *Ulysse* (magazine culturel et de voyage édité 8 fois par an) ;

- 2 annuels : *L'Atlas des Civilisations* (hors série de l'hebdomadaire la Vie) et *Le Guide Saint Christophe* (présente des lieux de culte et de spiritualité).

36. Les magazines édités par Pierre Bergé et Matthieu Pigasse sont :

- *Têtu* : mensuel à destination de la communauté homosexuelle, qui traite d'informations d'actualité et de thématiques générales (culture, mode, santé, bien-être...) ;
- *Les Inrockuptibles* : hebdomadaire qui traite d'actualités générales et culturelles à forte orientation "culture rock".

#### 1. LE LECTORAT DE LA PRESSE MAGAZINE

37. Pour la presse magazine, les seuls chevauchements d'activité entre les parties se situent sur le marché des hebdomadaires d'actualité politique et générale où la nouvelle entité réalisera [<30] % du volume de diffusion payée en France en 2009 avec les titres le *Monde Magazine*, *la Vie*, *Télérama*, *Courrier International* et *Les Inrockuptibles*. L'opération de concentration notifiée ne conduit pas à une addition significative de part de marché, *Les Inrockuptibles* représentant moins de 1 % du volume de diffusion payée en France en 2009.

Titre	Diffusion payée France 2009	Part de marché
<i>Le Monde Magazine</i>	[...]	[5-10] %
<i>Télérama</i>	[...]	[10-20] %
<i>La Vie</i>	[...]	[0-5] %
<i>Courrier international</i>	[...]	[0-5] %
<i>Les Inrockuptibles</i>	[...]	[0-5] %
<b>Total Parties</b>	<b>[...]</b>	<b>[20-30] %</b>
<i>Paris Match</i>	[...]	[10-20] %
<i>Le Nouvel Observateur</i>	[...]	[10-20] %
<i>L'Express</i>	[...]	[10-20] %
<i>Figaro Magazine</i>	[...]	[5-10] %
<i>Le Point</i>	[...]	[5-10] %
<i>Marianne</i>	[...]	[5-10] %
<i>Pèlerin</i>	[...]	[5-10] %
<i>VSD</i>	[...]	[0-5] %
<i>Valeurs Actuelles</i>	[...]	[0-5] %
<i>Famille Chrétienne</i>	[...]	[0-5] %
<b>Total</b>	<b>4 405 892</b>	<b>100 %</b>

Source : ODJ

38. L'opération notifiée n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché du lectorat des hebdomadaires d'actualité politique et générale.

## 2. LA VENTE D'ESPACE PUBLICITAIRE DANS LA PRESSE MAGAZINE

39. Le groupe Le Monde a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de [...] millions d'euros au titre de la vente d'espaces publicitaires dans ses magazines. Les magazines contrôlés par les acquéreurs ont quant à eux réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de [...] millions d'euros ([...] millions d'euros pour *Les Inrockuptibles* et [...] millions d'euros pour *Têtu*) pour un marché total de 764,5 millions d'euros<sup>14</sup>. Sur un marché global de la vente d'espaces publicitaires dans la presse magazine, les ventes des parties sont donc inférieures à 5 % du total.

Presse magazine	CA publicité	Part de marché
Groupe Le Monde	[...]	[0-5] %
<i>Les Inrockuptibles</i>	[...]	[0-5] %
<i>Têtu</i>	[...]	[0-5] %
<b>Total Parties</b>	[...]	<b>[0-5] %</b>
<b>Marché total NetIndex</b>	764 482 240	100 %

40. S'agissant d'une segmentation des types de magazines en fonction de l'identité de leurs annonceurs, *Les Inrockuptibles* et *Têtu* ont très peu d'annonceurs communs avec les magazines du groupe Le Monde. Parmi leurs 30 premiers annonceurs des magazines *Les Inrockuptibles*, *Têtu*, *Télérama*, du *Monde Magazine*, de *la Vie* et enfin de *Courrier International*, *Les Inrockuptibles* n'a que [0-5] annonceurs communs avec *Le Monde Magazine*, [0-5] annonceurs communs avec *Télérama*, [0-5] annonceurs communs avec *Courrier International*, et aucun annonceur commun avec *La Vie*. Le magazine *Têtu* a lui seulement [0-5] annonceurs communs avec *Le Monde Magazine*, [0-5] annonceur commun avec *Télérama*, [0-5] annonceurs communs avec *Courrier International*, et [0-5] annonceur commun avec *La Vie*. Enfin, *Les Inrockuptibles* et *Têtu* ont seulement [0-5] annonceurs communs.
41. S'agissant d'une segmentation en fonction du secteur d'activité des annonceurs, les parties ont proposé de se fonder sur l'étude Adex Report qui effectue une répartition des annonceurs par secteur d'activité. Quel que soit le secteur d'activité des annonceurs, la part de marché cumulée des titres des parties est inférieure à 15 %.
42. Dans ces conditions, l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché de la vente d'espace publicitaire dans la presse magazine.

### C. L'EXPLOITATION DE SITES INTERNET RELATIFS AUX TITRES DE PRESSE

43. Le groupe Le Monde, exploite 5 sites Internet qui sont le prolongement de la version papier des titres de presse : *lemonde.fr*, *telerama.fr*, *courrierinternational.com*, *lavie.fr* et *lemondediplomatique.fr*. Les acquéreurs contrôlent les sites *tetu.com*, *tetue.com* et *lesinrocks.com*, dont le positionnement correspond à la version papier du titre de presse dont il est le prolongement.
44. Pour l'analyse des effets de l'opération, les parties ont proposé de se fonder sur l'OJD qui recense l'audience des sites internet qui adhèrent à cet organisme, et notamment celle des sites grand public (dits "SGP") qui y adhèrent. Si on ne retient que l'audience des sites internet qui

<sup>14</sup> Selon l'étude NetIndex, mise en place en 2008 par l'Association pour la Promotion de la Presse Magazine (APPM), qui se base sur les seules déclarations de chiffres d'affaires des régies publicitaires.

sont le prolongement de titres de presse d'actualité politique et générale, l'audience cumulée des sites exploités par les parties en mai 2010 est [ $<30$ ] %<sup>15</sup>, avec une addition de part de marché inférieure à 1 %.

Site	Visites France	Part de marché
<i>www.lemonde.fr</i>	[...]	[20-30] %
<i>www.telerama.fr</i>	[...]	[0-5] %
<i>www.monde-diplomatique.fr</i>	[...]	[0-5] %
<i>www.lavie.fr</i>	[...]	[0-5] %
<i>courrierinternational.com</i>	[...]	[0-5] %
<i>www.lesinrocks.com</i>	[...]	[0-5] %
<b>Total Parties</b>	<b>[...]</b>	<b>[20-30] %</b>
<i>www.lefigaro.fr</i>	[...]	[10-20] %
<i>www.leparisien.fr</i>	[...]	[10-20] %
<i>www.liberation.fr</i>	[...]	[5-10] %
<i>www.20minutes.fr</i>	[...]	[5-10] %
<i>www.nouvelobs.com</i>	[...]	[5-10] %
<i>www.lepoint.fr</i>	[...]	[5-10] %
<i>www.lexpress.fr</i>	[...]	[5-10] %
<i>www.lejdd.fr</i>	[...]	[0-5] %
<i>www.parismatch.com</i>	[...]	[0-5] %
<i>www.la-croix.com</i>	[...]	[0-5] %
<b>Total</b>	<b>132 197 942</b>	<b>100 %</b>

Source : ODJ

45. Par conséquent, l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur ce marché.

#### D. EFFETS CONGLOMÉRAUX

46. Compte tenu des positions limitées détenues par les parties sur les différents marchés de la presse, l'opération n'est pas susceptible d'emporter des effets congloméraux.

### DECIDE

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 10-0130 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence

<sup>15</sup> Il convient de noter qu'un certain nombre de sites qui sont le prolongement de titres de presse d'actualité politique et générale, tels que *valeursactuelles.com*, *marianne2.fr*, ou encore *vsd.fr*, dont l'audience est importante, ne sont pas référencés par l'OJD. La part de marché des parties est donc surévaluée.