

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 12-DCC-99 du 24 juillet 2012
relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Village
Center par la société de gestion 21 Centrale Partners**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 21 juin 2012, relatif à la prise de contrôle exclusif des activités d'hôtellerie de plein air du groupe Village Center par la société de gestion 21 Centrale Partners, par l'intermédiaire de la société Topco spécialement créée à cet effet, et formalisée par un protocole d'accord signé le 20 juillet 2012 entre le Groupe Proméo et 21 Centrale Partners ;

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 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. **21 Centrale Partners** est une société de gestion de portefeuille qui réalise, via ses fonds communs de placement à risques (ci-après « FCPR »), FCPR 21 Centrale Partners IV et FCPR 21 Centrale Partners IV AV, des investissements dans divers secteurs d'activité.
2. Elle exerce notamment un contrôle exclusif sur les sociétés Vacances Directes et Palavas, actives dans le secteur de l'hôtellerie de plein-air. Vacances Directes exploite quatre campings en propre en France, essentiellement des emplacements locatifs équipés de mobil-homes lui appartenant ainsi que [...] emplacements résidentiels situés dans le camping Le Domaine de Kermario en Bretagne. Elle loue également des emplacements dans 117 campings dits « partenaires »¹. Palavas exploite un camping, comportant essentiellement des passages

¹ Il s'agit de campings d'une capacité d'environ 300 emplacements au sein desquels Vacances Directes dispose d'environ 10% des emplacements équipés ou « locatifs » sur lesquels, elle a placé ses propres mobiles homes. Les campings partenaires sont essentiellement des campings indépendants mais 36 d'entre eux appartiennent à des chaînes de franchises ou à des groupes intégrés, dont trois campings Village Center (les Vignes, ACM Montalivet (naturistes) et Eurolac). Vacances Directes ne conclue aucune exclusivité avec les campings partenaires.

équipés (ou « locatifs ») où sont implantés des mobil-homes destinés à être loués à des vacanciers, à la semaine ou à la nuitée, et environ 30 emplacements dits « nus ».

3. **Village Center** est une société par actions simplifiée active dans le secteur de l'hôtellerie de plein-air actuellement détenue à 100 % par le groupe Promeo. Elle exploite 33 campings en France et loue des emplacements dans des campings partenaires dont deux en France et sept en Espagne et en Italie. Elle exerce également une activité de vente aux particuliers de mobile-homes résidentiels, d'occasion le plus souvent, sur les campings exploités par Village Center Loisirs et exploite un site Internet de vente d'accessoires pour mobil-homes.
4. En vertu du protocole d'accord signé le 20 juillet 2012 entre le Groupe Proméo et 21 Centrale Partners (21 CP), l'opération notifiée consiste en l'acquisition par 21 Centrale Partners de 54,11 % du capital de la société Topco, au sein de laquelle seront regroupées les activités d'hôtellerie de plein-air du groupe Village Center et les participations actuellement détenues par 21 Centrale Partners dans le secteur de l'hôtellerie de plein air. Le groupe Promeo détiendra une participation de 43,35 % du capital de la société Topco sans être toutefois en mesure d'exercer une influence déterminante. En effet, la société Topco sera composée de deux organes de direction : le directoire chargé de la gestion quotidienne de la société et le comité de surveillance qui assure le contrôle des décisions de gestion prises par le directoire. Ces organes sont contrôlés par 21 Centrale Partners. 21 Centrale Partners disposera de la majorité simple en assemblée générale ordinaire, organe compétent pour nommer les membres du comité de surveillance. Le comité de surveillance sera composée de 5 membres, dont 3 sont désignés par 21 Centrale Partners et 2 par Promeo. Les décisions étant prises à la majorité simple, 21 Centrale Partners disposera de la majorité des droits de vote au comité de surveillance. Le directoire sera composé de 6 membres, dont 3 nommés par 21 Centrale Partners, étant précisé que, d'une part, les trois premiers membres du directoire nommés par 21 Centrale Partners exercent des fonctions de direction au sein de Vacances Directes et d'autre part, 21 Centrale Partners dispose de la majorité simple au comité de surveillance lui permettant de désigner ou de révoquer *ad nutum* les 6 membres du directoire, y compris son président.
5. En ce qu'elle se traduit par l'acquisition par 21 Centrale Partners du contrôle exclusif de Village Center, l'opération notifiée est une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (21 Partners : [...] d'euros pour l'exercice 2011 ; les actifs du groupe Village Center : [...] d'euros pour le même exercice). Deux au moins de ces entreprises réalisent en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (21 Partners : [...] d'euros pour l'exercice clos en 2011 ; les actifs du groupe Village Center : [...] d'euros pour le même exercice). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatives à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

7. Les parties sont actives dans le secteur de l'hôtellerie de plein-air. Elles exploitent des emplacements nus ou équipés de mobil-homes dans les campings dont elles sont propriétaires ou dans les emplacements qu'elles louent dans des campings partenaires. Elles vendent également des mobil-homes, essentiellement d'occasion, destinés à être installés dans les 33 campings de Village Center et dans le camping de Bretagne de Vacances Directes. Toutefois, compte tenu du caractère marginal du chevauchement et de cette activité, ce marché ne sera pas analysé. Village Center exerce également des activités de référencement et d'achat groupé de fournitures pour campings ainsi que de vente de titres de séjours pour des séjours dans des campings en Europe. Cependant, comme l'opération notifiée ne concerne que l'acquisition de cinq campings, tout risque d'atteinte à la concurrence par d'éventuels effets verticaux peut être écarté. En effet, la nouvelle entité détiendra 38 campings sous gestion propre, dont 19 en pleine propriété², sur un total de 7 451 campings classés en 2011 en France, et sur un total de 29 102 campings en Europe.

A. LES MARCHÉS DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN-AIR

8. En l'absence de pratique décisionnelle relative au secteur de l'hôtellerie de plein air, l'analyse des marchés pertinents peut être menée de manière analogue à la pratique décisionnelle relative aux secteurs de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de tourisme. Dans ce secteur, la pratique décisionnelle³ a envisagée plusieurs segmentations en fonction du prix et du degré de confort, sur la base du classement ou du nombre d'étoiles des établissements. Dans le secteur de l'hébergement de vacances, la pratique décisionnelle a identifié un marché pertinent de la location d'appartements au sein de « résidences de meublés homogènes » comprenant les résidences de tourisme ainsi que les locations qui leurs sont assimilées. Une segmentation de ce marché selon le mode de commercialisation a également été envisagée⁴.
9. S'agissant de l'hôtellerie de plein-air, la partie notifiante a examiné la pertinence de plusieurs segmentations selon le type d'emplacements ainsi que selon la gamme, le mode d'exploitation et la nature des campings. A cet égard, l'étude Xerfi mentionne que le secteur de l'hôtellerie de plein air a connu de profondes mutations qui ont conduit à une importante diversification de l'offre : « *Premier mode d'hébergement touristique marchand en termes de nuitées, l'hôtellerie de plein air bénéficie des mutations profondes du comportement touristique des ménages français. Dans un contexte de modification de leur temps de travail, de morosité économique et de montée en puissance des préoccupations écologiques, les vacanciers privilégient aujourd'hui des séjours de proximité. Ils apprécient les vacances conviviales, en famille, et sont devenus très friands des offres « tous compris » incluant l'hébergement et*

² Vacances Directes possède cinq campings et loue [...] emplacements de campings dans des campings partenaires, lesquels restent parfaitement indépendant dans leur politique d'approvisionnement ainsi que dans leur politique commerciale.

³ Voir les décisions C2007-90/Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi du 27 août 2007, au conseil de la société Blackstone, relative à une concentration dans le secteur de l'hôtellerie, publiée au BOCCRF n° 8 bis du 26 octobre 2007, C2007-63/Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi du 29 mai 2007, aux conseils du Fonds d'investissement Withehall 2005 relative à une concentration dans le secteur de l'hôtellerie, publiée au BOCCRF n° 6 bis du 28 juin 2007,

⁴ Voir les décisions du ministre Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie en date du 24 novembre 2001, aux conseils de la société Pierre & Vacances relative à une concentration dans le secteur de l'hébergement touristique, publiée au BOCCRF n° 7 du 26 avril 2002 et C2006-17 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 17 mai 2006, aux conseils des sociétés caisse des Dépôts et Consignations et Finama, relative à une concentration dans le secteur des résidences de tourisme, publiée au BOCCRF n°7 bis du 15 septembre 2006.

l'accès aux installations et équipements, notamment lorsqu'elles permettent de s'immerger dans la nature. Du fait de ces évolutions et de l'essor de l'offre locative des exploitants de campings (mobil-homes, bungalows, etc.), l'hôtellerie de plein air attire aujourd'hui une frange de clients qui n'aurait pas forcément franchi le pas des campings, rebutée jusque-là par l'hébergement en tente. Autrefois considéré comme une solution de repli pour une partie de sa clientèle, celle qui était désireuse de partir avant tout en vacances à moindre frais, les campings s'imposent aujourd'hui comme un véritable mode d'hébergement de choix⁵. »

10. Une première segmentation peut être opérée entre l'exploitation d'emplacements de passage (emplacements équipés ou non, destinés à la location auprès d'une clientèle touristique) et l'exploitation d'emplacements résidentiels (location longue durée sur des emplacements sur lesquels sont installés des mobile-homes dit « propriétaires », c'est-à-dire appartenant à leur occupant).
11. Le marché de l'exploitation d'emplacements de passage, peut être segmenté entre les emplacements nus, destinés à accueillir des tentes et des caravanes, et les emplacements dits locatifs, c'est-à-dire équipés d'un hébergement léger du type mobil-home, chalet, bungalow et autres habitations légères de loisirs (ci-après « HLL »). En effet, selon l'étude Xerfi⁶, il existe des différences significatives entre ces deux types d'emplacements de passages. Ainsi, les emplacements locatifs présentent un niveau de confort, une croissance numérique, un taux d'occupation, une durée de la saison touristique et des tarifs nettement supérieurs à ceux des emplacements nus. La partie notifiante considère qu'une sous-segmentation entre les mobil-homes et les HLL n'est pas pertinente pour l'analyse des effets de la présente opération⁷. En effet, au regard de l'usage des vacanciers, ils offrent le même niveau de confort et servent également de logement saisonniers.
12. Le marché de l'exploitation d'emplacements de passage peut également être segmenté en fonction du prix et du degré de confort sur la base du classement réglementaire d'une à cinq étoiles⁸. La partie notifiante considère que la segmentation serait pertinente entre les emplacements dans les campings bas de gamme d'une et deux étoiles et les emplacements dans les campings haut de gamme de trois, quatre et cinq étoiles. Le critère de segmentation serait essentiellement la surface de l'emplacement, d'autres critères tels que l'accès à une piscine ou la qualité des mobil-homes n'étant pas pris en compte.
13. Enfin, le marché de l'exploitation d'emplacements de passage peut être segmenté en fonction de la nature de camping entre les campings « textiles » et les campings naturistes, ces modes d'hébergement n'étant pas substituables.
14. S'agissant d'une éventuelle segmentation en fonction du mode d'exploitation entre indépendants et réseaux de campings, celle-ci apparaît peu pertinente compte tenu du faible développement des réseaux. En effet, les réseaux de camping ne représentent que 8 % environ des campings contre 92 % de campings indépendants.

⁵ Xerfi, *L'hôtellerie de plein air*, page 19.

⁶ Étude Xerfi, *L'hôtellerie de plein-air en France*, Novembre 2011.

⁷ Cette segmentation a été envisagée pour l'analyse des effets d'une concentration dans les secteurs de la construction et de la commercialisation de mobil-homes, voir à cet égard la décision C2006-107 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 5 mars 2007, aux conseils du groupe Bénéteau SA, relative à une concentration dans le secteur des résidences de loisirs, publiée au BOCCRF n° 4 bis du 27 avril 2007.

⁸ La catégorie 5 étoiles résulte d'une modification de la réglementation applicable en date du 6 juillet 2010 (arrêté du 6 juillet 2010 fixant les normes et la procédure de classement des terrains de campings). Le classement est désormais volontaire, valable pendant cinq ans et les exploitant ont jusqu'au 22 juillet 2012 pour s'y conformer.

15. En l'espèce, il n'y a pas lieu de se prononcer définitivement sur ces différentes segmentations, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant identiques quelles que soient les délimitations retenues.

B. LA DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE DES MARCHÉS DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN-AIR

16. La pratique décisionnelle⁹ a considéré que le marché de l'hôtellerie pouvait être analysé à la fois au niveau national et au niveau local en précisant d'une part, que les conditions de concurrence entre chaînes d'hôtels sont homogènes au niveau national et d'autre part, qu'il existe une concurrence au niveau local entre tous les types d'hôtels (chaînes et indépendants), le critère de choix principal étant la localisation de l'établissement.
17. S'agissant du secteur de l'hôtellerie de tourisme, la pratique décisionnelle¹⁰ a examiné le marché des résidences de meublés homogènes au niveau local : « *La concurrence entre les résidences s'exerce essentiellement au niveau local. La clientèle détermine en effet sa demande en fonction de la localisation géographique de la résidence et des effets attendus de ce choix : montagne/alpinisme/ski/randonnées ; mer/bain/soleil ; milieu urbain/activités culturelles. S'agissant de l'échelon local, il apparaît que le périmètre le plus adapté est celui des grandes régions touristique suivantes : les Alpes, les côtes méditerranéenne et atlantique et le milieu urbain. Cependant, au sein même de ces grandes régions touristiques, il convient d'effectuer des sous-segmentations afin de tenir compte de conditions de concurrence très différentes.* »
18. En l'espèce, en l'absence de développement des réseaux de camping, (groupes intégrés ou chaînes d'indépendants) les conditions de concurrence doivent être analysées au niveau local, le critère principal de choix du client étant la localisation de l'établissement.
19. Les parties ont présenté leurs parts de marché à deux niveaux : les grandes zones touristiques et des zones de 10 kilomètres autour des campings cibles.
20. En l'espèce, la définition précise des marchés pertinents sera laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle resteront inchangées.

III. Analyse concurrentielle

A. LE MARCHÉ DES EMPLACEMENTS RÉSIDENTIELS EN CAMPING

21. Sur le marché des emplacements résidentiels en camping, la nouvelle entité aura une part de marché estimée à [0-5] % en Bretagne, seule grande région touristique où les activités des parties se chevauchent. Les parties resteront confrontées à la concurrence de Siblu, leader du marché avec environ 8 000 emplacements propriétaires, soit environ deux fois plus que Village Center.

⁹ Voir les décisions C2007-90 et C2007-63 précitées.

¹⁰ Voir les décisions du ministre « Pierre & Vacances ».

22. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur l'éventuel segment du marché des emplacements résidentiels en campings.

B. LES MARCHÉS DE L'EXPLOITATION D'EMPLACEMENTS DE PASSAGE EN CAMPING

23. Sur le marché de l'exploitation d'emplacements de passage en camping, la nouvelle entité aura une part de marché qui n'excédera pas de [0-5] % au niveau national quelque soit la segmentation retenue. Au niveau local, l'opération n'entraîne de chevauchement d'activité direct qu'en Bretagne. Cependant, comme Vacances Directes loue des emplacements à des campings pour les exploiter, une analyse locale sera effectuée.
24. **Au niveau des grandes zones touristiques**, la nouvelle entité aura des parts de marché, sur chacune des segmentations envisagées, inférieure à 5 % sur les zones du littoral breton, du littoral atlantique nord, de la côte d'azur, de la Provence-Arrière Pays, du Massif des Alpes.
25. Elle détiendra ses parts de marché les plus importantes sur le segment des équipements locatifs sur les grandes zones touristiques du littoral atlantique sud ([10-20] %), du littoral Languedoc Roussillon ([10-20] %), des Bouches-du-Rhône ([10-20] %), d'Alsace ([5-10] %), de Midi-Pyrénées ([5-10] %), de Corse ([5-10] %), du Centre ([5-10] %) et d'Aquitaine Est ([5-10] %).
26. **Sur la zone locale de La Baie de la Baule – Presqu'île de Guérande**, Village Center possède le Camping Le Bois d'Amour à La Baule-Escoublac (trois étoiles), lequel compte 206 emplacements, dont 199 de passage (158 nus et 41 équipés). Les groupes Campéole et Vacances Crusoé y louent chacun [...] emplacements.
27. Vacances Directes ne détient pas de campings sur cette zone mais loue des emplacements qu'elle a équipé de mobile-homes sur les campings Les Ajoncs d'Or à la Baule-Escoublac (trois étoiles) et Domaine De Leveno à Guérande (trois étoiles) (respectivement [...] et [...] emplacements sur les 200 et 162 emplacements de passage que comptent ces campings).
28. La nouvelle entité représentera [5-10] % du nombre d'emplacements de passage total et [10-20] % du nombre d'emplacements de passages sur des campings haut de gamme¹¹.
29. **Sur la zone des Commune d'Agde et Cap d'Agde**, Village Center possède le Camping Les 7 Fonts à Agde (deux étoiles), lequel compte 280 emplacements, dont 214 de passage (68 nus et 146 équipés). Les groupes Campéole, Vacances Crusoé et Mistercamp y louent respectivement [...], [...] et [...] emplacements.
30. Vacances Directes ne détient pas de campings sur cette zone mais loue [...] emplacements qu'elle a équipé de mobile-homes sur le camping Le Cap Agathois à Agde (trois étoiles et 92 emplacements de passage).
31. La nouvelle entité représentera [5-10] % du nombre d'emplacements de passage total. Si l'on distingue par gamme de campings, il n'y a pas de chevauchement d'activité, Village Center étant présent sur le bas de gamme alors de Vacances Directes est sur le haut de gamme.
32. **Sur la zone de la Vallée du Verdon**, Village Center possède le camping Le Coteau de la Marine à Montagnac-Montpezat (quatre étoiles et label « Camping Qualité »), lequel compte 246 emplacements, dont 189 de passage (52 nus et 137 équipés). Les Groupe Ofalys/Vitalys, Vacances Crusoé, Mistercamp et Sud Vacances y louent respectivement [...], [...], [...] et

¹¹ Les parties à l'opération ne sont pas présentes sur le segment des emplacements de camping de bas de gamme sur cette zone.

- [...] emplacements. Village Center possède également le camping Les Près de Verdon à Quison (deux étoiles), lequel compte 199 emplacements, dont 187 de passage (98 nus et 89 équipés). Les Groupe Campéole, Vacances Crusoé et Mistercamp y louent respectivement [...], [...] et [...] emplacements.
33. Vacances Directes ne détient pas de campings sur cette zone mais loue [...] emplacements qu'elle a équipés de mobile-homes sur le camping La Farigoulette à Saint Laurent du Verdon (quatre étoiles, 193 emplacements de passage).
34. La nouvelle entité représentera [10-20] % du nombre d'emplacements de passage total, et [20-30] % du nombre d'emplacements de camping de haut de gamme. Sur le segment bas de gamme, seul Village Center est présent. La nouvelle entité restera confrontée à la concurrence de nombreux opérateurs, et notamment d'établissements de gamme équivalente tels que Saint Jean (trois étoiles, label « camping Qualité », 112 emplacements nus et 13 emplacements équipés) et Le Soleil (quatre étoiles, 88 emplacements nus et 12 emplacements équipés).
35. **Sur la zone de La Pointe du Médoc**, Village Center possède le camping Atlantic Club Montalivet à Vendays-Montalivet (cinq étoiles), lequel compte 407 emplacements¹². Les Groupe Vacances Krusoé, Mistercamp, Sud Vacances et Travel Horizon y louent respectivement [...], [...], [...] et [...] emplacements.
36. Vacances Directes ne détient pas de campings sur cette zone mais loue [...] emplacements au camping Atlantic Club de Village Center. Elle loue également respectivement [...] et [...] emplacements qu'elle a équipés de mobile-homes sur les campings Sandaya Soulac Plage (trois étoiles, 526 emplacements) et Le Palace (trois étoiles, 285 emplacements de passage) situés à Soulac sur Mer.
37. La nouvelle entité représentera [10-20] % du nombre d'emplacements de passage total¹³ et [20-30] % du nombre d'emplacements de passages sur les campings haut de gamme¹⁴. Elle restera confrontée à la concurrence de nombreux opérateurs tels que Les Lacs à Soulac-sur-Mer (cinq étoiles, label « Camping Qualité », 164 emplacements nus et 64 emplacements équipés), Le Royannais (trois étoiles, 135 emplacements nus et 35 emplacements équipés) et La Pointe du Médoc (quatre étoiles, 131 emplacements nus et 129 emplacements équipés), tous deux situés à Le Verdon sur Mer.
38. **Sur la zone du Nord du Pays de Born**, Village Center possède le camping Aurilandes à Aureilhan (deux étoiles), lequel compte 442 emplacements, dont 419 de passage (263 nus et 156 équipés). Les Groupe Campéole et Couleur Vacances y louent respectivement [...] et [...] emplacements. Village Center possède aussi le camping Eurolac à Aureilhan (trois étoiles, label « camping Qualité », lequel compte 560 emplacements, dont 351 de passage (168 nus et 183 équipés). Les Groupe Odalys/Vitalis, Vacances Krusoé, Mistercamp, Sud Vacances et Octopode y louent respectivement [...], [...], [...], [...] et [...] emplacements.
39. Vacances Directes ne détient pas de campings sur cette zone mais loue [...] emplacements au camping Eurolac de Village Center. Elle loue également [...] emplacements qu'elle a équipés de mobile-homes sur le camping Ressort la Rive à Biscarosse (cinq étoiles, 809 emplacements de passage).

¹² A ce jour, seuls [...] emplacements sont exploités. Le nombre total d'emplacements autorisés est de 900 emplacements. Le solde des emplacements sera exploité à partir de novembre 2012.

¹³ Sur cette zone, Village Center a racheté en 2011 le camping naturiste CHM Montalivet (854 emplacements de passage), non pris en compte dans cette part de marché.

¹⁴ Il n'y a pas de chevauchement d'activité entre les parties à l'opération si l'on exclut les campings naturistes de l'analyse du marché.

40. La nouvelle entité représentera [5-10] % du nombre d'emplacements de passage total et [5-10] % du nombre d'emplacements de passages sur les campings haut de gamme. Sur le segment bas de gamme, seul Village Center est présent.
41. **Sur la zone du Sud du Pays de Born**, Village Center possède le camping Les Vignes à Lit-et-Mixe (quatre étoiles), lequel compte 524 emplacements, dont 453 de passage (66 nus et 387 équipés). Les Groupe Odalys/Vitalis, Vacances Krusoé, Mistercamp, Sud Vacances, Octopode, Plein Air Vacances et Voyages Loisirs y louent respectivement [...], [...], [...], [...], [...], [...] et [...] emplacements.
42. Vacances Directes ne détient pas de campings sur cette zone mais loue [...] emplacements au camping Les Vignes de Village Center. Elle loue également [...] emplacements qu'elle a équipés de mobile-homes sur le camping Tropical Sen Yan à Mézos (cinq étoiles, 375 emplacements tous types confondus).
43. La nouvelle entité représentera [10-20] % du nombre d'emplacements de passage total et [10-20] % du nombre d'emplacements de passages sur les campings haut de gamme. Elle restera confrontée à la concurrence de nombreux opérateurs tels que l'Univers (quatre étoiles, 104 emplacements nus et 135 équipés) et le Camping municipal du Cap de l'Homy à Lit-et-Mixte (trois étoiles, 459 emplacements nus et 15 équipés), Lous Seurrots à Saint Julien en Born (quatre étoiles, 277 emplacements nus et 314 équipés), et Le Tatiou (trois étoiles, 275 emplacements nus et 220 équipés) à Biais.
44. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux quelles que soient les éventuelles segmentations envisagées et quel que soit le niveau géographique d'analyse.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 12-103 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre