



**Décision n°15-DCC-70 du 16 juin 2015
relative à la prise de contrôle exclusif
des sociétés Volumen et Loglibris par la société Editis Holding**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 7 mai 2015, relatif à la prise de contrôle exclusif par la société Editis Holding SA de la société Volumen SAS et de sa filiale à 100 % Loglibris SAS, formalisée par un projet de contrat d'acquisition et de cession d'actions et une lettre d'offre en date du 26 mars 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. Editis Holding SA (ci-après, « Editis ») est une société anonyme de droit français détenue à 100 % par le groupe Planeta, groupe international d'origine espagnole, principalement actif, en Europe et dans les pays d'Amérique Latine, dans les secteurs de l'édition, de la communication, du cinéma, de la création et de la commercialisation de contenus et autres produits de divertissement. La société Editis est la holding d'un groupe actif dans les métiers suivants de l'édition :
 - l'édition, qui regroupe toutes les fonctions relatives à la publication d'un livre, à travers 13 maisons d'éditions dont, notamment, Robert Laffont, Le Cherche Midi, La Découverte, Nathan et Univers Poche. Ces maisons d'édition utilisent près de 44 marques, qui couvrent les domaines de la littérature, de l'éducation, de la référence et de la formation scolaire et professionnelle ;
 - la diffusion, c'est-à-dire la commercialisation, auprès des revendeurs, des ouvrages édités par le groupe et par certains éditeurs tiers, à travers la société Interforum et sa filiale RDL, qui disposent d'une force de vente pour la France, la Belgique, la Suisse et le Luxembourg ;

- la distribution, c'est-à-dire la fourniture des prestations logistiques nécessaires à la livraison de livres à la clientèle, à travers la société Interforum et ses filiales, qui interviennent en France (Interforum et DNL), en Suisse (Interforum Suisse), au Canada (Interforum Canada), en Belgique et au Luxembourg (Interforum Benelux) ;
 - la vente de livres.
2. Volumen SAS (ci-après, « Volumen »), actuellement détenue à 100 % par le groupe d'éditions La Martinière, détient la société Loglibris SAS (ci-après, « Loglibris »). Volumen assure la diffusion des ouvrages édités par l'ensemble des maisons d'édition du groupe La Martinière et par des éditeurs tiers indépendants principalement en France, en Belgique, en Suisse et au Canada. Loglibris assure la distribution des ouvrages diffusés par Volumen principalement en France, en Suisse et au Canada. De plus, Volumen détient actuellement 33,33 % de la société Livre Diffusion SAS, les groupes Flammarion et Gallimard détenant chacun un autre tiers du capital de cette société qui a une activité de grossiste et de dépositaire de livres. Préalablement à l'opération, Volumen cédera cette participation à La Martinière Groupe SA¹.
 3. L'opération, formalisée par un projet de contrat d'acquisition et de cession d'actions et une lettre d'offre en date du 26 mars 2015, porte sur l'acquisition de la totalité des actions de Volumen par la société Editis. En ce qu'elle entraîne l'acquisition du contrôle exclusif des sociétés Volumen et Loglibris par le groupe Planeta, l'opération notifiée constitue une opération de concentration au sens de l'article L.430-1 du code de commerce.
 4. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Groupe Planeta : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Volumen : [...] d'euros pour le même exercice). Deux au moins de ces entreprises réalisent en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Groupe Planeta: [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Volumen: [...] millions d'euros pour le même exercice). 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 point I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

II. Définition des marchés pertinents

5. Le groupe Editis, via Interforum et ses filiales, et les sociétés Volumen et Loglibris sont simultanément actifs sur les marchés des services de diffusion et de distribution. De plus, le groupe Editis est actif sur le marché de la vente de livres par les grossistes auprès des revendeurs de niveau 3 (magasins non spécialisés dans la vente de livres), qui présente un lien vertical avec l'activité de diffusion à destination des grossistes des grossistes. Ces marchés seront donc examinés au titre des effets verticaux.

