

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 17-DCC-186 du 10 novembre 2017  
relative à la prise de contrôle exclusif de Gibert Jeune par Gibert  
Joseph**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 9 mai 2017, déclaré complet le 13 octobre 2017, relatif à la prise de contrôle exclusif de Gibert Jeune par Gibert Joseph, formalisée par les offres de reprise en date du 6 avril 2017 et les jugements du tribunal de commerce de Paris en date du 1<sup>er</sup> juin 2017 ;

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 la partie notifiante au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

## **I. Les entreprises concernées et l'opération**

1. Gibert Joseph est un groupe composé de 16 sociétés actives dans la vente au détail de livres neufs et d'occasion, de CD et DVD et d'articles de papeterie. Il exploite 18 magasins physiques, dont trois à Paris intra-muros<sup>1</sup>, ainsi que son propre site Internet marchand. La société mère du groupe Gibert Joseph est la société anonyme Financière Palidis, dont le capital est réparti, directement ou indirectement, entre plusieurs membres de la famille Gibert.
2. Gibert Jeune est un groupe composé des sociétés Gibert Jeune Groupe, Gibert Jeune Rive Gauche et Gibert Jeune Rive Droite, lesquelles sont actives dans la vente au détail de livres neufs et d'occasion et d'articles de papeterie. Il exploite plusieurs magasins physiques à Paris<sup>2</sup>, ainsi que son propre site Internet marchand.

---

<sup>1</sup> Les magasins exploités par Gibert Joseph à Paris se situent aux 26, 30 et 34 boulevard Saint-Michel (75006), au 21 rue Marie-Andrée Lagroua Weil-Halle (75013) et au 15 boulevard Barbès (75018).

<sup>2</sup> Les magasins exploités par Gibert Jeune se situent place et quai Saint-Michel (75005 et 75006) et 15 boulevard Saint-Denis (75002).

3. L'opération s'inscrit dans le cadre d'une procédure de redressement judiciaire, ouverte par le tribunal de commerce de Paris le 26 avril 2017, au bénéfice des trois sociétés du groupe Gibert Jeune. Par lettre en date du 15 mai 2017, l'Autorité de la concurrence a accordé une dérogation à l'effet suspensif du contrôle des concentrations à Gibert Joseph, en application de l'article L. 430-4 du code de commerce. Par jugements en date du 1<sup>er</sup> juin 2017, le tribunal de commerce de Paris a arrêté le plan de cession des actifs des sociétés Gibert Jeune Groupe, Gibert Jeune Rive Gauche et Gibert Jeune Rive Droite, au profit de la société Financière Palidis.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif des actifs du groupe Gibert Jeune par le groupe Gibert Joseph, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxes total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (Gibert Joseph : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 mars 2016 ; Gibert Jeune : [...] d'euros pour l'exercice clos au 30 avril 2016). Chacune de ces entreprises réalise en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (Gibert Joseph : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 mars 2016 ; Gibert Jeune : [...] d'euros pour l'exercice clos au 30 avril 2016). 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 relatifs au commerce de détail mentionnés au point 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.

## **II. Délimitation des marchés pertinents**

6. Gibert Joseph et Gibert Jeune sont simultanément présents sur les marchés de la vente de livres au consommateur final (A) et sur le marché de la vente au détail d'articles de papeterie (B).

### **A. LES MARCHÉS DE LA VENTE DE LIVRES AU CONSOMMATEUR FINAL**

#### **1. LES MARCHÉS DE PRODUITS**

7. Dans le secteur de la vente de livres, les autorités de concurrence nationale et européenne<sup>3</sup> distinguent traditionnellement les marchés suivants : (i) les marchés de la vente de livres par les éditeurs aux revendeurs (librairies, hypermarchés, etc.), ces derniers étant rémunérés par la remise que les éditeurs leur accordent sur le prix de vente final, (ii) les marchés de la vente de livres par les grossistes aux détaillants de niveau 3 (magasins non spécialisés dans la vente de livres) et (iii) les marchés de la vente de livres au consommateur final.

---

<sup>3</sup> Voir les décisions de la Commission européenne n° COMP/M.2978 du 7 janvier 2004, Lagardère / Natexis / VUP ; n° COMP/M.4611 du 15 octobre 2007, Egmont/Bonnier ; n° COMP/M.5838 du 5 juillet 2010, Bertelsmann / Planeta / Circulo ; décision n° 12-DCC-126 de l'Autorité de la concurrence du 30 août 2012 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Flammarion par le groupe Gallimard ; lettre n° C 2006-26 du ministre de l'économie du 30 mai 2006, au conseil de la société Editis ; lettre n° C 2005-105 du ministre de l'économie du 23 mars 2006 aux conseils de la société Bertelsmann, relative à une concentration dans le secteur de la presse ; lettre n° C 2005-35 du ministre de l'économie du 20 mai 2005 aux conseils du groupe Bertelsmann relative à une concentration dans le secteur de la vente au détail de livres.

8. S'agissant de la vente de livres au consommateur final, les autorités de concurrence nationale et européenne<sup>4</sup> ont envisagé de distinguer les marchés suivants :
- la vente de livres par courtage, notamment pour les ouvrages de référence « lourds » vendus par un réseau de représentants spécialisés, ou courtiers, démarchant directement des acheteurs potentiels ;
  - la vente de livres à distance incluant la vente par Internet, la vente par correspondance et la vente par club<sup>5</sup> ;
  - la vente de livres dans les magasins physiques. La Commission européenne a retenu un marché incluant tous les types de magasins de détail : les librairies, les grandes surfaces spécialisées comme les magasins Fnac, les supermarchés et hypermarchés, les maisons de la presse ou les magasins spécialisés dans une activité de loisir (jardinage, bricolage, animalerie, etc.) proposant des livres en rapport avec cette activité.
  - la vente de livres dans les solderies proposant des livres de fin de série à bas prix<sup>6</sup>.
9. Dans deux décisions concernant les marchés danois et espagnol<sup>7</sup>, la Commission européenne a envisagé l'existence d'un marché unique de la vente de livres au consommateur final, incluant les ventes dans les magasins physiques comme les ventes à distance.
10. Par ailleurs, l'Autorité de la concurrence s'est également interrogée sur l'existence d'un marché de la vente de livres numériques<sup>8</sup>.
11. Enfin, au sein du marché de la vente au détail de livres dans les magasins physiques, il pourrait être pertinent de distinguer la vente de livres neufs et la vente de livres d'occasion.
12. En effet, les activités de vente de livres neufs et de livres d'occasion ne sont pas soumises à une réglementation identique, dans la mesure où les livres d'occasion n'entrent pas dans le champ d'application de la loi n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre (ci-après, « loi Lang »). Par conséquent, contrairement à la vente de livres d'occasion, l'activité de vente de livres neufs, à l'exception des livres de fin de série, est soumise à la règle du prix « unique », en vertu de laquelle la remise accordée sur la vente d'un livre ne peut excéder 5 % du prix du livre fixé par l'éditeur ou l'importateur<sup>9</sup>. Les offreurs de livres d'occasion sont ainsi libres de déterminer le prix de vente d'un ouvrage, ainsi que le prix auquel ils l'achètent, ce qui n'est pas le cas des offreurs de livres neufs.
13. Par ailleurs, les caractéristiques distinctes des livres neufs et des livres d'occasion, en termes de durabilité et de qualité, peuvent constituer des éléments de différenciation pour les consommateurs. En outre, le fonctionnement de l'offre diffère selon qu'il s'agit de la vente de livres neufs ou de la vente de livres d'occasion. Alors que ce sont les particuliers qui fournissent en partie les offreurs de livres d'occasion, les offreurs de livres neufs s'approvisionnent auprès de diffuseurs ou d'éditeurs de livres. En outre, les magasins de livres neufs peuvent bénéficier

---

<sup>4</sup> Voir les décisions n° COMP/M. 2978 ; n° COMP/M.4611 et n° COMP/M.5838, la décision n° 12-DCC-126 et la lettre n° 2005-35 précitées.

<sup>5</sup> Au sein du marché de la vente de livres à distance, les autorités de concurrence ont également envisagé de distinguer le marché de la vente de livres par le canal des clubs.

<sup>6</sup> Selon l'article 5 de la loi Lang, seuls les livres édités ou importés depuis plus de deux ans et dont le dernier approvisionnement remonte à plus de 6 mois peuvent être vendus avec une remise de plus de 5 %. Ainsi, dans les solderies, les ouvrages sont généralement vendus avec une remise supérieure à la remise légale de 5 % applicable aux points de vente « traditionnels ».

<sup>7</sup> Voir les décisions n° COMP/M.4611 et n° COMP/M.5838 précitées.

<sup>8</sup> Voir la décision n° 12-DCC-126 précitée.

<sup>9</sup> L'article 1<sup>er</sup> de la loi Lang dispose que « Les détaillants doivent pratiquer un prix effectif de vente au public compris entre 95 % et 100 % du prix fixé par l'éditeur ou l'importateur ».

de la pratique dite de l'office, qui leur permet de commander auprès d'un diffuseur ou d'un éditeur un certain volume de livres parmi les nouveautés et de renvoyer les invendus dans un certain délai. Enfin, les livres d'occasion peuvent être offerts par des librairies, ou des grandes surfaces spécialisées, mais également par une multitude d'autres acteurs, tels que des professionnels indépendants ou des particuliers au sein de boutiques ouvertes, de salons professionnels, de brocantes ou de divers organismes associatifs.

14. Enfin, il ressort de la pratique décisionnelle française<sup>10</sup> que les activités de vente de biens neufs et de biens d'occasion sont traditionnellement considérées comme constituant deux marchés pertinents distincts.
15. Il n'y a toutefois pas lieu de conclure sur la délimitation précise de ces marchés, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées, quelle que soit la définition retenue.
16. En l'espèce, Gibert Joseph et Gibert Jeune sont tous deux actifs sur le marché de la vente au détail de livres en magasins physiques. Ils sont également simultanément présents sur le marché de la vente au détail de livres à distance, ainsi que sur le marché de la vente au détail de livres dans les solderies.

## 2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

17. La pratique décisionnelle française et européenne<sup>11</sup> a considéré que les marchés de la vente de livres dans les magasins physiques et les solderies revêtent une dimension locale, correspondant à la zone de chalandise de chaque point de vente, même s'il est généralement tenu compte également des stratégies et des positions des différents acteurs sur un plan national.
18. Dans la décision n° 12-DCC-126 précitée, l'Autorité a analysé les positions des parties sur les marchés de la vente au détail de livres en magasins physiques au niveau national et au niveau local, en prenant en compte, pour la ville de Paris, une zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement en voiture autour des magasins cibles et une autre zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement à pied autour des magasins cibles.
19. Par ailleurs, la délimitation géographique du marché de la vente de livres à distance n'a jamais été définie. Toutefois, l'Autorité considère traditionnellement les marchés de la vente à distance comme étant de dimension nationale, compte tenu des différences linguistiques, de l'hétérogénéité des habitudes des consommateurs ainsi que des coûts et délais de livraison<sup>12</sup>.
20. En l'espèce, l'analyse concurrentielle sera menée sur les marchés de la vente au détail de livres en magasins physiques et dans les solderies au niveau national et au niveau local, en prenant en compte une zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement en voiture autour des magasins cibles et une autre zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement à pied autour des magasins cibles. L'analyse concurrentielle sera également menée sur le marché de la vente de livres à distance au niveau national.

---

<sup>10</sup> Voir par exemple, dans le secteur de la distribution automobile, la distinction entre les marchés de la distribution de véhicules automobiles neufs et celui de la distribution de véhicules automobiles d'occasion, dans les décisions de l'Autorité n° 16-DCC-76 du 23 mai 2016 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Languedoc Automobiles et Grand Sud Auto par Peyrot Investissements et n° 16-DCC-79 du 31 mai 2016 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Team Colin des sociétés RN6 Automobile Melun et Automobile Melun.

<sup>11</sup> Voir la décision n° 12-DCC-126 précitée et la décision n° COMP/M.2978 précitée.

<sup>12</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 16-DCC-62 du 24 mai 2016 relative à la prise de contrôle exclusif de Girard-Agediss par 3SI, n° 15-DCC-101 du 30 juillet 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de GrosBill SA par mutares AG et n° 14-DCC-28 du 5 mars 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Mistergooddeal SA par le groupe Darty.

## **B. LE MARCHÉ DE LA VENTE AU DÉTAIL D'ARTICLES DE PAPETERIE**

### **1. LE MARCHÉ DE PRODUITS**

21. Selon la pratique décisionnelle française<sup>13</sup>, les articles de papeterie peuvent être classés en différentes familles de produits utilisés pour l'équipement du bureau professionnel ou domestique, d'une part, et pour les activités scolaires et de loisirs, d'autre part. Les catégories de produits suivantes ont été distinguées : « papier », « façonnés », « écrire et corriger », « dessin et loisirs », « classement », « matériel pour l'école et le bureau », « consommables bureautique et informatique » et « carterie ». La pratique décisionnelle a également relevé que les utilisateurs professionnels s'approvisionnaient en grande partie auprès de grossistes spécialistes du bureau, alors que les produits de papeterie utilisés par les particuliers empruntent deux circuits de distribution, les détaillants traditionnels et les grandes et moyennes surfaces.
22. La partie notifiante considère quant à elle qu'il convient de retenir comme marché pertinent le marché global de la vente au détail d'articles de papeterie dans la mesure où la majorité des détaillants offrent à leur clientèle un linéaire, plus ou moins large, englobant l'ensemble de ces familles de produits.
23. Il n'y a toutefois pas lieu de conclure sur la délimitation précise de ce marché, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées, quelle que soit la définition retenue.

### **2. LE MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE**

24. La délimitation géographique du marché de la vente au détail d'articles de papeterie n'a jamais été définie.
25. Cependant, la pratique décisionnelle française considère que les marchés dans le secteur du commerce de détail revêtent une dimension locale, correspondant à la zone de chalandise de chaque point de vente, même s'il est généralement tenu compte également des stratégies et des positions des différents acteurs sur un plan national.
26. En l'espèce, comme pour les marchés de la vente au détail de livres en magasins physiques, l'analyse concurrentielle sera menée au niveau national et au niveau local, en prenant en compte une zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement en voiture autour des magasins cibles et une autre zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement à pied autour des magasins cibles.

## **III. Analyse concurrentielle**

27. Gibert Joseph exploite 18 magasins situés en France métropolitaine, dont trois sont situés à Paris. Ces derniers sont localisés aux 26, 30 et 34 boulevard Saint-Michel (75006), au 21 rue Marie-Andrée Lagroua Weil-Halle (75013) et au 15 boulevard Barbès (75018). Les magasins

---

<sup>13</sup> Voir la lettre n° 2005-35 précitée, la lettre du ministre de l'économie du 21 février 2003, au conseil de la société Éditions Quo Vadis, relative à une concentration dans le secteur de la papeterie ; la décision n° 99-D-32 du Conseil de la concurrence du 25 mai 1999 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la distribution de certains articles de papeterie.

cibles du groupe Gibert Jeune sont situés sur la place et sur le quai Saint-Michel (75005 et 75006) et au 15 boulevard Saint-Denis (75002) à Paris.

28. Par ailleurs, Gibert Joseph, comme Gibert Jeune, disposent de leur propre site Internet marchand.

## **1. SUR LES MARCHÉS DE LA VENTE AU DÉTAIL DE LIVRES**

### **a) Sur le marché de la vente au détail de livres en magasins physiques**

29. Au niveau national, la part de marché cumulée des parties a été estimée à [0-5] %. Par ailleurs, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence de nombreux acteurs, tels que les groupes Fnac ou Cultura qui exploitent plusieurs magasins en France, une multitude de librairies indépendantes, ainsi que de nombreux hypermarchés et supermarchés proposant également des livres.
30. Au niveau local, les parties sont toutes deux actives à Paris. Dans une zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement en voiture autour des librairies cibles, la part de marché de la nouvelle entité a été estimée à environ [10-20] %. Par ailleurs, la partie notifiante a estimé que la part de marché de la nouvelle entité resterait inférieure à 25 % dans une zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement à pied autour des librairies cibles<sup>14</sup>. En outre, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence de nombreux acteurs, tels que les magasins Fnac, les grandes surfaces commerciales disposant d'un rayon librairie, comme le BHV ou le Bon Marché, ainsi qu'une multitude de librairies indépendantes.
31. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la vente au détail de livres en magasins physiques.
32. Dans l'hypothèse où le marché de la vente au détail de livres en magasins physiques serait distingué entre la vente de livres neufs et la vente de livres d'occasion, cette conclusion resterait inchangée pour les raisons développées ci-après.

#### **i. Sur un éventuel marché de la vente au détail de livres neufs en magasins physiques**

33. Au niveau national, la part de marché cumulée des parties a été estimée à [0-5]3 %. Par ailleurs, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence de nombreux acteurs, tels que les groupes Fnac ou Cultura qui exploitent plusieurs magasins en France, une multitude de librairies indépendantes, ainsi que de nombreux hypermarchés et supermarchés proposant également des livres.
34. Au niveau local, dans une zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement en voiture autour des librairies cibles, la part de marché de la nouvelle entité a été estimée à [5-10] %. Par ailleurs, la partie notifiante a estimé que la part de marché de la nouvelle entité s'élèverait à [20-30] % dans une zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement à pied autour des librairies cibles. Cependant, la nouvelle entité sera confrontée à la concurrence de nombreuses librairies indépendantes, telles que les librairies La Procure ou Eyrolles. En outre, bien que le magasin Fnac situé dans le centre commercial du Forum des

---

<sup>14</sup> Dans une zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes à pied autour des librairies cibles, l'opération de concentration ne conduit qu'à un chevauchement d'activité sur la zone de chalandise des magasins Gibert Jeune situés place et quai Saint-Michel dans laquelle Gibert Joseph est également présent à travers son magasin situé boulevard Saint-Michel.

Halles soit situé en dehors de la zone de chalandise la plus restreinte<sup>15</sup>, la pression concurrentielle que cette grande surface spécialisée est en mesure d'exercer sur la nouvelle entité ne peut être ignorée, compte tenu de sa position en bordure de zone et de la taille de sa surface de vente.

35. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur un éventuel marché de la vente au détail de livres neufs en magasins physiques.

*ii. Sur un éventuel marché de la vente au détail de livres d'occasion en magasins physiques*

36. Selon les estimations de la partie notifiante, les parts de marché des parties seraient les suivantes.

		Part du marché de Gibert Joseph	Part du marché de Gibert Jeune	Part de marché cumulée des parties
<b>Au niveau national</b>		[5-10] %	[0-5] % %	<b>[5-10] % %</b>
<b>Au niveau local</b>	Zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement en voiture autour des librairies cibles	[50-60] %	[20-30] %	<b>[70-80] %</b>
	Zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement à pied autour des librairies cibles	[60-70] %	[20-30] %	<b>[80-90] %</b>

38. Sur un éventuel marché de la vente au détail de livres d'occasion en magasins physiques, la nouvelle entité disposerait donc, au niveau local, d'une part de marché élevée à l'issue de l'opération.
39. Cependant, il convient de relever que les estimations des parts de marché produites par la partie notifiante sont surestimées, dans la mesure où elles sont basées sur des données largement incomplètes qui ne reflètent donc pas entièrement la réalité du marché. En effet, la partie notifiante n'a pas eu accès à l'ensemble des informations pertinentes, en particulier le montant

<sup>15</sup> Selon les estimations issues du site Google Maps, le temps de trajet à pied entre le magasin Fnac du centre commercial du Forum des Halles et les magasins cibles oscille entre 16 minutes et 17 minutes.

des ventes de livres d'occasion réalisées par certaines librairies concurrentes. En outre, elle n'a pas été en mesure d'inclure dans l'estimation de la taille totale du marché les ventes de livres d'occasion réalisées par certains types d'acteurs, tels que des bouquinistes ou d'autres types de professionnels actifs dans des salons professionnels ou des brocantes.

40. Par ailleurs, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence de librairies spécialisées dans la vente de livres d'occasion. En effet, l'entreprise Boulinier exploite actuellement sept librairies dans lesquelles sont proposés quasi exclusivement des livres d'occasion. Parmi ces librairies, cinq sont situées à Paris, dont deux sont plus précisément localisées entre les magasins cibles et les magasins du groupe Gibert Joseph<sup>16</sup>. Il existe également une librairie Boulinier sur la place Joachim du Bellay (75001). Par ailleurs, Boulinier exploite également à Paris deux autres librairies situées au 14 boulevard Jourdan (75014) et au 7 boulevard Bonne Nouvelle (75002).
41. La nouvelle entité fera également face à la concurrence de divers circuits de distribution de livres d'occasion. En effet, les nombreux bouquinistes présents sur les bords de la Seine proposent des livres anciens et d'occasion ; les bourses aux livres au sein des établissements scolaires et universitaires prennent en charge la reprise et la vente d'ouvrages spécialisés ; plus largement, un ensemble de professionnels indépendants et de particuliers proposent à la vente des livres d'occasion, par le biais de salons professionnels, de brocantes ou d'organismes associatifs.
42. Par ailleurs, l'Autorité relève, avec la partie notifiante, que les acteurs en ligne, tels qu'Amazon, Cdiscount, Chapitre.com, PriceMinister, ou Momox, exercent une pression concurrentielle significative et croissante sur les magasins physiques, de sorte que la nouvelle entité devra nécessairement agir en prenant en compte les politiques commerciales de ces acteurs dans le secteur de la vente de livres. À cet égard, il convient de relever que l'Autorité a reconnu, en dépit des divergences qui existent entre ces deux canaux de distribution, que les acteurs de la vente en ligne exercent une pression concurrentielle sur les distributeurs traditionnels, au moins pour certaines catégories de produits et pour certains consommateurs<sup>17</sup>.
43. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur un éventuel marché de la vente au détail de livres d'occasion en magasins physiques.

#### **b) Sur le marché de la vente au détail de livres dans les solderies**

44. Au niveau national, la part de marché cumulée des parties a été estimée à [0-5] %. En outre, la nouvelle entité sera confrontée à la concurrence de nombreux acteurs, tels que les groupes Maxilivres, Cultura, ou Furet du Nord, ainsi qu'une multitude de librairies indépendantes proposant des livres de fin de série.
45. Au niveau local, dans une zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement en voiture autour des librairies cibles, la part de marché de la nouvelle entité a été estimée à [5-10] %. Par ailleurs, la partie notifiante a estimé que la part de marché de la nouvelle entité s'élèvera à [60-70] % dans une zone de chalandise constituée d'un rayon de 15 minutes de déplacement à pied autour des librairies cibles.
46. Cependant, à l'instar de l'activité de vente de livres d'occasion, les estimations des parts de marché produites par la partie notifiante sont basées sur des données largement incomplètes,

---

<sup>16</sup> Les deux librairies Boulinier sont situées aux 16 et 20 boulevard Saint-Michel (75006).

<sup>17</sup> Avis n° 12-A-20 de l'Autorité du 18 septembre 2012 relatif au fonctionnement concurrentiel du commerce électronique.

dans la mesure où elle n'a pu avoir accès à l'ensemble des informations pertinentes, et en particulier aux montants de chiffres d'affaires réalisés par un certain nombre de librairies concurrentes qui proposent en partie des livres de fin de série.

47. Par ailleurs, la nouvelle entité restera confrontée à de nombreux concurrents, telles que les librairies La Procure ou Eyrolles, ainsi qu'une multitude de librairies indépendantes proposant également des livres de fin de série.
48. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la vente au détail de livres dans les solderies.

#### **c) Sur le marché de la vente au détail de livres à distance**

49. Selon les estimations des parties, la part de marché nationale de la nouvelle entité n'excéderait pas [0-5]% sur le marché de la vente au détail de livres à distance. En outre, elle sera confrontée à la concurrence de nombreux acteurs, comme les groupes Amazon, Fnac Darty ou Chapitre.com.
50. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la vente au détail de livres à distance.

#### **2. SUR LE MARCHÉ DE LA VENTE AU DÉTAIL D'ARTICLES DE PAPETERIE**

51. Au niveau national, la part de marché cumulée des parties a été estimée à [0-5] %. Au niveau local, la part de marché des parties restera inférieure à 25 %, quelle que soit la segmentation retenue. En outre, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence de nombreux acteurs, tels que les magasins Office Dépôt, les librairies proposant également des articles de papeterie, ou les grandes surfaces alimentaires ou spécialisées qui disposent d'un espace dédié aux articles de papeterie.
52. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la vente au détail d'articles de papeterie.

## DÉCIDE

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 17-068 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva

---

© Autorité de la concurrence