

**Décision n° 22-DCC-219 du 14 novembre 2022  
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Aleda par la  
société Française des jeux**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 15 septembre 2022, relatif à la prise de contrôle de la société Aleda par la société Française des jeux, formalisée par un contrat d'acquisition en date du 15 juillet 2022 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Vu les engagements déposés le 27 septembre 2022 et modifiés en dernier lieu le 9 novembre 2022 par la partie notifiante ;

Vu les éléments complémentaires transmis par la partie notifiante au cours de l'instruction ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

## I. Les entreprises concernées et l'opération

1. La société Française des jeux est une société anonyme dont le capital est détenu à 20 % par l'État, à 15 % par des associations d'anciens combattants, à 5 % par Predica et à 4 % par des salariés, le reliquat du capital étant détenu par des investisseurs institutionnels français (14 %) et internationaux (24 %) et par des actionnaires individuels (18 %). Elle forme, avec ses différentes filiale, le groupe FDJ (ci-après « FDJ »). FDJ est actif dans le secteur des jeux d'argent et des paris sportifs. À cet égard, FDJ bénéficie d'un droit exclusif pour organiser et gérer des jeux de loterie en France et d'un droit exclusif pour offrir des jeux de paris sportifs en point de vente physique<sup>1</sup>. Il bénéficie également d'un agrément pour son activité de paris sportifs en ligne. FDJ opère par ailleurs des activités de services B2B à destination d'autres opérateurs de jeux d'argent et de hasard à l'international. Dans le domaine des paiements, via sa filiale FDJ Services, il propose des services d'encaissement pour le compte de tiers. FDJ opère également, via sa filiale L'Addition<sup>2</sup>, dans le secteur des solutions de caisse et des services associés (gestion de point de vente et des équipes, services de paiement) à destination des cafés-hôtels-restaurants (CHR).
2. Aleda est une société par actions simplifiée dont le capital est détenu [confidentiel]. Elle opère dans le secteur des solutions de caisse destinées aux commerces de proximité et de l'intermédiation pour la fourniture de services dématérialisés à ces mêmes commerces.
3. L'opération, matérialisée par un contrat d'acquisition de titres du 15 juillet 2022, consiste en l'acquisition par FDJ de l'intégralité du capital et des droits de vote d'Aleda auprès de ses actionnaires actuels, [confidentiel]. À l'issue de l'opération, Aleda sera contrôlée exclusivement par FDJ. Dès lors que l'opération entraîne un changement de contrôle, elle constitue une 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 (FDJ :  $[\geq 150 \text{ millions}]$  d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 ; Aleda :  $[\leq 150 \text{ millions}]$  d'euros pour l'exercice clos le 31 mars 2022). Chacune de ces entreprises réalise, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (FDJ :  $[\geq 50 \text{ millions}]$  d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 ; Aleda :  $[\geq 50 \text{ millions}]$  d'euros pour l'exercice clos le 31 mars 2022). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au 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, relatives à la concentration économique.

## II. Délimitation des marchés pertinents

---

<sup>1</sup> Conformément à l'article 15 de l'ordonnance n° 2019-1015 du 2 octobre 2019 réformant la régulation des jeux d'argent et de hasard, ces droits exclusifs lui ont été conférés pour une durée de 25 ans.

<sup>2</sup> Dont FDJ a acquis [confidentiel] % du capital et des droits de vote le 28 juillet 2022.