¹ Condition préalable prévue à l'article 12.1 du contrat d'acquisition et de cession d'actions.

A. LES MARCHES DES SERVICES DE DIFFUSION ET DE DISTRIBUTION AUX EDITEURS

1. MARCHES DE SERVICES

6. A la différence d'autres secteurs, la commercialisation de livres n'est pas toujours intégrée aux activités propres des éditeurs mais peut être sous-traitée à des diffuseurs et distributeurs tiers. Editis et Volumen ont toutes deux des structures de diffusion et de distribution qui offrent leurs services aux éditeurs.

a) Les marchés des services de diffusion

7. La diffusion consiste principalement à commercialiser les ouvrages des éditeurs auprès des différentes catégories de revendeurs de livres, par le biais de visites de représentants chargés de présenter les livres à paraître et de promouvoir leur vente.
8. Les autorités de concurrence² ont segmenté le marché des services de diffusion selon la catégorie de revendeurs, en distinguant (i) les librairies de niveau 1 (grandes librairies et grandes surfaces spécialisées en vente de livres) et de niveau 2 (librairies de quartier), (ii) les hypermarchés et (iii) les grossistes, ces derniers étant chargés de la commercialisation de livres auprès de détaillants non spécialisés dans le livre (« revendeurs de niveau 3 »), tels que les supermarchés, les diffuseurs de presse, les stations-services, etc. Cette segmentation est justifiée par l'existence de différences notables dans le fonctionnement de la diffusion selon la catégorie de revendeurs (prestations différentes selon le type de revendeurs, écarts dans les coûts de diffusion, organisation des sociétés de diffusion par niveau de revendeurs, catégories de livres diffusés variant selon le canal de distribution).
9. La partie notifiante suggère de reconnaître l'existence d'un quatrième segment au sein du marché des services de diffusion consistant dans les revendeurs en ligne (ou « e-revendeurs »). Selon la partie notifiante, ces derniers doivent être distingués des revendeurs physiques au motif que les diffuseurs leur proposent des prestations spécifiques afin de répondre à leur besoin d'exhaustivité, les revendeurs en ligne possédant dans leur catalogue des ouvrages classiques mais aussi des ouvrages plus rares. La partie notifiante relève également que les diffuseurs disposent généralement d'équipes commerciales dédiées aux revendeurs en ligne.
10. La grande majorité des répondants au test de marché réalisé au cas d'espèce soutient l'existence du segment des revendeurs en ligne au regard du nombre de références supplémentaires et des services proposés par ces derniers. Néanmoins, la question de l'existence d'un tel segment peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la segmentation retenue.
11. La partie notifiante propose en outre d'inclure les revendeurs de niveau 3 dans le segment des grossistes. Selon la partie notifiante, l'existence de ce segment « grossiste et revendeurs de niveau 3 » serait justifiée par le fait que l'activité traditionnelle de grossiste, qui implique des actes d'achat et de revente de livres, s'est transformée en une activité de diffusion et de

² Voir les décisions les décisions de la Commission européenne n°COMP/M.2978 Lagardère/Natexis/VUP du 7 janvier 2004, n°COMP/M.4611 Egmont/Bonnier du 15 octobre 2007, n°COMP/M.5838 Bertelsmann/Planeta/ Circulo du 5 juillet 2010 ; voir les lettres du ministre de l'économie du 22 mars 2004 au conseil du groupe La Martinière et du 30 mai 2006 au conseil de la société Editis, relatives à une concentration dans le secteur de l'édition de livres ; voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-126 du 30 août 2012 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Flammarion par le groupe Gallimard.

distribution à destination des revendeurs de niveau 3, directement offerte aux éditeurs et où le distributeur-dépositaire est non pas acheteur, mais dépositaire des livres.

12. Toutefois, la pratique décisionnelle n'a pas identifié un marché de la diffusion aux revendeurs de niveau 3, mais deux marchés situés à des niveaux distincts de la chaîne de valeur : le marché de la diffusion auprès des grossistes et le marché de la vente par les grossistes aux revendeurs de niveau 3³. En outre, la majorité des répondants au test de marché ne considère pas que l'ajout des revendeurs de niveau 3 dans le segment des grossistes soit pertinent, dans la mesure où l'évolution de leur activité ne justifie pas une telle extension. Il ne convient donc pas de modifier la définition du segment des grossistes.
13. Par ailleurs, Editis et Volumen sont toutes les deux actives dans la diffusion de livres numériques. A cet égard, la majorité des répondants au test de marché soutient qu'un marché distinct de la diffusion de livres numériques pourrait être retenu. En effet, la diffusion de ce type de livres présente des spécificités, notamment (i) les prestations (toute l'offre disponible de livres numériques est transférée vers les revendeurs sans présentation physique des titres et sans qu'un choix soit opéré au niveau du catalogue), (ii) les modalités contractuelles spécifiques liant le diffuseur au détaillant, (iii) le niveau de concentration du réseau des libraires en ligne (95 % du chiffre d'affaires du livre imprimé se fait avec environ 10 000 comptes clients, alors que 95 % du chiffre d'affaires du livre numérique se fait avec 6 libraires en ligne).
14. Il ressort toutefois de l'instruction qu'une certaine substituabilité demeure entre la diffusion de livres papiers et la diffusion de livres numériques, plusieurs services du diffuseur demeurant inchangés (gestion des ventes et des conditions commerciales). En outre, les principaux prestataires de services de diffusion sont identiques, qu'il s'agisse de livres papiers ou numériques. En tout état de cause, en raison du caractère émergent de ce marché⁴, de la position limitée des parties et de l'absence d'incidence sur les conclusions de l'analyse concurrentielle, quelle que soit l'hypothèse retenue, la question de l'existence d'un marché distinct de la diffusion de livres numériques peut être laissée ouverte.
15. Enfin, la pratique décisionnelle⁵ a estimé qu'il n'était pas pertinent de segmenter le marché des services de diffusion selon la catégorie de livres diffusés dans la mesure où les prestations demeurent identiques et où les contrats de diffusion n'établissent aucune distinction par type d'ouvrages.

b) Les marchés des services de distribution

16. La distribution regroupe toutes les opérations logistiques afférentes à la fourniture des livres à la clientèle, depuis la commande jusqu'à l'encaissement de la facture en passant par la gestion des retours.
17. La pratique décisionnelle⁶ a estimé que le marché des services de distribution ne devait pas être segmenté ni par niveaux de revendeurs, ni par types d'ouvrages distribués, dans la mesure où les prestations logistiques sont relativement uniformes.
18. En l'espèce, il n'y a donc pas lieu de remettre en cause la définition de ces marchés.

³ Voir les décisions précitées.

⁴ Selon l'étude Xerfi de février 2015 relative à l'édition de livres en France, le marché de la vente de livres numériques représente moins de 4,5 % du secteur du livre en 2014 et qui ne devrait pas dépasser 6,5 % du marché total du livre en 2015.

⁵ Voir les décisions précitées.

⁶ Voir les décisions précitées.

2. MARCHE GEOGRAPHIQUE

19. Les autorités de concurrence⁷ ont considéré que les marchés des services de diffusion et de distribution revêtaient une dimension correspondant au bassin francophone de l'Union européenne (France, Belgique francophone et Luxembourg), l'inclusion ou non de la Suisse romande dans le marché pertinent ayant été laissée ouverte.
20. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette définition géographique des marchés des services de diffusion et distribution.

B. LE MARCHE DE LA VENTE DE LIVRE PAR LES GROSSISTES AUX DETAILLANTS DE NIVEAU 3

21. Seul le groupe Editis, via Interforum et RDL, est actif sur le marché de la vente de livres par les grossistes auprès des revendeurs de niveau 3⁸. Ce marché présente néanmoins un lien vertical avec les activités de la cible, Volumen ayant une activité de diffusion à destination des grossistes.

1. MARCHE DE PRODUITS

22. Les détaillants de niveau 3, tels que les supermarchés, les magasins de bricolage ou de jouets ayant un rayon de vente de livres, les kiosques ou les stations-services, s'approvisionnent en livres auprès de grossistes et non directement auprès des éditeurs. En effet, dans la mesure où cette clientèle n'est pas spécialisée dans l'activité livres et n'y réalise qu'un chiffre d'affaires marginal, elle ne dispose pas de la même expertise que les librairies et est en recherche d'une prestation globale « clefs en main », comprenant la fourniture régulière d'un panier restreint d'ouvrages provenant d'éditeurs multiples.
23. Compte tenu des caractéristiques propres de cette activité par rapport au reste du secteur de la vente de livres (niveaux de remises différents, conditions de vente particulières), la pratique décisionnelle⁹ a retenu l'existence d'un marché de la vente de livres par les grossistes aux détaillants de niveau 3 et a estimé qu'il n'était pas pertinent de segmenter ce marché selon la catégorie de livres vendus.

2. MARCHE GEOGRAPHIQUE

24. La pratique décisionnelle¹⁰ a considéré que le marché de la vente de livres par les grossistes aux revendeurs de niveau 3 revêtait une dimension supranationale couvrant au moins le bassin linguistique francophone de l'Union européenne, avec l'inclusion possible de la Suisse romande.

⁷ Voir les décisions précitées.

⁸ Voir la lettre du ministre de l'économie du 30 mai 2006 au conseil de la société Editis, relatives à une concentration dans le secteur de l'édition de livres.

⁹ Voir les décisions précitées.

¹⁰ Voir les décisions déjà précitées.

25. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette définition géographique du marché de la vente de livres par les grossistes aux revendeurs de niveau 3.

III. Analyse concurrentielle

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

26. La position des parties et de leurs concurrents sur les marchés concernés a été estimée à partir des données de chiffre d'affaires pour l'année 2014 communiquées par les principaux acteurs du marché au cours de l'instruction. Ces données concernent le chiffre d'affaires réalisé par les opérateurs pour le compte de tiers et pour leur propre compte. En effet, étant donné l'importance des coûts fixes sur les marchés des services de diffusion et de distribution, « *les ventes internes ont une importance considérable puisqu'elles permettent à un diffuseur/distributeur, d'une part, de rentabiliser son outil de diffusion/distribution et, d'autre part, d'offrir à des tiers des prestations à un coût moindre, tout en le rendant moins sensible à l'éventuel départ d'éditeurs tiers vers des diffuseurs/distributeurs concurrents* ». Dès lors « *si dans le calcul des parts de marché sur les services de diffusion/distribution aux tiers, les ventes internes ne doivent pas être prises en compte, elles doivent l'être dans l'étude de la position concurrentielle de l'entité fusionnée* »¹¹.

1. MARCHES DES SERVICES DE DIFFUSION

27. Editis assure, via Interforum et RDL, la diffusion auprès des revendeurs des ouvrages édités par ses maisons d'édition et par des éditeurs tiers. Volumen assure la diffusion auprès des revendeurs des ouvrages édités par les maisons d'édition du groupe La Martinière et par des éditeurs tiers.
28. Les parts de marché des parties et de leurs concurrents, exprimées en valeur pour l'année 2014, sur chaque segment de marché des services de diffusion, sont reproduites ci-dessous¹² :

¹¹ Décision de la Commission européenne du 7 janvier 2004 n° COMP/M.2978 - Lagardère/Natexis/VUP, précitée.

¹² Les parts de marché ont été calculées sur la base des chiffres d'affaires nets libraires (hors remises) des parties et des principaux concurrents. Les parts de marché calculées selon cette méthodologie sont des estimations dans la mesure où les opérateurs interrogés n'intègrent pas les mêmes éléments dans le chiffre d'affaires réalisé selon les segments de marché envisagés. Dans tous les cas, c'est l'hypothèse la plus défavorable aux parties qui a été retenue.

Groupe	EXTERNE				TOTAL			
	Niveaux 1 et 2	Grossistes	Hyper-marchés	Total externe	Niveaux 1 et 2	Grossistes	Hyper-marchés	Total
Editis	[20-30]%	[5-10]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[30-40]%	[20-30]%
Volumen	[10-20]%	[10-20]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%
Editis +Volumen	[30-40]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[30-40]%	[20-30]%	[30-40]%	[30-40]%
Madrigall	[25-35]%	[55-65]%	[15-25]%	[35-45]%	[25-35]%	[50-60]%	[15-25]%	[25-35]%
Hachette	[15-25]%	[5-10]%	[35-45]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-20]%	[35-45]%	[15-25]%
Delcourt	[5-10]%			[5-10]%	[5-10]%			[0-5]%
Albin Michel	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Media Participations	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Ecole des loisirs	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

29. La part de marché cumulée des parties reste inférieure à 25 % sur le segment de marché des services de diffusion aux grossistes. En revanche, sur le segment des services de diffusion aux revendeurs de niveaux 1 et 2 et sur celui des services de diffusion aux hypermarchés, la part de marché cumulée des parties est supérieure à 25 %.
30. Toutefois, sur le segment des services de diffusion aux hypermarchés, la part de marché cumulée des parties restera modérée ([20-30]%) lorsque sont prises en compte seulement les ventes aux tiers. Lorsque sont également prises en compte les ventes internes, la part de marché cumulée des parties sera plus importante ([30-40]%) mais l'incrément de part de marché entraîné par l'opération sera limité ([0-5]%). De plus, la nouvelle entité fera face à une pression concurrentielle exercée principalement par le groupe Hachette, qui détient une part de marché plus élevée (entre 35 et 45 %), et par le groupe Madrigall, dont la part de marché est comprise entre 15 et 25 %. Enfin, la majorité des éditeurs interrogés dans le cadre du test de marché ont indiqué estimer que la concurrence était forte, voire très forte sur le marché des services de diffusion aux hypermarchés.
31. Sur le segment des services de diffusion aux revendeurs de niveaux 1 et 2, la part de part de marché cumulée des parties atteindra [30-40]%, lorsque sont prises en compte seulement les ventes aux tiers, l'incrément de part de marché entraîné par l'opération étant de [10-20]%. Lorsque sont également prises en compte les ventes internes, la part de marché cumulée des parties sera de [30-40]%, et l'incrément de part de marché de [5-10]%. Cependant, la nouvelle entité fera face à une pression concurrentielle exercée principalement par le groupe Madrigall, qui détient une part de marché équivalente à celle de la nouvelle entité (entre 25 et 35 %), et par le groupe Hachette, dont la part de marché est comprise entre 15 et 25 %. Enfin, la majorité des éditeurs interrogés dans le cadre du test de marché ont indiqué estimer que la concurrence était modérée à très forte sur le marché des services de diffusion aux revendeurs de niveaux 1 et 2.
32. Il convient de noter que les groupes Hachette et Madrigall sont tous deux des groupes d'édition verticalement intégrés, disposant de catalogues importants et diversifiés. Par ailleurs, à l'issue de l'opération, la structure de diffusion d'Albin Michel, qui est de taille moyenne, centrée sur la littérature générale mais également active sur d'autres types d'ouvrages, continuera également d'exercer une pression concurrentielle. Seront également présentes sur le marché des structures de diffusion spécialisées se concentrant généralement

sur un nombre limité de catégories d'ouvrages telles que Media Participations, Delcourt ou Ecole des Loisirs.

33. Il ressort de ces éléments que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés des services de diffusion.

2. MARCHES DES SERVICES DE DISTRIBUTION

34. Le groupe Editis et la société Loglibris interviennent tous les deux en matière de services de distribution de livres en France, en Suisse, en Belgique et au Luxembourg.
35. Les parts de marché des parties et de leurs concurrents exprimées en valeur pour l'année 2014 sur le marché des services de distribution sont reproduites ci-dessous¹³ :

Groupe	EXTERNE	TOTAL
Editis	[20-30]%	[30-40]%
Loglibris	[5-10]%	[5-10]%
Editis + Loglibris	[30-40]%	[30-40]%
Madrigall	[35-45] %	[25-35] %
Hachette	[20-30] %	[20-30] %
Media Participations	[5-10] %	[5-10] %
Albin Michel	[5-10] %	[0-5] %

36. Sur le marché des services de distribution, lorsque sont prises en compte seulement les ventes aux tiers, la part de marché cumulée des parties sera de [30-40] %, l'incrément de part de marché entraîné par l'opération étant de [5-10]%. Lorsque sont également prises en compte les ventes internes, la part de marché cumulée des parties sera de [30-40] %, l'incrément de part de marché entraîné par l'opération étant de [5-10] %.
37. Toutefois, dans les deux cas, la nouvelle entité fera face à une pression concurrentielle exercée principalement par le groupe Madrigall, qui détient une part de marché comprise entre 35 et 45 % lorsque sont prises en compte seulement les ventes aux tiers et entre 25 et 35 % lorsque sont également prises en compte les ventes internes, et par Hachette, dont la part de marché est comprise entre 20 et 30 %. De plus, la nouvelle entité devra faire face à la concurrence de deux opérateurs de taille plus modeste, que sont Media Participations et Albin Michel.
38. Enfin, les quatre concurrents de la nouvelle entité ont indiqué, dans leur réponse au test de marché, que la concurrence était forte, voire très forte sur le marché des services de distribution.
39. Il ressort de ces éléments que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés des services de distribution.

¹³ Les parts de marché ont été calculées sur la base des chiffres d'affaires nets libraires (hors remises) des parties et des principaux concurrents. Les parts de marché calculées selon cette méthodologie sont des estimations. Dans tous les cas, c'est l'hypothèse la plus défavorable aux parties qui a été retenue.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

40. L'opération notifiée aboutira à un renforcement de l'intégration verticale de la partie notifiante, Volumen ayant une activité de diffusion à destination des grossistes et le groupe Editis étant actif sur le marché de la vente de livres par les grossistes auprès des revendeurs de niveau 3.
41. Une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. On parle alors de « verrouillage » ou de « forclusion » des marchés. Une telle situation accroît le pouvoir de marché de la nouvelle entité et lui permet d'augmenter ses prix ou de réduire les quantités offertes. Il est néanmoins peu probable qu'une entreprise ayant une part de marché inférieure à 30 % sur un marché donné puisse verrouiller un marché en aval ou en amont de celui-ci.
42. En l'espèce, un risque de verrouillage par les intrants peut être écarté dans la mesure où la nouvelle entité ne représentera que [20-30]% du marché amont des services de diffusion aux grossistes. Certains grossistes ont néanmoins relevé un risque que la nouvelle entité augmente ses prix par le biais de baisses de remises. De telles baisses n'impacteraient en effet pas les ventes finales de livres aux consommateurs puisque le prix du livre est fixé par l'éditeur en vertu de la loi Lang. Néanmoins, au vu de la part de marché de la nouvelle entité sur le segment de la diffusion aux grossistes, l'adoption d'un tel comportement ne pourrait être de nature à entraîner un effet sensible d'éviction sur les grossistes concurrents.
43. Par ailleurs, le chiffre d'affaires d'Editis représente de l'ordre de [40-50]% du marché de la vente de livres par les grossistes auprès des revendeurs de niveau 3. Tout risque de verrouillage de l'accès à la clientèle peut néanmoins être écarté, dans la mesure où la nouvelle entité n'aurait aucune incitation à mettre en œuvre une telle stratégie, incompatible avec son activité de grossiste consistant à proposer la fourniture régulière d'un panier d'ouvrages provenant d'éditeurs multiples.
44. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 15-043 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre
