

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 14-DCC-11 du 28 janvier 2014
relative à la prise de contrôle par la société Franprix Leader Price
Holding de 47 magasins de commerce de détail à dominante
alimentaire Le Mutant et de 22 fonds de commerce de boucherie**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 11 décembre 2013, relatif à la prise de contrôle de 47 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire et de 22 fonds de commerce de boucherie par la société Franprix Leader Price Holding (« FLPH »), formalisée par un protocole d'accord conclu le 25 octobre 2013 ;

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 engagements présentés le 14 janvier 2014 par la partie notifiante ;

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. La société Franprix Leader Price Holding (ci-après « FLPH ») est une filiale du groupe Casino Guichard Perrachon (ci-après « Casino »), dont le principal objet est la prise de participation dans des sociétés exploitant des magasins sous les enseignes Franprix et Leader Price. Le groupe Casino, troisième acteur français du secteur de la distribution à dominante alimentaire, gère un parc de plus de 12 000 magasins dans le monde (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, magasins discompteurs) sous les enseignes notamment Géant Casino, Franprix, Casino Supermarché, Petit Casino, Casino Shop, Casino Shopping, Spar, Vival, Monoprix et Leader Price. Il est également présent dans le secteur de la distribution sur internet de produits non alimentaires avec l'enseigne Cdiscount. Le groupe Casino est contrôlé par la société Euris, elle-même contrôlée par M. Jean-Charles Naouri.

2. Les cibles, soit 47 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire¹ exploités sous enseigne « Le Mutant » et 22 fonds de commerce de boucherie exploités sous enseigne « Rosbif »², sont actuellement contrôlées par les Coopérateurs de Normandie-Picardie, coopérative régionale active dans l'ouest de la France.
3. L'opération, formalisée par un protocole d'accord du 25 octobre 2013, consiste en la cession par la coopérative Les Coopérateurs de Normandie-Picardie à FLPH des fonds de commerce de 47 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire et de 22 boucheries, ainsi que des murs de douze des magasins cédés³. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de 47 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire et de 22 fonds de commerce de boucherie par la société FLPH, l'opération constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
4. Les entreprises concernées exploitent 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 : 41,9 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2012 ; les fonds de commerce cibles : [...] d'euros pour le même exercice). Elles réalisent en France, dans le secteur du commerce de détail, un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (groupe Casino : 18,4 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2012 ; les fonds de commerce cibles : [...] 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 II 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

5. Les 22 fonds de commerce de boucherie sont tous situés à l'intérieur des supermarchés cibles. Seuls trois de ces fonds de commerce de boucherie disposent d'une surface de vente particulière (d'une surface de découpe et de vente), la vente des produits des 19 autres s'effectuant via des linéaires réfrigérés au sein des supermarchés « Le Mutant ». En tout état de cause, l'offre des 22 fonds de commerce de boucherie doit être considérée comme partie intégrante de celle des supermarchés acquis et ne fera pas l'objet d'une analyse concurrentielle spécifique dans le cadre de la présente décision.

¹ Ces magasins de commerce de détail à dominante alimentaire sont situés à Cavignac (33), Izon (33), Pessac (33), Labouheyre (40), Beaumont-de-Lomagne (82), Chasseneuil-sur-Bonnieure (16), Miramont-de-Guyenne (47), Castelsarrasin (82), Aiguillon (47), Artix (64), Bassens (33), Beguey (33), Biganos (33), Boucau (64), Caussade (82), Chateaubriant (44), Condom (32), Couloumeix-Chamiers (24), Gradignan (33), Jarnac (16), La Roche Chalais (24), La Suze-sur-Sarthe (72), Lanton (33), Le Mans (72), Le Vernet (31), Ludon Médoc (33), Marmande (47), Mérignac (33), Mimizan (40), Mirambeau (17), Mirebeau (86), Mortagne-au-Perche (61), Nègrepelisse (82), Pons (17), Pont L'Abbé d'Arnoult (17), Renazé (53), Retiers (35), Saint-Pierre-du-Mont (40), Solesmes (72), Saint Médard en Jalles (33), Saint-Rémy-sur-Avre (28), Terrasson-Lavilledieu (24), Tonneins (47), Toulence (33), Toulouse (31), Villemur-sur-Tarn (31) et Villeneuve-sur-Lot (47).

² Les magasins-cibles à l'intérieur desquels se trouve un fonds de commerce de boucherie exploité sous enseigne Rosbif sont les points de vente situés à Aiguillon (47), Artix (64), Bassens (33), Beguey (33), Castelsarrasin (82), Caussade (82), Cavignac (33), Chateaubriant (44), Gradignan (33), La Roche Chalais (24), Lanton (33), Le Mans (72), Ludon Médoc (33), Marmande (47), Pons (17), Pont L'Abbé d'Arnoult (17), Saint Médard-en-Jalles (33), Terrasson Lavilledieu (24), Tonneins (47), Toulence (33), Toulouse (31), Villeneuve-sur-Lot (47)

³ Les magasins dont la propriété des murs sera cédé à FLPH à l'occasion de la présente opération sont situés à Boucau (64), Caussade (82), Cavignac (33), Chasseneuil-sur-Bonnieure (16), La Suze-sur-Sarthe (72), Lanton (33), Mirambeau (17), Nègrepelisse (82), Pons (17), Renazé (53), Retiers (35), et Saint-Rémy-sur-Avre (28).

6. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de la concurrence⁴, deux catégories de marchés peuvent être délimitées⁵ 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 SERVICES

7. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaires que nationales⁶, 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.
8. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente égale ou supérieure à 2 500 m², les supermarchés comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 2 500 m² et supérieure à 400 m² et les supérettes comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente⁷ inférieure à 400 m² et supérieure à 120 m².
9. Les autorités de concurrence considèrent que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories. En effet, si le service rendu globalement par les hypermarchés (diversité des produits, profondeur des gammes, accessibilité, prix bas) est spécifique et n'est rendu par aucune autre forme de commerce, le critère de taille qui détermine, entre les supermarchés et les hypermarchés, l'étendue de l'assortiment des gammes, doit être utilisé dans chaque cas avec précaution, des magasins dont la surface est située à proximité du seuil qui sert à les distinguer (2 500 m²), soit en dessous, soit au-dessus, pouvant se trouver, dans les faits, en concurrence directe. Sont donc prises en considération les conditions dans lesquelles le marché fonctionne effectivement, notamment le fait que, dans un certain nombre de configurations géographiques, un hypermarché peut être habituellement utilisé par certains consommateurs comme un magasin de proximité, en substitution d'un supermarché. En revanche, la réciproque n'est presque jamais vérifiée et l'est d'autant moins que la taille de l'hypermarché en question est importante. En conséquence, l'analyse est effectuée⁸ sur un marché

⁴ 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 et notamment la décision n°12-DCC-48 du 6 avril 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sofides par la société ITM Entreprises.

⁵ Voir notamment les 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.

⁶ Voir notamment les décisions du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie dans le secteur : 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.

⁷ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-112 du 3 août 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société SNC Schlecker par la société Système U Centrale Régionale Sud.

⁸ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-48 du 6 avril 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sofides par la société ITM Entreprises, n° 12-DCC-63 du 9 mai 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Guyenne et

comprenant uniquement les hypermarchés et un marché comprenant les supermarchés et les formes de commerce équivalentes (hypermarchés, hard discount et magasins populaires) hormis le petit commerce de détail (moins de 400 m²).

10. En l'espèce, les 47 points de vente exploités sous enseigne Le Mutant sont des magasins à dominante alimentaire d'une surface comprise entre 445 et 998 m². Ils entrent donc dans la catégorie des supermarchés.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

11. Il ressort de la pratique décisionnelle⁹ que les conditions de la concurrence relatives aux supermarchés et hypermarchés s'apprécient sur deux zones différentes selon la taille des magasins :
 - un 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 ;
 - un second 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.
12. L'Autorité rappelle toutefois de façon constante que ces délimitations sont susceptibles d'évoluer au cas par cas, en fonction des caractéristiques de la zone locale. L'attractivité de magasins de même format peut varier selon la densité et la qualité de l'équipement commercial d'une zone. Les caractéristiques socio-économiques de la zone concernée (densité de la population, activité économique, géographie, état du réseau routier) peuvent également conduire à affiner, au cas d'espèce, les délimitations usuelles présentées ci-dessus.
13. Au cas d'espèce, comme les magasins exploités par les parties entrent dans la catégorie des supermarchés, les marchés concernés sont des zones de chalandise définies en tenant compte d'un trajet en voiture d'une durée de 15 minutes à partir des 47 magasins concernés.

B. MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

14. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne¹⁰ a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales¹¹.

Gascogne SA par la société Carrefour SA, et n°13-DCC-90 du 11 juillet 2013, relative à la prise de contrôle exclusif de la société Monoprix par la société Casino Guichard-Perrachon.

⁹ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-04 du 28 janvier 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Mafical par la société ITM Alimentaire Région parisienne ; la 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 ; la décision n°11-DCC-45 du 18 mars 2011 relative à la prise de contrôle exclusif du fonds de commerce de l'hypermarché Cora Desmarais par la société Sodex Desmarais, et la décision n°12-DCC-63 précitée.

¹⁰ Voir les décisions de la Commission COMP / M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000, COMP / M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000.

¹¹ 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, ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence n°13-DCC-90 précitée.

15. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

A. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

16. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, les achats de l'ensemble du groupe Casino ont représenté en 2012 environ [...] d'euros, soit [10-20] % du marché global de l'approvisionnement. La part des achats du groupe Casino est inférieure à [10-20] % quelle que soit la catégorie de produit prise en compte. Il convient d'indiquer que le montant cumulé des achats effectués par les 47 magasins concernés par l'opération s'élève à [...] d'euros, soit moins de [0-5] % du montant des achats effectués en France sur le marché amont de l'approvisionnement. La part des achats cumulés de ces 47 magasins-cibles sur chacun des marchés définis par catégorie de produits par la pratique décisionnelle est inférieure à [0-5] %. L'opération n'est donc pas susceptible de renforcer la puissance d'achat du groupe Casino sur les marchés amont de l'approvisionnement, quelle que soit la segmentation de marché retenue.

B. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE DÉTAIL À DOMINANTE ALIMENTAIRE

17. L'opération emporte un chevauchement d'activités entre les magasins cibles et d'autres magasins détenus par le groupe Casino dans 28 zones de chalandise de 15 minutes définies autour des supermarchés cibles¹².
18. Sur 24 d'entre elles¹³, la part de marché cumulée des parties restera inférieure à 35 % à l'issue de l'opération. Dans ces zones, les parties resteront confrontées à la concurrence d'au moins trois groupes de distribution concurrents, à l'exception de la zone de Miramont de Guyenne (47), dans laquelle ne sont présents que deux groupes de distribution concurrents. Toutefois dans cette dernière zone, le groupe Casino ne détiendra que [20-30] % de parts de marché. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence dans les zones de chalandise précitées.
19. La part de marché cumulée des magasins cibles et de ceux du groupe Casino est supérieure à **35** % dans les zones de Cavignac (33), Izon (33), Labouheyre (40) et Beaumont-de-Lomagne (82), qui font l'objet d'une analyse détaillée ci-dessous.

¹² Cavignac (33), Izon (33), Pessac (33), Labouheyre (40), Beaumont-de-Lomagne (82), Chasseneuil-sur-Bonnieure (16), Miramont-de-Guyenne (47), Castelsarrasin (82), Artix (64), Bassens (33), Biganos (33), Boucau (64), Coulouneix-Chamiers (24), Gradignan (33), Jarnac (16), La Suze-sur-Sarthe (72), Le Mans (72), Le Vernet (31), Marmande (47), Mérignac (33), Pons (17), Saint-Pierre-du-Mont (40), Solesmes (72), Saint-Médard en Jalles (33), Saint-Rémy-sur-Avre (28), Toulouse (33), Toulouse (31) et Villeneuve-sur-Lot (47)

¹³ Chasseneuil-sur-Bonnieure (16), Miramont-de-Guyenne (47), Castelsarrasin (82), Artix (64), Bassens (33), Biganos (33), Boucau (64), Coulouneix-Chamiers (24), Gradignan (33), Jarnac (16), La Suze-sur-Sarthe (72), Le Mans (72), Le Vernet (31), Marmande (47), Mérignac (33), Pons (17), Pessac (33), Saint-Pierre-du-Mont (40), Solesmes (72), Saint-Médard-en-Jalles (33), Saint-Rémy-sur-Avre (28), Toulouse (33), Toulouse (31) et Villeneuve-sur-Lot (47)

Cavignac (33)

20. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés à moins de 15 minutes de trajet en voiture du magasin cible situé à Cavignac, ce dernier (700 m²) représente [0-5] % des surfaces de vente de la zone et le groupe Casino, qui y exploite déjà un hypermarché Géant Casino (7 476 m²) et un magasin Leader Price (990 m²), représente [40-50] % des surfaces de vente de la zone, soit une part de marché cumulée de [40-50] %. Cependant, le groupe Casino restera confronté à la concurrence de quatre magasins Intermarché (qui détiennent une part de marché cumulée de [30-40] %), d'un magasin Super U ([10-20] % de part de marché), un magasin Lidl ([0-5] %) et un magasin Carrefour Contact ([0-5] %), le Super U et le Lidl étant situés à proximité immédiate du magasin cible (une minute en voiture).
21. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur la zone de Cavignac.

Izon (33)

22. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés à moins de 15 minutes de trajet en voiture du magasin cible situé à Izon, ce dernier (650 m²) représente [5-10] % des surfaces de vente de la zone. Le groupe Casino y exploite également un magasin Hyper Casino (2 977 m²), un Leader Price (710 m²) et un Casino (2 000 m²) et regrouperait donc à l'issue de l'opération [50-60] % des surfaces de vente de la zone. Il n'y serait confronté qu'à la concurrence de trois enseignes : un magasin Super U (2 645 m² - [20-30] %), deux magasins Carrefour Contact (887 et 740 m² - [10-20] %) et un magasin Lidl (999 m² - [5-10] %).
23. Les parties considèrent qu'il doit être tenu compte de la concurrence exercée par les hypermarchés situés à moins de vingt minutes en voiture du magasin cible (notamment un hypermarché Leclerc de 11 899 m² situé à Sainte Eulalie). Cependant, le magasin-cible étant un supermarché de petite surface (650 m²), il offre un service de proximité qui n'est qu'imparfaitement substituable à celui d'une grande surface éloignée.
24. De plus, les deux concurrents les plus proches géographiquement du magasin-cible sont deux enseignes du groupe Casino (l'Hyper Casino et le Leader Price) situés à moins de 3 minutes en voiture du magasin cible. En revanche, deux des magasins concurrents pris en compte dans le calcul des parts de marché dans la zone de 15 minutes (le magasin Lidl d'Ambares-et-Lagrave et le magasin Carrefour Contact de Saint-Germain-du-Puch) sont situés en bordure de cette zone.
25. Au regard de ces éléments, l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence sur la zone de chalandise du magasin situé 86, avenue du général de Gaulle à Izon (33). Pour y remédier, la partie notifiante s'est engagée à céder le magasin cible d'Izon. Cet engagement permettra de maintenir les conditions de concurrence préexistant à l'opération.

Labouheyre (40)

26. Dans la zone de chalandise définie en tenant compte d'un trajet maximum de 15 minutes en voiture à partir du magasin cible situé à Labouheyre, ce dernier (522 m²) représente [10-20] % des surfaces de vente de la zone. Le groupe Casino y exploite également un magasin Spar (565 m²), soit une part de marché de [20-30] %. Le groupe Casino disposerait donc à l'issue de l'opération d'une part de marché cumulée de [40-50] % mais ne ferait face qu'à un seul magasin concurrent à l'enseigne Intermarché (1 600 m² - [50-60] %).
27. L'opération, qui se traduit par la création d'un duopole sur la zone, le nombre d'enseignes étant réduit de trois à deux, porte atteinte à la situation de la concurrence sur la zone de

chalandise du magasin situé 40, avenue des Magnolias, à Labouheyre (40). Pour y remédier, la partie notifiante s'est engagée à céder le magasin cible de Labouheyre. Cet engagement permettra de maintenir les conditions de concurrence préexistant à l'opération.

Beaumont-de-Lomagne (82)

28. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés à moins de 15 minutes en voiture du magasin cible situé à Beaumont-de-Lomagne (82), ce dernier (689 m²) représente [10-20] % des surfaces de vente de la zone. Le groupe Casino y exploite également un supermarché (1 917 m²) qui représente [40-50] % des surfaces de vente. Il disposerait donc à l'issue de l'opération d'une part de marché cumulée de [60-70] % et n'aurait pour seul concurrent qu'un magasin Intermarché (1 683 m² - [30-40] %).
29. L'opération, qui se traduit par la création d'un duopole sur la zone, le nombre d'enseignes étant réduit de trois à deux, porte atteinte à la situation de la concurrence sur la zone de chalandise du magasin situé avenue de Quercy à Beaumont-de-Lomagne (82). Pour y remédier, la partie notifiante s'est engagée à céder le magasin cible de Beaumont-de-Lomagne (82). Cet engagement permettra de maintenir les conditions de concurrence préexistant à l'opération.

IV. Engagements proposés

30. Pour remédier aux effets de l'opération sur la concurrence sur les marchés avals du commerce de détail à dominante alimentaire dans les zones de Izon (33), Labouheyre (40) et Beaumont-de-Lomagne (82), le groupe Casino a déposé le 14 janvier 2014 une proposition d'engagements. Le texte de ces engagements, joint en annexe, fait partie intégrante de la présente décision.
31. Les engagements proposés par la partie notifiante consistent en la cession à un ou plusieurs repreneurs viables et indépendants :
 - a. du point de vente sous enseigne Le Mutant de 650 m² situé à Izon (33)
 - b. du point de vente sous enseigne Le Mutant de 522 m² situé à Labouheyre (40)
 - c. du point de vente sous enseigne Le Mutant de 689 m² situé à Beaumont-de-Lomagne (82)
32. De plus, la partie notifiante s'interdit, pendant une durée de 10 ans à compter de la présente décision, d'acquérir une influence directe ou indirecte sur l'un quelconque des magasins.
33. Elle s'engage également à nommer un mandataire indépendant qui aura pour mission de s'assurer de l'exécution satisfaisante par le groupe Casino de ses obligations. Si elle ne trouve pas d'acquéreurs aux trois magasins précités avant [...] ans, un mandataire sera chargé de trouver les acquéreurs aux magasins cédés et de négocier avec eux, pour le compte du groupe Casino, les conditions de la cession. Les acquéreurs devront être indépendants de la partie notifiante. Ils devront posséder les ressources financières et les compétences pour pouvoir préserver et développer de manière viable la capacité des activités cédées à animer la concurrence sur les marchés concernés.
34. Sur les trois zones concernées, ces engagements conduisent à éliminer les recouvrements de parts de marché qui résulteraient de l'opération notifiée. Ils permettent donc de remédier aux risques d'atteinte à la concurrence identifiés.

35. En conséquence, l'Autorité considère que les engagements proposés par la partie notifiante sont suffisants pour éliminer tous doutes sérieux quant aux effets de l'opération sur la concurrence.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 13-225 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence