

Autorité
de la concurrence



Décision n° 16-DCC-88 du 22 juin 2016
relative à la prise de contrôle exclusif par la Société de Distribution
Aéroportuaire de 8 points de vente sous enseigne Fnac situés dans les
aéroports de Paris-Charles-de-Gaulle et Paris-Orly

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 25 mai 2016, relatif à la prise de contrôle exclusif de huit points de vente sous enseigne Fnac exploités par la société Aéroboutique France SNC par la Société de Distribution Aéroportuaire, formalisée par un protocole d'accord en date du 8 mars 2016 ;

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. **Aéroports de Paris SA** (ci-après, « ADP ») est une société contrôlée par l'Etat français, qui détient 50,6 % de son capital et de ses droits de vote¹. ADP est chargée d'aménager, d'exploiter et de développer un ensemble d'installations aéroportuaires dans la région Ile-de-France, notamment les aéroports Paris-Charles-de-Gaulle (ci-après, « Paris-CDG »), Paris-Orly et Paris-Le Bourget. ADP est également active à l'international via ses filiales, ADPM, ADP Ingénierie SA, Hub Safe SAS ou Hub One SA, et ses participations dans TAV Airports, TAV construction et NV Luchthaven Schiphol.
2. **Lagardère Duty Free SAS** (ci-après, « LDF ») est une société spécialisée dans la vente de détail dans les aéroports en France et à l'étranger mais également à bord des avions, des ferries et en gares. LDF est détenue à 90 % par la société Lagardère Travel Retail, elle-même filiale à 100 % de Lagardère Media SASU et ultimement contrôlée par la holding Lagardère SCA. Le groupe Lagardère est actif dans le secteur des médias, en particulier (i) l'édition de

¹ Créé le 24 octobre 1945 sous la forme d'un établissement public de l'Etat, ADP est devenu une société anonyme en vertu de la loi n° 2005-357 du 20 avril 2005 relative aux aéroports et du décret du 20 juillet 2005 relatif à la société Aéroports de Paris.

livre, (ii) l'édition de magazines, service de radiodiffusion, de télévision et de multimédia, (iii) les services de distribution et de vente au détail (via Lagardère Travail Retail), et (iv) les activités liées au sport.

3. **Société de Distribution Aéroportuaire SAS** (ci-après, « SDA ») est une entreprise commune de plein exercice² détenue à parts égales par ADP et LDF, qui a pour activité l'aménagement, l'exploitation et le développement de surfaces commerciales dans les aéroports gérés par ADP, ainsi que dans tout autre aéroport situé à l'étranger.
4. **Les huit point de vente sous enseigne Fnac concernés par l'opération** (ci-après, les « actifs cibles ») sont actuellement contrôlés par Aéroboutique SNC, filiale de LDF, et sont situés dans les aéroports de Paris-CDG et Paris-Orly. Aéroboutique et LDF, en partenariat avec la Fnac ont en effet remporté l'appel d'offres lancé le 29 juin 2011 par ADP portant sur l'exploitation de points de vente « photo, son et vidéo » situés en zone sous douane pour la période du 1^{er} juillet 2012 au 30 juin 2018. Les modalités d'exploitation de l'enseigne Fnac, en particulier l'usage de la marque et la redevance perçue, ont fait l'objet d'un contrat de partenariat entre le groupe Lagardère et la Fnac jusqu'au [confidentiel].
5. L'opération notifiée, formalisée par un protocole d'accord tripartite en date du 8 mars 2016 signé par ADP, Aéroboutique et SDA, consiste à transférer l'exploitation des actifs cibles à SDA. Ce transfert sera matérialisé par la résiliation des contrats de bail conclus entre ADP et Aéroboutique et par l'entrée en vigueur concomitante de nouvelles conventions d'autorisation d'activité entre ADP et SDA pour l'exploitation des points de vente.
6. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif des 8 points de vente sous enseigne Fnac exploités par Aéroboutique au profit de SDA, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
7. Les entreprises concernées³ exploitent plusieurs magasins de commerce de détail et réalisent ensemble un chiffre d'affaires total hors taxes sur le plan mondial supérieur à 75 millions d'euros (SDA : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; actifs cibles : [...] d'euros pour le même exercice). Les entreprises concernées réalisent en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires total hors taxes supérieur à 15 millions d'euros (SDA : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; actifs cibles : [...] d'euros pour le même exercice). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne⁴. 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 relatifs à la concentration économique.

² La création de cette entreprise commune a fait l'objet d'une décision d'autorisation de la Commission européenne en vertu de l'article 6, paragraphe 1, point b) du règlement n° 4064-89 sur les concentrations en date du 17 mars 2003, COMP/M.3112 – ADP/AELIA. Voir également, la décision du 20 octobre 2011, COMP/M.6263 – Aelia/Aéroports de Paris/JV.

³ La communication consolidée de la Commission européenne du 21 février 2009 précise que « lorsque l'acquisition est faite par une entreprise commune de plein exercice, présentant les caractéristiques décrites ci-dessus, qui opère déjà sur le même marché, la Commission considèrera normalement que l'entreprise commune elle-même et l'entreprise cible sont les entreprises concernées (et non les sociétés mères de l'entreprise commune » (point 146).

⁴ [Confidentiel].

II. Délimitation des marchés pertinents

8. Aéroboutique et SDA sont actives sur le marché aval de la vente de détail en aéroport. Par ailleurs, ADP assure la gestion des emplacements commerciaux situés dans l'enceinte de ses installations aéroportuaires et est donc active sur le marché amont des concessions pour la fourniture de services de vente de détail en aéroport.

A. LE MARCHÉ AMONT DES CONCESSIONS POUR LA FOURNITURE DE SERVICES DE DÉTAIL EN AÉROPORT

1. LE MARCHÉ DE PRODUITS

9. La pratique décisionnelle française et européenne a identifié un marché distinct concernant les concessions pour la fourniture de services de vente de détail en aéroport⁵. Sur ce marché, les concessions et/ou les baux sont accordés par les gestionnaires d'aéroports aux opérateurs commerciaux, souvent au terme d'une procédure d'appel d'offres, en vue de l'exploitation de points de vente dans l'enceinte des aéroports. En échange de telles concessions, les opérateurs commerciaux s'engagent à verser une rémunération aux gestionnaires d'aéroports, qui prend généralement la forme d'un pourcentage de leurs chiffres d'affaires assorti d'une part fixe minimale.
10. La Commission européenne a considéré qu'il n'était pas nécessaire de segmenter le marché des concessions pour la fourniture de services de vente de détail en aéroport par catégories de produits dans la mesure où les entreprises qui soumettent des offres sont souvent de grands groupes actifs au niveau mondial ou au moins de l'Espace économique européen (ci-après, « EEE »), capables de distribuer différentes catégories de produits⁶.
11. En tout état de cause, la définition exacte de ce marché peut être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées quelle que soit la segmentation retenue.

2. LE MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

12. La partie notifiante considère que le marché des concessions pour la fourniture de services de vente de détail en aéroport est de dimension mondiale. Elle relève que les appels d'offres ou les négociations de gré à gré pour ces concessions sont, en règle générale, ouverts à tous les opérateurs, quel que soit leur pays d'origine. Les principaux opérateurs de la vente de détail en aéroport (« *travel retail* ») poursuivent une stratégie d'implantation internationale justifiée par la durée limitée des concessions qui impliquent que les opérateurs se positionnent sur un maximum d'aéroports dans le monde. Cette concurrence internationale serait facilitée par la

⁵ Voir les décisions de la Commission COMP/M.7537, *Ardian France/ F2i SGR/ F2i Aeroporti*, du 21 avril 2015 ; COMP/M.6862, *Vinci/Aerportos de Portugal* du 10 juin 2013 ; COMP/M.6263, *Aelia/Aéroports de Paris/JV*, du 20 octobre 2011 ; COMP/M.5389, *Aéroports de Paris/The Nuance Group* du 22 décembre 2008 ; COMP/M.5123, *Autogrill/World Duty Free* du 16 mai 2008. Voir les décisions de l'Autorité n° 15-DCC-125 du 17 septembre 2015 relative à la création d'une entreprise commune entre Aéroports de Paris Management et Vinci Airports, et n° 11-DCC-171 du 25 novembre 2011 relative à la création d'une entreprise commune de plein exercice par Aelia SAS et Aéroports de Lyon.

⁶ Voir les décisions de la Commission COMP/M.7622, *Dufry/World Duty Free* du 5 août 2015, point 30 ; et COMP/M.6263, *Aelia/Aéroports de Paris/JV*, précitée, point 45.

standardisation des boutiques d'aéroports à exploiter (aménagement intérieur, gammes de produits offerts, mode d'exploitation ou savoir-faire requis) qui placerait les gestionnaires d'aéroports en concurrence entre eux pour attirer les opérateurs spécialisés dans ce secteur.

13. S'agissant de la délimitation géographique du marché, la pratique décisionnelle française⁷ et européenne⁸ a laissé la question ouverte même si la Commission a noté à plusieurs reprises que de nombreux éléments militaient en faveur d'une définition du marché géographique au moins au niveau de l'EEE⁹. En effet, la Commission relève que de nombreux opérateurs spécialisés dans le commerce de détail en aéroports sont actifs au niveau mondial et sont présents dans plusieurs aéroports répartis dans différents pays, voire différents continents. Elle considère donc que « *du point de vue de ce type d'opérateurs, les différents aéroports semblent substituables dans une large mesure, les caractéristiques propres à chaque aéroport étant prises en compte dans les offres remises aux gestionnaires d'aéroports* »¹⁰.
14. En l'espèce, la délimitation exacte du marché peut être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées quelle que soit la délimitation géographique retenue.

B. LE MARCHÉ AVAL DE LA VENTE DE DÉTAIL EN AÉROPORT

1. LE MARCHÉ DE PRODUITS

15. La partie notifiante considère que l'opération doit être analysée sur le marché de la vente de détail en aéroport, sans qu'il soit nécessaire de segmenter, entre vente en zone publique et vente en zone sous douane (dite « zone réservée »), selon la catégorie de produits commercialisés ou de magasins.
16. Au sein du marché de la vente de détail en aéroport, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence nationale¹¹ et européenne¹² a envisagé une segmentation entre la vente en zone publique (« *landslide* ») et la vente en zone réservée (« *airside* ») où seuls les passagers munis de titre de transport peuvent accéder et bénéficier de prix attractifs grâce à l'exonération de taxes et/ou les systèmes de « *travel value* »¹³.
17. La Commission s'est également interrogée sur la pertinence d'une segmentation du marché de la vente de détail en aéroport selon les catégories de produits vendus (parfums et cosmétiques, gastronomie et confiserie, alcool et tabac, bijoux, mode et accessoires, jouets, photo/vidéo/son)¹⁴ et sur l'existence d'un segment distinct de la distribution de produits de luxe.

⁷ Voir les décisions de l'Autorité n° 15-DCC-125 et n° 11-DCC-171, précitées.

⁸ Voir les décisions de la Commission COMP/M.7537, COMP/M.6263, COMP/M.5389, COMP/M.5123, précitées.

⁹ Voir les décisions de la Commission COMP/M.6263, précitée, point 34 ; COMP/M.5389, précitée, point 34 ; COMP/M.5123, précitée, point 23. Dans le cadre de l'affaire COMP/M.7622, Dufry/World Duty Free, les résultats du test de marché ont confirmé la dimension au moins européenne du marché.

¹⁰ Voir la décision de la Commission COMP/M.6263, précitée, point 52.

¹¹ Voir la décision du Conseil de la concurrence n° 08-D-05 du 27 mars 2008 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des commerces sous douane des aéroports parisiens.

¹² Voir notamment la décision de la Commission COMP/M.7622, précitée, point 12 et les décisions citées.

¹³ Voir la décision de la Commission COMP/M.6263, précitée, point 19.

¹⁴ Voir les décisions de la Commission COMP/M.7622, précitée point 12, et COMP/M.6263 précitée, point 30.

18. Enfin, dans sa décision COMP/M.7622 *Dufry/World Duty Free* du 5 août 2015, la Commission s'est interrogée sur l'existence d'une segmentation additionnelle du marché de la vente de détail en aéroport en fonction des types de boutiques, en distinguant les magasins standards de produits détaxés (alcool, tabac et parfums), les boutiques de marques, les magasins spécialisés et les magasins de presse et superettes¹⁵.
19. En tout état de cause, il n'est pas nécessaire d'analyser la pertinence de ces segmentations en l'espèce. La délimitation exacte du marché de la vente au détail en aéroport peut être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées quelle que soit la définition retenue.

2. LE MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

20. La partie notifiante considère que le marché de la vente de détail en aéroport est de dimension européenne, voire mondiale.
21. Pour sa part, la Commission a noté que de nombreux éléments militent en faveur d'une définition au moins européenne du marché géographique de la vente de détail en aéroport¹⁶, sans pour autant exclure l'existence d'un marché local, c'est-à-dire de la dimension de l'aéroport¹⁷, étant donné que des boutiques situées dans des aéroports différents pourraient ne pas être substituables du point de vue du consommateur.
22. Si dans la décision COMP/M.6263, *Aévia/ADP/JV* du 20 octobre 2011, l'enquête de marché n'avait pas permis de conclure sur la définition géographique de ce marché, la Commission a relevé que « *clairement [...] un point de vente situé dans l'enceinte de l'aéroport CDG ou Orly n'est pas soumis à la seule pression concurrentielle des autres points de vente situés dans ce même aéroport. Il subit également une pression concurrentielle significative de la part de points de vente situés dans d'autres aéroports, au moins ceux de l'EEE, ou encore à proximité de l'aéroport où il se trouve* »¹⁸. La Commission a précisé que « *cette pression concurrentielle semble due non seulement aux possibilités d'arbitrage dont jouissent les usagers du transport aérien, qui en principe peuvent comparer les prix et les offres dans les aéroports de départ, de transit et de retour, mais aussi à la politique des gestionnaires d'aéroports, qui pour certains semblent œuvrer activement afin de doter leurs zones commerciales d'une réputation mondiale d'attractivité* »¹⁹.
23. Enfin, la Commission a constaté que les passagers étaient de plus en plus enclins à comparer les prix pratiqués dans les aéroports par des recherches en ligne, en particulier pour des produits tels que les parfums, le tabac ou l'alcool²⁰.
24. En l'espèce, la question de la dimension géographique du marché concerné peut être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées quelle que soit la définition retenue.

¹⁵ Voir la décision de la Commission COMP/M.7622 précitée, point 14.

¹⁶ Voir les décisions de la Commission IV/M.782, COMP/M.3728, COMP/M.4762, COMP/M.5389, COMP/M.6263 et COMP/M.7622, précitées.

¹⁷ Voir notamment les décisions de la Commission COMP/M. 5389, précitée ; et COMP/M. 5123 *Autogrill/World Duty Free*, point 21. Voir également la décision du Conseil de la concurrence n° 08-D-05 précitée, point 98.

¹⁸ Voir la décision de la Commission COMP/M. 6263 précitée, point 37.

¹⁹ *Ibid.*, point 38.

²⁰ Voir la décision de la Commission COMP/M.7622, précitée, point 22.

III. Analyse concurrentielle

25. L'opération entraîne un changement de contrôle sur un nombre limité de points de vente, tous situés dans les installations aéroportuaires de Paris-CDG et Paris-Orly en zone réservée. L'opération n'est donc pas susceptible de modifier la situation concurrentielle sur le marché de la vente de détail en aéroport au niveau mondial et au niveau européen. Dès lors, conformément à la pratique décisionnelle²¹, l'analyse concurrentielle sera menée uniquement au niveau de chaque aéroport concerné.
26. Outre sa mission d'aménagement et d'exploitation des installations aéroportuaires en Ile-de-France, ADP est également propriétaire de l'espace commercial des aéroports de Paris. Or, cette situation particulière a conduit la Commission à retenir que « *l'analyse qui peut être faite du fonctionnement des marchés de la mise en concession et de l'exploitation de l'espace commercial des aéroports de Paris-CDG et Paris-Orly doit prendre en considération le fait qu'ADP, propriétaire de l'espace, peut à son gré (i) faire varier la taille absolue desdits marchés, en décidant de mettre en concession ou de retirer de l'exploitation de l'espace commercial, (ii) faire varier sa part de marché relative dans la vente de détail, en décidant unilatéralement d'exploiter ou de cesser d'exploiter telle ou telle fraction de l'espace commercial disponible. Dans ce dernier cas, ADP n'est limité que par les obligations qu'il s'est lui-même imposées, et qui tiennent au respect des échéances des concessions accordées à des tiers* »²².
27. La gestion par ADP de ses emplacements commerciaux prend deux formes : l'exploitation semi-directe grâce à un partenariat avec un spécialiste de la distribution aéroportuaire (l'entreprise commune SDA) et la location des boutiques (concession commerciale). Tant qu'ADP avait le statut d'établissement public, les concessions commerciales prenaient la forme de conventions d'occupation temporaire du domaine public. A la suite du changement de statut intervenu en 2005, les biens du domaine public d'ADP ont été déclassés. Ils lui appartiennent dorénavant en pleine propriété. A ce titre, les concessions commerciales sont aujourd'hui conclues sous la forme de baux civils.
28. C'est au regard de cette situation particulière que l'analyse concurrentielle doit être menée en considérant les effets horizontaux sur le marché aval de la vente de détail en aéroport (A), et les effets verticaux résultant du monopole légal d'ADP sur le marché amont des concessions pour la fourniture de services de vente de détail dans les deux aéroports concernés par l'opération (B).

A. EFFETS HORIZONTAUX SUR LE MARCHÉ DE LA VENTE DE DÉTAIL EN AÉROPORT

29. S'agissant des aéroports Paris-CDG et Paris-Orly, ADP est présent à la fois en tant que gestionnaire des installations aéroportuaires et concessionnaire de l'ensemble des surfaces commerciales. ADP est présent sur le marché de la vente de détail via l'entreprise commune SDA détenue avec LTR. ADP et LTR sont également présents via une autre entreprise commune Relay@ADP chargée d'exploiter en zone publique 54 points de vente sous

²¹ Voir la décision de la Commission COMP/M.6263, précitée, point 58 ; et la décision de l'Autorité n° 11-DCC-171, précitée.

²² Voir la décision de la Commission COMP/M.5389, précitée, point 27 ; et la décision du Conseil de la concurrence n° 08-D-05, précitée, points 77 à 82.

enseigne « Relay » et 8 points de vente sous enseigne « Air de Paris »²³. En dehors des deux co-entreprises et des 8 points de vente Fnac gérés par sa filiale Aéroboutique (7 boutiques à Paris-CDG et 1 à Paris-Orly), LTR n'est que très marginalement présent dans les aéroports concernés (1 boutique à Paris-CDG et 3 boutiques à Paris-Orly).

30. A l'issue de l'opération, SDA gèrera les 8 boutiques Fnac en zone sous douane aujourd'hui opérées par LTF. La part de marché de l'ensemble constitué par SDA et ses sociétés-mères restera inchangée puisque les points de vente Fnac sont actuellement exploités par Aéroboutique, filiale de LDF, qui détient le contrôle conjoint de SDA. Il n'y aura donc pas de renforcement de la position des parties quelle que soit la segmentation retenue du marché de la vente de détail en aéroport²⁴.
31. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le bais d'effets horizontaux.

B. EFFETS VERTICAUX

32. Il existe un lien vertical entre le marché amont des concessions pour la fourniture de services de vente de détail en aéroport, où est actif ADP, et le marché de la vente de détail en aéroport.
33. A titre liminaire, il convient de rappeler qu'à la différence des sociétés aéroportuaires régionales (SAR) créées par la loi n° 2005-357 du 20 avril 2005, telles qu'Aéroport de Lyon ou Aéroport Toulouse-Blagnac, pour lesquelles l'Etat a prévu un régime protecteur de la concurrence dans le cadre des contrats de concessions de services et notamment ceux des espaces commerciaux²⁵, ADP n'est pas soumis à une obligation de mise en concurrence et a donc la capacité de verrouiller l'accès aux concessions pour la fourniture de services de vente de détail « à l'échelle de chacun des deux aéroports (...) dans la mesure où il n'est pas obligé de recourir à des appels d'offres ou à des procédures équivalentes, et peut octroyer les concessions aux opérateurs de son choix au terme de négociations bilatérales »²⁶.
34. En revanche, dès lors qu'ADP organise volontairement, pour des services destinés aux passagers de l'aéroport, des mises en concurrence débouchant sur un contrat commercial avec une entreprise sélectionnée, ADP doit se conformer au droit de la concurrence et ne pas fausser le jeu de la concurrence sur les marchés connexes à celui sur lequel il dispose d'une position dominante légale. Ainsi, ADP ne doit pas fausser l'égalité des chances entre divers opérateurs économiques par des mesures discriminatoires²⁷, que ce soit en distordant les informations ou en faussant les conditions économiques dans lesquelles il place les acteurs.
35. En l'espèce, l'opération ne donne lieu à des effets verticaux que dans la seule hypothèse d'un marché amont des concessions restreint à chaque aéroport et un marché aval de la vente de détail lui-même limité au périmètre de chaque aéroport. A l'inverse, à supposer que le marché amont des concessions soit de dimension européenne ou mondiale, hypothèses privilégiées par la pratique décisionnelle européenne, ADP n'aurait pas la capacité de verrouiller l'accès

²³ [Confidentiel].

²⁴ Pour un raisonnement analogue, voir la décision n° 11-DCC-71, précitée, point 36.

²⁵ Voir l'article 11 du cahier des charges des SAR annexé au décret n° 2007-244 du 23 février 2007 relatif aux aérodromes appartenant à l'Etat et portant approbation du cahier des charges type applicable à la concession de ces aérodromes.

²⁶ Voir la décision de la Commission COMP/M.6263, précitée, point 77.

²⁷ Voir notamment l'arrêt de la CJCE, France c/Commission, 19 mars 1991 ; voir également la décision du Conseil de la concurrence n° 97-D-53 du 1er juillet 1997 confirmée par un arrêt de la Cour d'appel de Paris du 19 mai 1998.

aux concessions offertes sur ce marché, compte tenu de ses faibles parts de marché. En effet, les parts de marché d'ADP sur ce marché amont sont d'environ [0-5] % au niveau mondial et [5-10] % au niveau de l'EEE.

36. Aussi, dans l'hypothèse où le marché est limité à chaque aéroport francilien, l'opération notifiée est en tout état de cause sans influence sur la capacité d'ADP à verrouiller l'accès aux concessions. En effet, préalablement à l'opération, ADP, seul fournisseur d'accès aux concessions dans les aéroports Paris-CDG et Paris-Orly, contrôle déjà le marché amont des concessions et peut se réserver la totalité des revenus commerciaux tirés de l'exploitation de son domaine privé²⁸. Cette politique d'intégration verticale est d'ailleurs celle menée par ADP depuis la création de l'entreprise commune SDA en 2003.
37. L'opération n'est en outre pas susceptible de modifier les incitations d'ADP à verrouiller l'accès aux concessions au profit systématique de SDA dans la mesure où ADP a un intérêt économique à confier l'exploitation de ses espaces commerciaux aux opérateurs les plus performants, que ce soit dans le cadre de l'exploitation semi-directe ou dans le cadre de la location des boutiques.
38. Il ressort de ce qui précède que l'opération n'est pas susceptible de produire des effets verticaux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 16-052 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence

²⁸ Voir, à cet égard, la décision du Conseil de la concurrence n° 08-D-05, précitée, points 129 et 130.