

Autorité
de la concurrence



Décision n° 15-DCC-66 du 3 juin 2015
relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés NewsCo Group,
PMP Holding, Group Express Roularta et A Nous Paris par la société
Altice IV

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 27 avril 2015, relatif à la prise de contrôle exclusif des sociétés NewsCo Group, PMP Holding, Group Express Roularta et A Nous Paris par la société Altice IV, formalisé par un accord de négociations exclusives et un projet de contrat de cession d'actions du 11 février 2015 ainsi que par deux « term sheets » du 30 avril 2015 ;

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. **Altice IV** est une société anonyme de droit luxembourgeois détenue à 100 % par M. Patrick Drahi. Son objet social consiste en « *la prise de participations, sous quelques formes que ce soit, dans d'autres sociétés luxembourgeoises ou étrangères, ainsi que la détention, la gestion et le développement de ces participations* ». Elle est ultimement et exclusivement contrôlée par M. Patrick Drahi, lequel contrôle également Altice SA dite « groupe Altice »¹ actif dans le secteur des communications électroniques notamment à travers ses filiales Numericable/SFR ; et PT Portugal.

¹ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-160 Décision du 30 octobre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de SFR par le groupe Altice.

2. Les cibles de l'opération sont les sociétés NewsCo Group, PMP Holding, Groupe Express Roularta et A Nous Paris.
3. **NewsCo Group** est une société principalement active dans le secteur de la presse et plus particulièrement de l'édition, de la publication et de l'exploitation de magazines spécialisés ainsi que dans le secteur de l'organisation d'événements et de la communication, détenue à 100 % par la société She Three, elle-même détenue à 100 % par M. Marc Laufer. Elle détient en outre 100 % du capital de la société Holco B.
4. **PMP Holding** est une société qui détient, via la société PMP, une participation contrôlante dans la SARL Libération laquelle édite, publie et exploite le quotidien *Libération*. Elle est contrôlée conjointement par la société Holco B, d'une part, et la société Bruno Ledoux Holding Media (ci-après, « BLHM »), elle-même contrôlée exclusivement par M. Bruno Ledoux, d'autre part. La société BoN Finance, contrôlée exclusivement par M. Patrick Drahi, détient des obligations convertibles en actions de la société Holco B qui ne lui donnent pas cependant à elles seules, et tant qu'elles n'ont pas été effectivement converties, une influence déterminante sur la société Holco B ni, partant, sur la SARL Libération.
5. **Le Groupe Express Roularta** (ci-après, « GER ») est une société dont le capital social est entièrement détenu par la société Roularta Media France (ci-après, « RMF »), elle-même filiale de la société Roularta Media group (ci-après, « RMG »). GER est active, d'une part, dans le secteur de l'édition, de la publication et de l'exploitation de revues et périodiques tels que notamment les magazines *L'Express*, *L'Expansion*, *Côté Maison*, *Point de Vue* et *L'Etudiant* et, d'autre part, dans le secteur de l'organisation d'événements dans le domaine de l'orientation professionnelle sous la marque *L'Etudiant*.
6. RMF contrôle par ailleurs **A Nous Paris**, société active dans le secteur de la presse à travers l'édition, la publication et l'exploitation des magazines gratuits *A Nous Paris*, *A Nous Lille*, *A Nous Lyon* et *A Nous Marseille*.
7. Aux termes du projet de contrat de cession d'actions du 11 février 2015 ainsi que des deux « term sheets » du 30 avril 2015, Altice IV acquerra, par l'intermédiaire des sociétés Altice Media Groupe et Altice Media Groupe France, constituées pour les besoins de l'opération, la majorité du capital des sociétés NewsCo Group, PMP Holding, GER et A Nous Paris. Le solde du capital de ces sociétés sera ultimement détenu par des personnes physiques, leurs participations ne leur conférant toutefois aucune influence déterminante.
8. Comme le précisent les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, « *des opérations multiples constituent une seule et même opération de concentration dès lors qu'elles sont interdépendantes, au sens où une opération n'aurait pas été effectuée sans l'autre* », une telle interdépendance pouvant être constatée dès lors que les accords matérialisant ces opérations sont liés par une conditionnalité réciproque (§63-64). En l'espèce, l'acquisition du contrôle exclusif de NewsCo Group, de PMP Holding, de GER et de A Nous Paris par Altice IV, et ultimement par M. Patrick Drahi, sont des opérations interdépendantes dans la mesure où elles sont juridiquement liées par une conditionnalité réciproque, et où elles seront concomitantes. Par suite, ces opérations constituent une opération de concentration unique².

² Voir les points 60 à 63 des lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, qui se réfèrent aux points 38 et suivants de la communication consolidée de la Commission, qui précisent que « *des opérations multiples constituent une seule et même opération de concentration dès lors qu'elles sont interdépendantes, au sens où une opération n'aurait pas été effectuée sans l'autre* ». Des « opérations peuvent être considérées comme liées entre elles en droit, lorsque les accords eux-mêmes sont liés par une conditionnalité réciproque. Mais il ne peut être exclu que soient pris en compte des éléments démontrant que, sur le plan économique, les opérations ne peuvent se faire l'une sans l'autre ». Ainsi, « le fait que les accords soient conclus simultanément est l'un des éléments essentiels à l'interdépendance ».

9. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif des sociétés NewsCo Group, PMP Holding, GER et A Nous Paris par Altice IV la présente opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
10. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaire hors taxe total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 (M. Patrick Drahi : 13,46 milliards d'euros ; NewsCo Group et PMP Holding : [...] d'euros ; GER et A Nous Paris : [...] d'euros). Chacune de ces entreprises a réalisé en France un chiffre d'affaire supérieur à 50 millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2014 (M. Patrick Drahi : 11,67 milliards d'euros ; NewsCo Group et PMP Holding : [...] d'euros ; GER et A Nous Paris : [...] d'euros). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. 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 relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

11. Les parties à l'opération sont actives dans les secteurs de la presse écrite, de l'exploitation de sites Internet relatifs à leurs titres de presse et de l'organisation d'évènements.

A. LA PRESSE

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

a) La presse écrite

12. Dans le secteur de la presse écrite, la pratique décisionnelle distingue traditionnellement la presse quotidienne nationale (ci-après, « PQN »), la presse quotidienne régionale (ci-après, « PQR »), la presse magazine, la presse gratuite et la presse spécialisée, ainsi que des marchés connexes à ceux de la presse³.
13. Au sein de la presse spécialisée, les autorités de concurrence⁴ distinguent entre la presse spécialisée grand public et la presse spécialisée technique et professionnelle. Concernant la première, elle peut être à vocation nationale ou à vocation locale. De plus, à l'intérieur de ces marchés, différents segments ont été identifiés en fonction du contenu éditorial, de la présentation, de la périodicité, de la politique commerciale et des caractéristiques des lecteurs⁵

³ Voir notamment la décision de la Commission européenne n° COMP/M.3420 du 16 juin 2004, GIMD/Socpresse ; l'avis du Conseil de la concurrence n° 05-A-18 du 11 octobre 2005 relatif à l'acquisition du Pôle Ouest de la société Socpresse et de fonds de commerce de la SEMIF par la société SIPA ; la lettre n° C2007-27 du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi du 28 août 2007, au conseil de la BFCM et de L'Est Républicain, relative à une concentration dans le secteur de l'édition ; les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-72 du 14 décembre 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société EBRA par la Banque Fédérative du Crédit Mutuel et n° 13-DCC-46 du 16 avril 2013 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe Rossel des sociétés du Pôle « Champagne Ardennes Picardie » du groupe Hersant Média par Infopro Digital, n° 14-DCC-76 du 5 juin 2014 relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Le Nouvel Observateur du Monde par la société Le Monde Libre.

⁴ Id.

⁵ Voir notamment la décision n° 13-DCC-150 précitée.

14. Pour chaque type de presse ainsi défini, trois marchés sont traditionnellement distingués : le lectorat, la vente d'espaces publicitaires et les petites annonces.
15. Au cas d'espèce, les parties sont actives sur les marchés du lectorat et de la publicité commerciale, ainsi que de l'exploitation de sites Internet.

Le marché du lectorat

16. Les autorités de concurrence 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).

Marché du lectorat de la PQN

17. En ce qui concerne le marché du lectorat de la PQN, la pratique décisionnelle⁶ a envisagé l'existence de marchés distincts pour les quotidiens d'information générale, les quotidiens économiques et financiers et les quotidiens sportifs dans la mesure où ils répondent à des besoins différents des consommateurs.
18. Au cas d'espèce seule PMP Holding est active sur le marché du lectorat des quotidiens d'information générale via le titre *Libération*.

Marchés du lectorat de la presse magazine

19. En ce qui concerne les marchés du lectorat de la presse magazine, les autorités de concurrence distinguent les hebdomadaires d'actualité politique et générale, les hebdomadaires de télévision, les journaux féminins, les magazines économiques et financiers, les publications spécialisées grand public et les publications spécialisées professionnelles.
20. Au sein des hebdomadaires d'actualité politique et générale, les autorités de concurrence ont retenu les titres suivants⁷ : *Le Figaro Magazine, L'Express, Valeurs Actuelles, Télérama, Paris-Match, Le Nouvel Observateur, Le Point, Pèlerin Magazine, VSD, Marianne, La Vie, Famille Chrétienne, Les Inrockuptibles, M le Magazine du Monde et Courrier International*. Au cas d'espèce GER édite *L'Express*, un hebdomadaire d'actualité politique et générale.
21. Au sein des magazines féminins, une segmentation a été envisagée entre (i) les magazines de mode, (ii) les magazines généralistes, (iii) les magazines de santé et (iv) les magazines de cuisine⁸. Au cas d'espèce GER édite un magazine féminin, *L'Express Styles*, et un magazine de cuisine, *Zeste*, ciblant prioritairement un lectorat féminin.
22. Au sein des magazines économiques et financiers, la Commission européenne a retenu les titres suivants⁹ : *Alternatives économiques, Capital, Challenges, Défis, Enjeux - Les Echos, Entreprendre, L'Entreprise, L'Expansion, Intérêts privés, Investir Hebdo, Investir Magazine, Management, Mieux Vivre Votre Argent, Le Nouvel Economiste, Le Particulier, Le Revenu*

⁶ Décision de la Commission européenne COMP/M.1401-Recoletos/Unidesa du 1er février 1999 ; lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi du 19 décembre 2007 aux conseils du groupe LVMH-Moët Hennessy - Louis Vuitton S.A. relative à une concentration dans le secteur de la presse écrite, p. 4, BOCCRF n° 1bis du 25 janvier 2008) ; décision n° 14-D-02 du 20 février 2014 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la presse d'information sportive.

⁷ Décision de l'Autorité de la concurrence 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.

⁸ Lettres du ministre C2007-33 du 17 février 2007 aux conseils de la société Hachette Filipacchi relative à une concentration dans le secteur de l'édition et C2007-152 du 23 janvier 2008 aux conseils de la société hachette Filipacchi Médias relative à une concentration dans le secteur de la presse.

⁹ Décision de la Commission européenne n° COMP/M3420 précitée.

Hebdo, Le Revenu Mensuel, La Vie financière, Le Journal des Finances, Le Nouvel Economiste et Finances Magazine. La partie notifiante propose d'inclure dans ce marché *Les Echos Patrimoine* et *Option Finance*. Dans la mesure où l'opération ne soulève pas de problème de concurrence sur un marché incluant ces titres, il n'est pas nécessaire de se prononcer sur leur inclusion dans le marché de produits pertinent. Au cas d'espèce, GER édite *L'Expansion* et *Mieux vivre votre argent*, deux magazines économiques.

23. Au sein des publications spécialisées professionnelles, les autorités de concurrence ont envisagé une segmentation plus fine selon les catégories de métiers ou le type d'industries visées¹⁰. Toutefois, la question de la définition exacte de ce marché a été laissée ouverte. Au cas d'espèce, NewsCo Group édite des magazines consacrés au secteur bancaire¹¹ ainsi que des magazines consacrés à différents secteurs professionnels¹².
24. Au sein des publications spécialisées grand public, les autorités de concurrence ont distingué les magazines consacrés à la maison¹³, ceux consacrés à la musique¹⁴ et ceux consacrés à l'informatique¹⁵ :
- s'agissant des magazines consacrés à la maison, les autorités de concurrence ont envisagé une segmentation plus fine de ce marché en distinguant, d'une part, les magazines consacrés à la décoration de la maison et, d'autre part, les magazines consacrés au jardinage ou à la piscine, sans toutefois trancher définitivement cette question¹⁶. Au cas d'espèce, GER édite *Maison Française Magazine* et *Côté Maisons*, deux magazines consacrés à la maison ;
 - s'agissant des magazines consacrés à la musique, les autorités de concurrence, tout en laissant la question ouverte, ont envisagé de distinguer, d'une part, les magazines consacrés aux musiciens et, d'autre part, les magazines consacrés aux mélomanes. Au cas d'espèce, GER édite les magazines *Classica* et *Pianiste* ;
 - s'agissant des magazines consacrés à l'informatique, au cas d'espèce, NewsCo Group édite le magazine grand public *OI Net*. *
25. La partie notifiante propose en outre de compléter la délimitation du marché des publications spécialisées grand public en distinguant, les magazines dits « people »¹⁷ relatifs à l'actualité des personnalités publiques, les magazines consacrés à la culture relatifs notamment à la littérature, au cinéma et à l'art et les magazines consacrés à l'orientation et à la formation. Au

¹⁰ Lettre du ministre C2007-123 précitée.

¹¹ Il s'agit des titres suivants : *Point Banque, Banking in France, Banques des Entreprises, Banque des Particuliers, Banque des Professionnels, Banques Hebdo, l'Observatoire des produits bancaires, Technologies bancaires, Système de Paiement, Assurances des Particuliers, Financement des Particuliers, l'Observatoire des produits d'Assurance et Sécurité Informatique*.

¹² Il s'agit des titres suivants : *IT for Business, Mesures, Electroniques, La Revue des Collectivités locales, Le Pneumatique, Journal des Loisirs Interactifs, Journal des Télécoms et Journal des Accessoires*.

¹³ Lettre du ministre C 2002-94 du 31 décembre 2002 au conseil de la société Socpresse.

¹⁴ Lettre du ministre C2006-86 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 19 septembre 2006, au conseil de la société Roularta Média Group, relative à une concentration dans le secteur de la presse magazine.

¹⁵ Lettre du ministre C2003-173 du 17 avril 2003.

¹⁶ Voir les décisions du ministre C2003-101 *L'Express Expansion / Roularta / Coté Sud Investissement* ; C2006-86 précitée.

¹⁷ L'existence d'un genre de presse dite « people » a été envisagée par la pratique décisionnelle sans qu'un marché n'ait toutefois été délimité (lettre du ministre du 14 octobre 2002 au directeur général de la société editrice du Monde, relative à une concentration dans le secteur de l'édition ; lettre du ministre du 321 décembre 2002 au conseil de la société Socpresse relative à une concentration dans le secteur de la presse écrite ; lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi du 23 janvier 2008, aux conseils de la société Hachette Filipacchi Médias, relative à une concentration dans le secteur de la presse ; Conseil de la concurrence avis n° 09-A-01 du 6 février 2009 relatif à l'acquisition des sociétés du groupe Maury par la société CirclePrinters point 4).

* Rectification d'erreur matérielle.

cas d'espèce GER édite le magazine *Point de vue* qui relèverait de la première catégorie, les magazines *Lire* et *Studio Cinélive* qui relèveraient de la deuxième catégorie et le magazine *L'Etudiant*, qui relèverait de la troisième catégorie.

26. La question de la délimitation exacte de ces marchés peut cependant être laissée ouverte dans la mesure où, quelles que soient les définitions retenues, l'opération n'entraîne aucun chevauchement d'activité.
27. Enfin, au sein des publications spécialisées professionnelles, les autorités de concurrence ont envisagé une segmentation plus fine selon les catégories de métiers ou le type d'industries visées¹⁸. Toutefois, la question de la définition exacte de ce marché a été laissée ouverte et il n'est pas nécessaire de trancher cette question pour l'examen de la présente opération.

Marché du lectorat de la presse gratuite

28. En ce qui concerne le marché du lectorat de la presse gratuite, les autorités de concurrence ont considéré qu'il était pertinent de distinguer la presse gratuite à contenu rédactionnel ou d'information de la presse gratuite d'annonces¹⁹.
29. Au cas d'espèce, A Nous Paris est présente sur le marché de la presse gratuite à contenu rédactionnel ou d'information par le canal de l'édition de l'hebdomadaire *A Nous Paris* et des mensuels *A Nous Lille*, *A Nous Lyon* et *A Nous Marseille*.

Le marché de la publicité commerciale

30. La pratique décisionnelle²⁰ considère qu'en matière de vente d'espaces publicitaires la presse quotidienne n'est pas substituable à la presse magazine dès lors que ces deux types de presse, compte tenu de leur périodicité, ne remplissent pas les mêmes fonctions vis-à-vis des lecteurs.
31. En ce qui concerne la presse magazine, les autorités de concurrence²¹ ont envisagé différentes approches aux fins de délimiter les marchés concernés :
 - la première consiste à considérer que le marché de la vente d'espaces publicitaires peut être déterminé d'une manière similaire au marché du lectorat, notamment dans la mesure où les magazines traitant de la même thématique s'adressent à des lecteurs ayant des caractéristiques socioprofessionnelles proches et permettent aux annonceurs de toucher les mêmes cibles publicitaires ;
 - la deuxième consiste à regrouper l'ensemble des magazines ayant au moins 25 % d'annonceurs en commun avec un magazine de référence. De tels magazines sont considérés comme substituables du point de vue des annonceurs ;

¹⁸ Lettre du ministre C2007-123 précitée.

¹⁹ Avis du Conseil de la concurrence n° 05-A-18, point 23 et n° 07-A-09, point 44 et décision n° 05-D-44 précitée, point 30, lettres du ministre de l'économie C2002-94, C2005-18, C2007-127 et C2007-27, décisions de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-72 du 14 décembre 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société EBRA par la Banque Fédérative du Crédit Mutuel, n° 11-DCC-114 du 12 juillet 2011 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe l'Est Républicain par la Banque Fédérative du Crédit Mutuel, décision n° 13-DCC-46 du 16 avril 2013 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe Rossel des sociétés du pôle « Champagne Ardennes Picardie » du groupe Hersant Média.

²⁰ Voir les décisions de la Commission n° IV/M.665 – CEP/Groupe de la Cité, et COMP/M.3420 GIMD/SOCPRESSE, la lettre du ministre du 31 décembre 2002 dans l'affaire Socpresse/Groupe Express-Expansion et l'avis du Conseil de la concurrence du 06 juillet 1993 dans l'affaire Générale Occidentale – Le Point.

²¹ Voir notamment la décision de la Commission européenne n° COMP/M.3420 précitée et la lettre du ministre n° C2007-123 précitée, la lettre du ministre n° C2007-123 du Ministre de l'économie, des finances et de l'emploi du 19 septembre 2007 aux conseils de la société Apax France ; la décision n° 10-DCC-129 précitée. La décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-76 du 5 juin 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société le Nouvel Observateur du Monde par la société Le Monde Libre.

- la troisième méthode consiste à segmenter le marché en fonction du secteur d'activité des annonceurs²².
32. Au cas d'espèce, l'opération n'emporte aucun chevauchement sur les marchés de la publicité dans la presse quotidienne. Seule PMP Holding est présente sur le marché de la publicité dans la PQN*. Enfin, si l'opération se traduit par le regroupement de plusieurs titres de presse magazine, elle n'entraîne aucun chevauchement sur les différents marchés retenus par la pratique décisionnelle pour ce type de presse, les titres de NewsCo Group et GER appartenant à des marchés distincts.
 33. En ce qui concerne la presse gratuite, la pratique décisionnelle²³ a considéré qu'il existait un marché de la publicité dans la presse d'annonces gratuite, de dimension locale. Au cas d'espèce, seul A Nous Paris est active dans le secteur de la presse gratuite locale à contenu éditorial.
 34. Il n'y a pas lieu de conclure sur la délimitation précise de ces marchés en l'espèce dès lors que cette question est sans incidence sur les résultats de l'analyse concurrentielle.

Le marché de l'exploitation de sites Internet

35. Dans le secteur de l'exploitation de sites Internet, les autorités de concurrence²⁴ distinguent traditionnellement les sites éditoriaux, qui constituent le prolongement de la version « papier » des titres de presse, des sites dédiés à des thèmes spécifiques tels que les petites annonces (annonces généralistes, immobilier, emploi) ou les informations pratiques relatives à des communes. Pour la première catégorie, une segmentation a parfois été effectuée selon le type d'informations publiées sur les sites²⁵ (informations d'actualité politique et générale ou informations économiques et financières).
36. La pratique décisionnelle a également considéré que les sites éditoriaux adossés à un titre de presse écrite étaient en concurrence avec les sites Internet liés à d'autres médias (télévision ou radio) et les sites non liés à un autre média dits « *pure players* »²⁶.
37. Au cas d'espèce, NewsCo Group et GER éditent toutes deux des sites Internet éditoriaux. GER exploite un site Internet d'annonces d'emploi *distrijob.fr* via la société Alphadistri dont elle détient 100 % du capital.
38. Il n'y a pas lieu de trancher définitivement la délimitation de ces marchés en l'espèce dès lors que cette question est sans incidence sur l'analyse concurrentielle.

b) Le secteur de l'organisation d'événements

²² Décision C2002-70 et C2003-173 précitée.

²³ Avis de la Commission de la concurrence du 29 mai 1986 précité, les avis 93-A-13 et 98-A-14, les décisions 89-D-05 et 96-D-44 ; avis n° 03-A-03 du Conseil de la concurrence du 20 mars 2003 relatif à l'acquisition de la société COMAREG par la société France-Antilles.

²⁴ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-72 du 14 décembre 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société EBRA par la Banque Fédérative du Crédit Mutuel et n° 10-DCC-129 du 30 septembre 2010 dans l'affaire Le Monde/Le Monde Libre ainsi que la décision n° 10-DCC-152 précitée.

²⁵ Voir la lettre du Ministre de l'Economie, des finances et de l'emploi n° C2007-97 du 19 décembre 2007 LVMH/Les Echos et la décision n° 10-DCC-129 précitée.

²⁶ Voir les décisions n° 11-DCC-114 du 12 juillet 2011 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe l'Est Républicain par la Banque Fédérative du Crédit Mutuel et n° 13-DCC-46 précitée et n° 14-DCC-76 du 5 juin 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Le Nouvel Observateur du Monde par la société Le Monde Libre.

* Rectification d'erreur matérielle.

39. La pratique décisionnelle nationale²⁷ distingue le marché amont de la gestion de sites des marchés aval de l'organisation d'évènements. S'agissant du marché aval de l'organisation d'évènements, la pratique décisionnelle a considéré que l'organisation de foires et salons devait être distinguée de celle des autres événements (congrès, expositions, colloques ou conventions).
40. Au cas d'espèce, les parties sont simultanément actives sur le marché de l'organisation de foires et salons. NewsCo Group, par le canal de sa filiale Publi-News Events, organise des salons professionnels. GER, via les sociétés La Voix, L'Etudiant et Job rencontres, organise le *salon de l'Etudiant*, le *salon de l'emploi*, le *salon de la Formation Continue*, le *salon Expolangues* et le *salon Côté Sud*.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

41. En ce qui concerne les marchés du lectorat et de la publicité dans le secteur de la presse, la pratique décisionnelle²⁸ considère que la dimension géographique des marchés correspond à leur zone de diffusion.
42. Ainsi, 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 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 d'annonces ou à contenu rédactionnel a été appréhendé sur une base locale, en raison du contenu des journaux et de leur zone de diffusion²⁹. Au cas d'espèce, les titres de presse payante concernés ont une diffusion nationale alors que les titres de presse gratuite concernés ont une diffusion locale.
43. En ce qui concerne les marchés de l'exploitation des sites internet, la pratique décisionnelle³⁰ a retenu une dimension au moins nationale.
44. En ce qui concerne le marché de l'organisation de foires et salons, la pratique décisionnelle³¹ a considéré qu'il revêtait une dimension nationale. Elle a cependant constaté que les organisateurs étrangers exerçaient une concurrence potentielle sur les acteurs nationaux devant être prise en considération au stade de l'analyse concurrentielle. Il n'y a pas lieu de revenir sur ces définitions en l'espèce.
45. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence dans le cadre de la présente opération.

²⁷ Voir la lettre du ministre C2007-123 précitée ; l'avis du Conseil de la concurrence n° 07-A-10 du 26 septembre 2007 dans l'affaire Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris/ Unibail Holding SA et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-157 du 5 novembre 2010 dans l'affaire Lehwood Montparnasse SAS/Société Doria SAS.

²⁸ Voir notamment la décision de la Commission européenne n° COMP/M.3420 précitée ; l'avis du Conseil de la concurrence n° 05-A-18 précité ; la lettre n° C2005-18 du ministre précitée ; l'avis du Conseil de la concurrence n° 07-A-09 précité ; la lettre n° C2007-27 du ministre précitée ; la décision n° 09-DCC-72 précitée ; la décision n° 11-DCC-114 précitée et la décision n° 13-DCC-46 précitée.

²⁹ Voir notamment l'avis du Conseil de la concurrence n° 07-A-09 et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-72 précité ainsi que la décision n° 11-DCC-114 du 12 juillet 2011 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe l'Est Républicain par la Banque Fédérative du Crédit Mutuel.

³⁰ Voir notamment les décisions n° 10-DCC-129 et n° 13-DCC-46 précitées.

³¹ Voir notamment la lettre du ministre du 13 novembre 2007 précitée et la décision n° 13-DCC-46 précitée.

III. Analyse concurrentielle

A. EFFETS HORIZONTAUX

1. SUR LE MARCHÉ DE LA PRESSE MAGAZINE

46. L'opération entraîne le regroupement de plusieurs magazines édités respectivement par Newsco Group et GER. Toutefois, l'opération n'entraîne aucun chevauchement d'activité sur les différents marchés de la presse magazine tels que les a définis la pratique décisionnelle.

2. SUR LE MARCHÉ DE L'EXPLOITATION DE SITES INTERNET DANS LE SECTEUR DE LA PRESSE

47. NewsCo Group exploite directement sept sites Internet éditoriaux qui constituent le prolongement de la version papier des titres de presse³² ainsi que le site *erenumerique.fr* qui appartient à la catégorie des « pure players ». PMP Holding exploite pour sa part un site Internet éditorial (*liberation.fr*). Enfin GER exploite quatre sites Internet éditoriaux³³.
48. L'analyse des effets de l'opération sur le marché de l'exploitation de sites Internet éditoriaux repose sur des estimations réalisées par la partie notifiante à partir d'une étude de la société Médiamétrie³⁴. Ces estimations n'incluent ni certains sites d'actualité politique et générale (*lacroix.com* et *parismatch.com*, notamment), ni les sites adossés aux magazines économiques et financiers (notamment *alternatives-economiques.fr* ; *lenouveleconomiste.fr*), ni les éditeurs de presse magazine spécialisée pour professionnels. Selon ces estimations, la nouvelle entité représenterait environ [5-10] % du marché global de l'exploitation de sites Internet éditoriaux, l'opération entraînant un incrément de [0-5] % de parts de marché.
49. Sur un éventuel segment des sites Internet d'actualité politique et générale, l'audience cumulée des parties en janvier 2015 (hors « pure players » et sites adossés à d'autres médias que la presse écrite) est de [10-20] %. Les concurrents des parties sont nombreux et comprennent les sites adossés à d'autres titres de presse (notamment *lefigaro.fr*, *tempsreel.nouveobs.com*, *lemonde.fr*, *leparisien.fr*, *20minutes.fr*) et, dans une moindre mesure, les sites adossés à d'autres media (notamment *franceinfo.fr*, *rtl.fr*, *europel.fr*) ainsi que les « pure players » (*mediapart.fr*).
50. Sur un éventuel segment des sites Internet de presse économique et financière l'opération n'entraîne aucun chevauchement d'activité. Il en va de même, sur le marché global des sites Internet autres que les sites éditoriaux.
51. En conséquence, l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché de l'exploitation des sites Internet.

³² Il s'agit des sites suivants : *itforbusiness.fr*, *publi-news.fr*, *mesures.com*, *electroniques.biz*, *collectiviteslocales.fr*, *jlli.com* (*Journal des Loisirs Interactifs*), *jdt.fr* (*Journal des Télécoms*).

³³ Il s'agit des sites suivants : *lexpress.fr* (*L'Express*, *L'Express Styles*, *L'Expansion*, *Mieux Vivre Votre Argent et Lire*), *cotemaison.fr*, *letudiant.fr* et *pointdevue.fr*.

³⁴ Résultats d'une étude Médiamétrie Audience Fixe de janvier 2015 communiqués par la partie notifiante.

3. SUR LE MARCHÉ DE L'ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS

52. Les parties à l'opération sont actives sur le marché de l'organisation de foires et de salons, sur lequel la partie notifiante estime que leur part de marché cumulée est d'environ [0-5] %. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de l'organisation d'événements.
53. Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence au moyen d'effets horizontaux.

B. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMERAUX

54. Une concentration a des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur plusieurs marchés dont la connexité peut lui permettre d'accroître son pouvoir de marché. Si les concentrations conglomérales peuvent généralement susciter des synergies pro-concurrentielles, certaines peuvent néanmoins produire des effets restrictifs de concurrence lorsqu'elles permettent de lier, techniquement ou commercialement, les ventes ou les achats des éléments constitutifs du regroupement de façon à verrouiller le marché et à en évincer les concurrents. En l'espèce, l'opération permet au groupe Altice de regrouper plusieurs médias présents sur des marchés différents dans les secteurs de la presse quotidienne nationale, la presse magazine et la presse gratuite.
55. Toutefois, la pratique décisionnelle des autorités de la concurrence considère en principe qu'un risque d'effet congloméral peut être écarté dès lors que la part de l'entité issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.
56. En l'espèce la part de marché du groupe Altice demeurera inférieure à 30 % sur les différents marchés du secteur de la presse à l'exception des marchés de la presse magazine. Altice détiendra en effet une part de marché comprise entre 30 % et 60 % sur les marchés des magazines grand public consacrés à l'informatique (avec la publication de *01 Net*), des magazines consacrés à la maison et des magazines d'actualité politique et générale (avec la publication de *l'Express*).
57. Dans de précédentes décisions, l'Autorité a relevé que le risque de verrouillage des marchés de la vente d'espaces publicitaires dépend de la base commune d'annonceurs dont disposent les titres concernés et susceptibles d'être intéressés par des offres groupées³⁵. En l'espèce, le journal *Libération* et l'hebdomadaire *l'Express*, qui traitent tous deux de l'actualité politique et générale et sont donc susceptibles d'intéresser le même type de consommateur, détiennent une base significative d'annonceurs communs. Selon les données fournies par la partie notifiante, ces deux titres comprennent [...] annonceurs en commun qui représentent respectivement [...] % des annonceurs de *Libération* et [...] % des annonceurs de *l'Express*.
58. Toutefois, des pratiques de ventes liées ou groupées entre ces deux titres sont peu susceptibles de porter atteinte à la concurrence dans la mesure où les agences media, par lesquelles passe l'essentiel des achats d'espace publicitaire, disposent d'un fort pouvoir de négociation et représenteront un contreponds important à la nouvelle entité. De plus en l'espèce, les annonceurs intéressés par des achats groupés d'espaces publicitaires ont accès à des offres de couplages entre des magazines et quotidiens concurrents des parties tels que les groupes Les

³⁵ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-76 précitée.

Echos (qui détient le quotidien *Les Echos*, ainsi que les magazines *Investir* et *Capital Finance* et qui projette d'acquérir le *Parisien/Aujourd'hui en France*), ou Le Monde (qui détient notamment le quotidien *Le Monde* et les magazines *Télérama* et *Le Nouvel Observateur*). L'adoption par la nouvelle entité d'une stratégie de ventes liées ou groupées ne sera donc pas susceptible d'entraîner un effet d'éviction sur les concurrents.

59. Il résulte de ce qui précède que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 15-040 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence