



**Décision n° 11-DCC-05 du 17 janvier 2011  
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Distri Sud-Ouest  
par la société Retail Leader Price Investissement**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 13 décembre 2010 et déclaré complet le 14 décembre, relatif à l'acquisition de titres de la société Distri Sud-Ouest par la société Retail Leader Price Investissement, formalisée par une promesse unilatérale de vente en date du 30 septembre 2009 dont l'option a été levée par une lettre en date du 7 octobre 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**

1. La société Retail Leader Price Investissement (ci-après « RLPI »), filiale du groupe Casino Guichard Perrachon, a pour principal objet la prise de participation dans des sociétés exploitant des magasins sous l'enseigne Leader Price. Le groupe Casino, troisième acteur français de la distribution à dominante alimentaire, gère un parc de plus de 10 000 magasins (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, magasins discompteurs...) sous enseignes Casino, Franprix, Spar, Vival, Naturalia et Leader Price. Casino exerce également avec le groupe Galeries Lafayette un contrôle conjoint sur le groupe Monoprix<sup>1</sup>. Il est de plus présent dans le secteur de la distribution sur internet de produits non alimentaires avec l'enseigne Cdiscount. Le groupe Casino appartient au groupe Euris, lui-même contrôlé par Monsieur Jean-Charles Naouri.
2. La société Distri Sud-Ouest (ci-après « DSO ») est détenue à [ $>50$ ] % par la société HDR (elle-même détenue à hauteur de plus de [ $>50$ ] % par Mr X et à moins de [ $<10$ ] % par RLPI) et à [ $<50$ ] % par RLPI. DSO exploite un réseau de 62 points de vente à dominante alimentaire

---

<sup>1</sup> Voir la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 2 octobre 2000 au conseil de la société Casino relative à une concentration dans le secteur. Décision n°10-DCC-108 du 16 septembre 2010 relative à la prise de contrôle par Casino France Distribution de deux fonds de commerce.

sous l'enseigne Leader Price dans le Sud-Ouest de la France. En vertu des statuts et du pacte d'actionnaires de DSO, le conseil de surveillance de celle-ci est composé de trois membres, deux d'entre eux étant nommés par HDR et le troisième par RLPI. Les décisions de DSO sont adoptées à la majorité simple, à l'exception de certaines décisions adoptées à l'unanimité notamment celles relatives à la réalisation d'investissements, l'acquisition ou la cession de titres ou d'actifs d'une valeur supérieure à 8 millions d'euros. En outre, il est prévu que le président et les directeurs généraux informeront préalablement et par écrit RLPI d'un grand nombre de décisions et notamment celles concernant (i) l'ouverture ou la fermeture de magasins, (ii) l'adoption du budget, du business plan ou leur modification, (iii) la réalisation d'investissements, l'acquisition ou la cession de titres ou d'actifs pour un montant de 150 000 euros par opération, (iv) les emprunts, découverts, constitutions de garanties, caution ou nantissements dès lors que ceux-ci dépassent un montant de 1 500 000 euros par opération, (v) la transaction de tout litige ou procédure juridique d'un montant supérieur à 100 000 euros. Enfin, RLPI et ses représentants et conseils disposent d'un droit de procéder à un audit des comptes deux fois par exercice. A cette fin, le pacte d'actionnaire stipule que « *RLPI et ses représentants et conseils disposeront d'un accès aux membres du personnel, à tous les documents et archives de la Société [DSO] et de ses filiales et à leurs commissaires aux comptes, afin de pouvoir effectuer les contrôles que RLPI estimera nécessaires* ». Par ailleurs, il est spécifié que les titres de DSO détenus par HDR et les titres de HDR détenus par Mr X sont incessibles jusqu'au 31 juillet 2011, date jusqu'à laquelle RLPI sera susceptible d'acquiescer les participations de HDR dans DSO en vertu de promesses d'achat et de vente entre RLPI et HDR. En effet, il résulte du pacte d'actionnaires, que RLPI s'engage à acheter (entre le 1<sup>er</sup> et le 25 janvier 2011) et HDR à vendre (entre le 26 janvier et le 30 juin 2011), les titres de DSO dont HDR est propriétaire, si l'autre partie décide d'exercer l'option dont elle est titulaire.

3. Il résulte de ce qui précède que le droit de veto de RLPI sur les investissements supérieurs à 8 millions d'euros, le droit d'information préalable de RLPI pour un grand nombre de décisions stratégiques pour DSO ainsi que le droit d'audit étendu de RLPI sur la gestion de DSO, combinés à une participation de RLPI à [ $<50$ ] % dans DSO ainsi qu'aux promesses d'achat et de vente conclues entre RLPI et HDR, contraignant chacune de ces sociétés à acheter ou vendre les participations de HDR dans DSO si l'une ou l'autre décidait de lever l'option, confèrent à HDR et RLPI un contrôle conjoint sur DSO.
4. L'opération notifiée fait suite au courrier adressé à RLPI le 7 octobre 2010 par HDR, l'informant de sa décision d'exercer l'option de vente résultant de la promesse qui lui a été consentie par RLPI le 30 septembre 2009. A l'issue de l'opération, RLPI détiendra donc l'intégralité du capital et des droits de vote de DSO et exercera un contrôle exclusif sur cette dernière.
5. En ce qu'elle se traduit par un passage de contrôle conjoint à un contrôle exclusif, l'opération notifiée constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées exploitent un ou plusieurs magasins de commerce de détail et réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (groupe Casino : 26,7 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2009 ; DSO : [...] millions d'euros pour la même année). Les entreprises concernées réalisent en France un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros dans le secteur du commerce de détail (groupe Casino : 17 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2009 ; la société DSO : le chiffre d'affaires mentionné ci-dessus est intégralement réalisé en France). L'opération ne revêt pas une dimension communautaire dans la mesure où chacune des entreprises concernées réalise plus des deux tiers de son chiffre d'affaires en France. En

revanche, les seuils de contrôle relatifs au commerce de détail mentionnés au point II de 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

7. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de la concurrence<sup>2</sup>, deux catégories de marchés peuvent être délimitées<sup>3</sup> dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire. Il s'agit, d'une part, des marchés « aval », de dimension locale, qui mettent en présence les entreprises de commerce de détail et les consommateurs pour la vente de biens de consommation et, d'autre part, des marchés « amont » de l'approvisionnement des entreprises de commerce de détail en biens de consommation courante, de dimension nationale.

### A. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION

#### 1. LES MARCHÉS DE SERVICE

8. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaires que nationales<sup>4</sup>, ont distingué six catégories de commerce en utilisant plusieurs critères, notamment la taille des magasins, leurs techniques de vente, leur accessibilité, la nature du service rendu et l'ampleur des gammes de produits proposés : (i) les hypermarchés, (ii) les supermarchés, (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail, (v) les maxi discompteurs, (vi) la vente par correspondance.
9. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente égale ou supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>, et les supermarchés comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 2 500 m<sup>2</sup> et supérieure à 400 m<sup>2</sup>. Il convient cependant de rappeler que ces seuils doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce, car des magasins, dont la surface est située à proximité d'un seuil, soit en-dessous, soit au-dessus, peuvent se trouver en concurrence directe avec les magasins d'une autre catégorie.
10. En l'espèce, les points de vente concernés par l'opération sont des maxi-discompteurs, exploités sous l'enseigne Leader Price. 61 des 62 de ces points de vente ont une surface de vente supérieure à 400 m<sup>2</sup> et inférieure à 2 500 m<sup>2</sup>. Ils rentrent donc dans la catégorie des supermarchés.

---

<sup>2</sup> Voir notamment les décisions de la Commission M.496 Intermarché/Spar du 30 juin 1997, M.991 Promodès/Casino du 30 octobre 1997 et M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000. Voir également l'arrêté ministériel du 5 juillet 2000 dans l'opération Carrefour/Promodès et les avis de l'Autorité de la concurrence n°97-A-14 du 1<sup>er</sup> juillet 1997, dans l'affaire Carrefour/Coran<sup>98</sup>-A-06 du 5 mai 1998, dans l'affaire Casino Franprix/Leader Price, et n°00-A-06 du 3 mai 2000, dans l'affaire Carrefour/Promodès.

<sup>3</sup> Décisions de la Commission dans les affaires M.1221 Rewe/Meinl du 3 février 1999, M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000. Voir également la décision C.2005-98 Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005.

<sup>4</sup> Décisions C.2008-32 Amidis SAGC du 9 juillet 2008, C.2007-172 Carrefour Plane Plamidis du 13 février 2008, C.2007-154 Système U Vergali du 3 décembre 2007, C.2007-05 Carrefour Sofadi du 26 mars 2007, C.2006-15 Amidis Hamon du 14 avril 2006, C.2005-98 Carrefour Penny Market du 10 novembre 2005.

11. Un seul magasin, situé à Balma (31), occupe une surface de 298 m<sup>2</sup> et relèverait donc de la catégorie du petit commerce de détail dont les points de vente ont une superficie inférieure à 400 m<sup>2</sup>. Cependant, il convient de noter que le commerce d'alimentation générale de proximité se caractérise par une clientèle composée majoritairement de personnes habitant à moins de 500 mètres du point de vente, se rendant à pied sur le lieu de ventes et réalisant des achats de faibles montant<sup>5</sup>. Or, il convient de considérer que ce point de vente est situé le long d'une route départementale passante, hors du centre ville de Balma et difficilement accessible à pied. Il n'est donc pas susceptible d'être attractif pour une clientèle souhaitant se rendre à pied dans un point de vente proche pour y réaliser des achats d'un faible montant. Au regard des circonstances particulières de l'espèce, il en résulte que le point de vente de Balma, bien que d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup>, se trouve d'avantage en concurrence avec les supermarchés de la zone de chalandises qu'avec les commerces d'alimentation générale de proximité.

## 2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

12. Dans ses décisions récentes<sup>6</sup> relatives à des opérations concernant des hypermarchés ou des supermarchés, l'Autorité de la concurrence a rappelé qu'en fonction de la taille des magasins concernés, les conditions de la concurrence devaient s'apprécier sur deux zones différentes :
- un premier marché où se rencontrent la demande des consommateurs d'une zone et l'offre des hypermarchés auxquels ils ont accès en moins de 30 minutes de déplacement en voiture et qui sont, de leur point de vue, substituables entre eux ;
  - un second marché où se rencontrent la demande de consommateurs et l'offre des supermarchés et formes de commerce équivalentes situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture. Ces dernières formes de commerce peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs.
13. D'autres critères peuvent néanmoins être pris en compte pour évaluer l'impact d'une concentration sur la situation de la concurrence sur les marchés de la distribution de détail, ce qui peut conduire à affiner, au cas d'espèce, les délimitations usuelles présentées ci-dessus.
14. En l'espèce, les 62 magasins exploités par DSO entrant dans la catégorie des supermarchés et des maxi-discompteurs, l'analyse concurrentielle sera menée sur le marché incluant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situées dans un rayon de 15 minutes autour de chaque point de vente.
15. L'instruction a révélé que l'opération emportait un chevauchement d'activité sur 55 zones de chalandises situées dans le Sud Ouest de la France et détaillées aux paragraphes 17 et suivants ci-dessous.

---

<sup>5</sup> *Décision n°10-D-08 du 3 mars 2010 relative à des pratiques mises en œuvre par Carrefour dans le secteur du commerce d'alimentation générale de proximité*

<sup>6</sup> *Voir notamment les décisions 09-DCC-24 du 23 juillet 2009 Floritine/CSF ; 09-DCC-10 du 28 mai 2009 Frandis/Financière Perdis ; 09-DCC-06 du 20 mai 2009 Evolis/ITM ; 09-DCC-04 du 29 avril 2009 Carrefour/Noukat.*

## B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

16. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne<sup>7</sup> a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales<sup>8</sup>.
17. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

## III. Analyse concurrentielle

### A. MARCHÉ AVAL DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

18. L'opération emporte un chevauchement, entre les magasins détenus par DSO et ceux détenus par le groupe Casino, dans 55 zones de chalandises.
19. Sur 36 de ces 55 zones, la part de marché du groupe Casino demeurera, à l'issue de la présente opération, inférieure à 25 % et la nouvelle entité demeurera confrontée à la concurrence exercée notamment par les groupes Carrefour, Auchan, Intermarché ou encore Leclerc. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur ces 36 zones.
20. Sur les 19 zones de chalandises restantes la part de marché cumulée des parties et de leurs deux premiers concurrents figurent dans le tableau ci-après :

Ville	Parties				Concurrent 1			Concurrent 2		
	PDM Cible	PDM Casino/ Monoprix	PDM totale	Total PDV	Enseigne	PDM	nombre de PDV	Enseigne	PDM	nombre de PDV
Villeneuve d'Ornon	[0-5] %	[20-30] %	<b>[20-30] %</b>	11	Auchan	[20-30] %	10	Carrefour	[10-20] %	9
Colomiers	[0-5] %	[20-30] %	<b>[20-30] %</b>	16	Carrefour	[30-40] %	14	Intermarché	[10-20] %	6
Balma	[0-5] %	[20-30] %	<b>[20-30] %</b>	17	Carrefour	[20-30] %	6	Leclerc	[10-20] %	1
Toulouse/les minimes	[0-5] %	[20-30] %	<b>[20-30] %</b>	22	Carrefour	[20-30] %	15	Intermarché	[10-20] %	8
Ramonville	[0-5] %	[20-30] %	<b>[20-30] %</b>	14	Carrefour	[20-30] %	5	Leclerc	[10-20] %	1
Lannemezan	[10-20] %	[5-10] %	<b>[20-30] %</b>	2	Intermarché	[20-30] %	1	Carrefour	[20-30] %	1
Saint Alban	[0-5] %	[20-30] %	<b>[30-40] %</b>	8	Intermarché	[10-20] %	6	Carrefour	[10-20] %	4
Eauze	[20-30] %	[10-20] %	<b>[30-40] %</b>	2	Leclerc	[50-60] %	1	Lidl	[10-20] %	1
Castres/Toulouse	[0-5] %	[20-30] %	<b>[30-40] %</b>	3	System U	[20-30] %	2	Intermarché	[20-30] %	4
Toulouse/Desbals	[0-5] %	[30-40] %	<b>[30-40] %</b>	21	Carrefour	[40-50] %	11	Lidl	[5-10] %	10
Launaguet	[0-5] %	[30-40] %	<b>[30-40] %</b>	12	Auchan	[10-20] %	3	Intermarché	[10-20] %	6
Castres/Audenet	[5-10] %	[20-30] %	<b>[30-40] %</b>	3	Intermarché	[20-30] %	4	Auchan	[10-20] %	1

<sup>7</sup> Voir les décisions de la Commission M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000.

<sup>8</sup> Voir notamment les décisions du ministre dans le secteur, C.2005-98 Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005, C.2006-15 Carrefour/Groupe Hamon du 14 avril 2006, C.2007-172 relatif à la création e l'entreprise commune Plamidis du 13 février 2008 et C.2008-32 Carrefour/SAGC du 9 juillet 2008.

Ville	Parties				Concurrent 1			Concurrent 2		
	PDM Cible	PDM Casino/ Monoprix	PDM totale	Total PDV	Enseigne	PDM	nombre de PDV	Enseigne	PDM	nombre de PDV
Montayral	[10-20] %	[20-30] %	<b>[30-40] %</b>	2	Leclerc	[20-30] %	1	Intermarché	[20-30] %	1
Albi	[0-5] %	[30-40] %	<b>[30-40] %</b>	4	Leclerc	[20-30] %	2	Carrefour	[10-20] %	2
Carcassonne/Laplace	[0-5] %	[30-40] %	<b>[30-40] %</b>	5	Intermarché	[20-30] %	4	Carrefour	[10-20] %	4
Lussac	[0-5] %	[30-40] %	<b>[30-40] %</b>	5	Intermarché	[10-20] %	3	Leclerc	[10-20] %	1
Carbonne	[10-20] %	[30-40] %	<b>[50-60] %</b>	2	Auchan	[20-30] %	1	Intermarché	[10-20] %	1
Castelnaudary	[10-20] %	[40-50] %	<b>[50-60] %</b>	3	Intermarché	[30-40] %	2	Lidl	[10-20] %	1
Saint André de Cubzac	[10-20] %	[50-60] %	<b>[60-70] %</b>	2	Intermarché	[20-30] %	2	Carrefour	[10-20] %	1

***Sur 16 zones de chalandises, la part de marché cumulée des parties sera inférieure à 40 % :***

21. Sur chacune de ces zones, les parties feront face à la concurrence des groupes Intermarché, Leclerc, Carrefour, Auchan et Lidl.
22. Au surplus, sur 13 de ces zones (Albi, Balma, Carcassonne, Lussac, Castres/Toulouse, Castres/Audenet, Colomiers, Launaguet, Ramonville, Saint Alban, Toulouse/Desbals, Toulouse/les Minimes, Villenave d'Ornon), l'incrément de parts de marché est faible (moins de [5-10] %) et sur les zones de Toulouse Desbals, Colomiers et Ramonville la nouvelle entité ne sera pas le leader du marché.
23. Sur la zone de Lannemezan, les parties détiendront une part de marché de [20-30] % à l'issue de l'opération mais devront faire face à la concurrence d'Intermarché ([20-30] % de parts de marché), Carrefour ([20-30] % des parts de marché), Aldi ([10-20] % de parts de marché) et Lidl ([10-20] % de parts de marché).
24. Sur la zone d'Eauze, les parties détiendront une part de marché de [30-40] % à l'issue de l'opération mais devront faire face à la concurrence du leader du marché, Leclerc ([50-60] % de parts de marché), ainsi que de Lidl ([10-20] % de parts de marché).
25. Sur la zone de Montrayal, les parties détiendront une part de marché de [30-40] % à l'issue de l'opération mais devront faire face à la concurrence du groupe Leclerc ([20-30] % de parts de marché), Intermarché ([20-30] % de parts de marché) et Lidl ([10-20] % de parts de marché).
26. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur ces 16 zones de chalandise.

***Sur 3 zones de chalandise la part de marché cumulée des parties sera supérieure à 40 % :***

27. Sur la zone de Castelnaudary, les parties détiendront une part de marché de [50-60] % à l'issue de l'opération avec le magasin Leader Price, objet de l'opération d'une surface de 949 m<sup>2</sup>, un Geant Casino de 2 300m<sup>2</sup> et un SPAR de 440 m<sup>2</sup>. Toutefois, la nouvelle entité fera face à la concurrence du groupe Intermarché ([30-40] % de parts de marché avec deux points de vente de 1 700 et 600 m<sup>2</sup>) et du groupe Lidl ([10-20] % des parts de marché pour un point de vente de 672 m<sup>2</sup>). En outre, il convient de noter que le magasin Intermarché a obtenu l'autorisation de la Commission Départementale d'Aménagement Commercial d'augmenter sa surface de vente de 1 700 m<sup>2</sup> à 3 180 m<sup>2</sup>, lui permettant ainsi de devenir le leader de la zone ([30-40] %) devant le groupe Casino ([30-40] %)

28. Sur la zone de Carbone, les parties détiendront une part de marché de [50-60] % à l'issue de l'opération avec un Leader Price de 812 m<sup>2</sup>, objet de la présente opération et un hyper Casino de 1660 m<sup>2</sup>. Sont également présents sur la zone le groupe Auchan (avec un point de vente de 1 290 m<sup>2</sup> soit [20-30] % de parts de marché) et le groupe Intermarché (avec un point de vente de 600 m<sup>2</sup> soit [10-20] % des parts de marché). Par ailleurs, si l'on étend la zone de chalandise à 20 minutes en voiture, on relève la présence d'un hypermarché Carrefour d'une surface de 2 950 m<sup>2</sup>, de nature à exercer une pression concurrentielle sur les magasins des parties compte tenu de sa taille et sa relative proximité.
29. Sur la zone de Saint André de Cubzac, la part de marché du groupe Casino sera de [60-70] % à l'issue de l'opération avec un Leader Price, objet de l'opération, de 990 m<sup>2</sup> ainsi qu'un Géant Casino de 4 748 m<sup>2</sup>. Sont également présents sur la zone le groupe Intermarché avec un Intermarché de 1 320 m<sup>2</sup> et un Netto de 650 m<sup>2</sup> soit [20-30] % de parts de marché et le groupe Carrefour avec un Champion de 1 000 m<sup>2</sup> soit [10-20] % de parts de marché. Toutefois, et si l'on étend la zone de chalandise à 16/17 minutes de la cible, on relève la présence d'un hypermarché Leclerc d'une surface de 7 950 m<sup>2</sup>, de nature à exercer une pression concurrentielle effective sur les magasins des parties et portant la part de marché de celles-ci à [30-40] % (Leclerc détenant quant à lui une part de marché de [40-50] %). On notera en outre qu'un Carrefour d'une surface de 9 900 m<sup>2</sup> est également présent à une distance de 19 minutes en voiture de la cible.
30. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les zones de Castelnaudary, Carbone et Saint André de Cubzac.
31. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, auxquels il convient d'ajouter l'influence déterminante exercée sur DSO par RLPI antérieurement à l'opération, celle-ci n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire.

## **B. MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT**

32. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement il convient d'indiquer que les 62 magasins concernés par l'opération représentent, en 2009, moins de [5-10] % du chiffre d'affaires réalisé par le groupe Casino en France sous enseigne Franprix/Leader-Price et moins de [0-5] % du chiffre d'affaires national généré par l'ensemble de l'activité de distribution alimentaire du groupe. L'acquisition de DSO n'est donc pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe Casino, tous produits confondus comme par grands groupes de produits. Le renforcement est d'autant plus mineur que, préalablement à l'opération, les points de vente objets de l'opération notifié s'approvisionnaient déjà quasi exclusivement par l'intermédiaire de la centrale d'achat Distribution Leader Price, filiale du groupe Casino.
33. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché amont.

**DECIDE**

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 10-0222 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

---

© Autorité de la concurrence