5. Les parties à l'opération opèrent simultanément dans le secteur des solutions de caisse. Aleda fournit et commercialise<sup>3</sup> des solutions globales de caisse<sup>4</sup> à destination des commerces de proximité et plus particulièrement à destination des commerces distribuant des produits de tabac et de presse (ci-après les « tabacs/presse »)<sup>5</sup>. FDJ – via L'Addition – opère des activités similaires à destination des CHR. Elles opèrent également simultanément des activités d'intermédiation pour la vente de services dématérialisés via des solutions globales de caisse ou d'autres terminaux (via ses solutions globales de caisse et TPE pour Aleda, via ses terminaux de prise de jeux pour FDJ).
6. Par ailleurs, compte tenu du fait que le réseau historique de détaillants FDJ pour la distribution de jeux d'argent et de paris sportifs en points de vente se compose principalement de tabacs/presse<sup>6</sup>, le rapprochement congloméral entre ces activités de monopole de FDJ et les activités de commercialisation de solutions globales de caisse à destination des tabacs/presse d'Aleda a été analysé.<sup>7</sup>
7. En conséquence, les marchés de la commercialisation de solutions globales de caisse et de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés sont concernés à titre horizontal. Les marchés des jeux de hasard et paris sportif et des services de paiement sont concernés à titre non-horizontale.

---

<sup>3</sup> [Confidentiel].

<sup>4</sup> Aleda commercialise également des terminaux de paiement électronique (TPE), sous les noms commerciaux Mobilyblue et Mobilyshop, qui permettent aux commerçants d'offrir des services dématérialisés à la vente. La partie notifiante note toutefois que « [confidentiel] ». En 2021, Aleda n'a vendu qu'entre [confidentiel] et [confidentiel] TPE et son parc total installé s'élevait à [confidentiel] TPE, [confidentiel]. Elle souligne plus généralement le « *déclin du marché des TPE* ». La partie notifiante a en outre confirmé que [confidentiel]. Aucun marché n'a par conséquent été considéré comme spécifiquement concerné au titre de l'activité de commercialisation de TPE. En tout état de cause, il a été tenu compte dans la présente décision du parc installé de TPE de la cible aux fins du calcul des parts de marché de cette dernière sur le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés et, par ailleurs, les engagements souscrits par la partie notifiante en vue de remédier aux risques d'effets congloméraux couvrent également les ventes de TPE.

<sup>5</sup> [90-100] % des commerces équipés de solutions globales de caisse Aleda sont des tabacs/presse, le reliquat étant des petits commerces à dominante alimentaire.

<sup>6</sup> Environ [80-90] % des points de vente du réseau de FDJ sont des points de vente ayant au moins une activité de tabac ou presse.

<sup>7</sup> On peut écarter sans analyse plus détaillée tout risque d'effet congloméral entre les activités de monopole de FDJ et les activités –accessoires – de revente de la cible (distribution en gros de produits de téléphonie et de produits pipiers, secteur dans lequel FDJ n'a pas d'activité). En effet, tout d'abord, la partie notifiante indique que « *ces produits et services ne sont ni complémentaires, ni susceptibles d'être groupés vis-à-vis du commerçant* ». Ensuite, l'activité de revente de la cible revêt un caractère accessoire pour elle. Enfin, il ressort de l'instruction que l'objectif économique de l'opération tel qu'attendu par FDJ concerne en premier lieu les activités principales de la cible dans le secteur des solutions de caisse. Le volet relatif aux produits de revente n'apparaît ainsi pas comme étant stratégique pour l'acquéreur. On peut également écarter sans analyse plus détaillée tout risque d'effet vertical entre, d'une part, l'activité de vente d'espaces publicitaires sur les solutions de caisse d'Aleda et, d'autre part, les activités d'annonceur de FDJ n'a pas non plus été analysé. À cet égard la partie notifiante indique que son activité de vente d'espaces publicitaires sur ses solutions de caisse « *a été développée uniquement avec les fournisseurs d'Aleda* [[confidentiel]] *et représente moins de 1 % de son chiffre d'affaires annuel* ». En outre, comme l'Autorité de la concurrence a déjà eu l'occasion de le relever (voir la décision de l'Autorité n° 22-DCC-74 du 25 avril 2022 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Bimedia par la société TA Associates), l'activité de vente d'espaces publicitaires sur les solutions globales de caisse est une activité accessoire de celle de fourniture des solutions globales de caisse qui n'est encore que pas ou peu développée par les différents fournisseurs de solutions globales de caisse. Elle n'apparaît pas aujourd'hui comme un aspect stratégique des solutions globales de caisse pour les utilisateurs.

## A. LES MARCHÉS DE LA COMMERCIALISATION DE SOLUTIONS GLOBALES DE CAISSE

8. Comme cela a été exposé dans une décision récente de l’Autorité, rendue dans le cadre de l’acquisition du contrôle exclusif de la société Bimedia par la société TA Associates<sup>8</sup>, les solutions globales de caisse sont des équipements matériels et logiciels permettant aux commerçants de réaliser différentes tâches liées à leur activité de vente au détail (l’encaissement, la gestion du stock, la saisie de commandes d’approvisionnement, ou encore, dans certains cas, la commercialisation de produits et services tiers, dits « services dématérialisés »). Il s’agit d’outils dédiés à la vente et au pilotage de l’activité des commerçants autour d’un terminal de point de vente (TPV). Elles combinent ainsi les fonctions habituelles des caisses enregistreuses des commerces de détail (la réalisation de transactions) et la gestion logicielle de l’activité du point de vente.
9. Les pratiques décisionnelles européenne et nationale<sup>9</sup> ont distingué les solutions de caisse, qui présentent la caractéristique d’être interconnectées avec les autres équipements informatiques et logiciels du commerce, des simples caisses enregistreuses électroniques, qui n’offrent pas, pour leur part, de telles possibilités d’interconnexion.
10. Par ailleurs, l’Autorité a envisagé – à l’instar de la Commission européenne – d’opérer des segmentations de ce marché en fonction (i) du type de matériel, (ii) du type de prestation, ou encore (iii) du type de commerce. Dans sa décision TA Associates / Bimedia précitée, l’Autorité a écarté les deux premières segmentations envisagées. En revanche, compte tenu de spécificités pouvant être observées tant au niveau de l’offre que de la demande entre les différents types de commerces, l’Autorité avait mené l’analyse au regard du marché le plus restreint sur lequel se chevauchaient les activités des parties, à savoir celui des solutions globales de caisse à destination des tabacs/presse.
11. S’agissant de la délimitation géographique du marché, la Commission européenne a laissé la définition de marché ouverte<sup>10</sup> tout en suggérant que le marché serait de taille européenne ou mondiale. Dans la décision TA Associates / Bimedia précitée, l’Autorité a mené son analyse au niveau national.
12. La partie notifiante n’a pas remis en cause la définition de marché retenue dans la pratique décisionnelle nationale. Il n’y a pas lieu de remettre en cause cette définition dans le cadre de la présente analyse.
13. En l’espèce, les solutions globales de caisse L’Addition (FDJ) et Aleda comprennent à la fois un système de caisse traditionnel et des systèmes périphériques (scanner, tiroir) qui sont vendus indissociablement et permettent d’obtenir une compatibilité optimisée entre le matériel et le logiciel. Leur commercialisation s’accompagne généralement de prestations de maintenance et d’assistance technique. En outre, les solutions globales de caisse L’Addition sont destinées aux CHR, tandis que celles d’Aleda sont destinées aux commerces de proximité et, plus spécifiquement, principalement aux tabacs/presse. Enfin, à l’instar de la cible, FDJ adresse principalement une clientèle de tabacs/presse au titre de son activité principale dans le secteur des jeux de hasard et paris sportifs en point de vente.

---

<sup>8</sup> Décision n° 22-DCC-74 précitée.

<sup>9</sup> Décision de la Commission européenne du 29 juin 2012, M.6606 Toshiba / IBM’s retail stores solutions business et décision de l’Autorité n° 22-DCC-74 du 25 avril 2022 précitée.

<sup>10</sup> Décision *Toshiba / IBM’S Retail Stores Solutions Business* précitée, point 22.

14. En conséquence, l'analyse horizontale sera menée sur le marché national de la fourniture de solutions globales de caisse où les parties à l'opération sont simultanément actives. Le segment de marché de la fourniture de solutions globales de caisse à destination des tabacs/presse sera également analysé au titre de l'analyse conglomérale.

## **B. LES MARCHÉS DE L'INTERMÉDIATION POUR LA VENTE DE SERVICES DÉMATÉRIALISÉS**

15. Les services dématérialisés sont variés : il peut s'agir de services financiers, téléphoniques, administratifs, ou encore de « contenus dématérialisés » (cartes cadeaux, recharges pour jeux en ligne, etc.). Ils sont offerts à la vente au grand public par les commerçants de proximité – et plus particulièrement les tabacs/presse – qui disposent eux même d'un accès à un catalogue de services dématérialisés divers.
16. La très grande majorité des commerçants commercialisent des services dématérialisés par l'intermédiaire d'une solution globale de caisse, notamment dans un souci de simplification de la gestion de la facturation. Au-delà des solutions globales de caisse, d'autres terminaux présents en points de vente permettent la vente au grand public de certains de ces services dématérialisés. Ainsi, par exemple, certains terminaux de prise de jeux et paris de FDJ offrent des services de transfert d'argent, de « paiement de proximité » des impôts, amendes, et factures courantes de service public. Aleda propose quant à elle, en sus de ses solutions globales de caisse, des TPE et des portails internet permettant aux commerçants de vendre des services dématérialisés.
17. Dans la décision TA Associates / Bimedia précitée, l'Autorité a envisagé, tout en laissant la question ouverte, de segmenter le marché de l'intermédiation en tenant compte des spécificités des différentes catégories de services dématérialisés (services financiers, dont le paiement dématérialisé, le transfert d'argent et la collecte de liquidités ; produits et services de téléphonie ; services administratifs ; contenus, etc.). Elle a également opéré une segmentation en fonction du type de commerce et a mené son analyse en considération des commerces de type tabacs/presse uniquement. Elle a également considéré que ce marché était de dimension nationale.
18. La partie notifiante n'a pas remis en cause la définition de marché telle que retenue par la pratique décisionnelle nationale. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette définition dans le cadre de la présente analyse.
19. Au cas présent, l'analyse concurrentielle a donc été menée au niveau national, en considération des commerces de type tabacs/presse et en distinguant selon les différentes catégories de services dématérialisés.

## **C. LES MARCHÉS DES JEUX DE HASARD ET PARIS SPORTIFS**

20. L'Autorité a retenu dans le cadre de son avis n° 11-A-02 du 20 janvier 2011 relatif au secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne qu'une distinction peut être opérée entre, d'une part, les jeux d'argent et de hasard en ligne et, d'autre part, les jeux de hasard et paris sportifs offerts en points de vente.

21. Par ailleurs, la pratique décisionnelle nationale et européenne a identifié un marché de la prise de paris hippiques<sup>11</sup>, marché sur lequel PMU détient un monopole légal en France pour ce qui est des paris hippiques en point de vente.
22. En outre, l'Autorité de la concurrence a identifié un marché spécifique des jeux organisés et commercialisés par la FDJ, caractérisé tant par la spécificité des produits offerts et leur mode de distribution, que par une demande particulière émanant d'une clientèle large, compte tenu en particulier du monopole légal dont bénéficie la FDJ pour ces activités<sup>12</sup>.
23. Sur ces marchés, la pratique décisionnelle européenne considère que la substituabilité du côté de la demande peut être limitée par les caractéristiques des jeux (probabilité et ampleur des gains, temps pour récupérer ses gains) et que, du côté de l'offre, la substituabilité est très limitée entre les différents jeux<sup>13</sup>.
24. S'agissant de la délimitation géographique du marché, la pratique décisionnelle considère que les marchés des jeux de hasard et paris sportifs sont de dimension nationale en raison de l'existence de droits exclusifs nationaux ou d'agrément par une autorité de régulation nationale, de différences fortes de législation entre les pays et de la barrière de la langue<sup>14</sup>.
25. En l'espèce, comme cela a déjà été exposé au paragraphe 1 ci-dessus, FDJ bénéficie d'un droit exclusif pour organiser et gérer des jeux de loterie en France et d'un droit exclusif pour offrir des jeux de paris sportifs en point de vente physique. Il dispose également d'un site internet de jeux de paris sportifs en ligne.
26. Au cas présent, compte tenu des spécificités de l'affaire, il n'y a pas lieu de se prononcer sur la question de la définition exacte de ce marché, l'analyse concurrentielle demeurant inchangée quelle que soit l'hypothèse retenue.

### **III. Analyse concurrentielle**

#### **A. SUR LES RISQUES D'EFFETS HORIZONTAUX**

##### **1. SUR LES MARCHÉS DE LA COMMERCIALISATION DE SOLUTIONS GLOBALES DE CAISSE**

27. Les activités de commercialisation de solutions globales de caisse des parties à l'opération ne s'adressant pas au mêmes types de commerces (commerces de proximité et plus

---

<sup>11</sup> Voir la lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 16 juillet 2008, aux conseils des sociétés PMU et Serendipity Investment, relative à une concentration dans le secteur de la production de contenus d'information hippique à destination des professionnels.

<sup>12</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 17-D-17 du 27 septembre 2017 relative à des pratiques mises en œuvre par la Française des Jeux dans le secteur des jeux de grattage et n° 00-D-50 du 5 mars 2001 relative à des pratiques mises en œuvre par la société Française des Jeux dans les secteurs de la maintenance informatique et du mobilier de comptoir.

<sup>13</sup> Voir la décision de la Commission européenne M.4114 Lottomatica / Gtech du 19 mai 2006.

<sup>14</sup> Voir les décisions n° 14-D-04 du 25 février 2014 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des paris hippiques en ligne et n° 17-D-17 précitée.

particulièrement les tabacs/presse s'agissant d'Aleda ; CHR s'agissant de L'Addition), le chevauchement d'activités n'intervient qu'au niveau global.

28. Selon la partie notifiante, la part de marché cumulée de la nouvelle entité y sera inférieure à 5 % ([0-5] % pour Aleda et [0-5] % pour L'Addition).
29. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur ce marché.

## **2. SUR LES MARCHÉS DE L'INTERMÉDIATION POUR LA VENTE DE SERVICES DÉMATÉRIALISÉS EN TABACS/PRESSE**

30. Aleda est active sur les marchés de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés en tabacs/presse via ses solutions globales de caisse (Lynx, Kapséo et Kapséo+)<sup>15</sup>. Les services dématérialisés concernés sont des moyens et services de paiement, des services de transfert d'argent, des produits et services de téléphonie, des crédits de jeux vidéo en ligne et des cartes cadeaux.
31. Depuis 2017, FDJ développe également une activité d'intermédiation pour la vente de services dématérialisés via ses terminaux de prise de jeux (Neptune). En particulier, sont proposés depuis ces terminaux un service de transfert d'argent avec Western Union (uniquement chez les détaillants ayant accepté de devenir agents de cette société) et un service de paiement de factures et amendes émises par la Direction générale des finances publiques. Un service plus étendu d'encaissement de factures de tiers (bailleurs sociaux, exploitants d'autoroutes, entreprises du secteur de l'eau) est en cours de développement.
32. En conséquence, les parties à l'opération sont simultanément actives sur les marchés de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés en tabacs/presse, en particulier sur les services de paiement et de transfert d'argent.
33. Sur la base d'une estimation de marché en valeur<sup>16</sup>, les parts de marché de la nouvelle entité seront, selon la partie notifiante, inférieures à 10 % quelle que soit la segmentation envisagée.
34. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porte atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur ces marchés.

## **B. SUR LES RISQUES D'EFFETS CONGLOMÉRAUX**

---

<sup>15</sup> Aleda opère également des activités d'intermédiation pour la vente de services dématérialisés via ses TPE (Mobilyblue et Mobilyshop), et via ses portails internet destinés aux commerçants (Sésame) ou aux consommateurs (Topengo), dont les caractéristiques apparaissent comme étant peu adaptées à une utilisation principale par des commerces de type tabacs/presse pour la vente de services dématérialisés. Néanmoins, dans une approche conservatrice, l'intégralité du chiffre d'affaires réalisé par Aleda en lien avec ses activités d'intermédiation pour la vente de service dématérialisé via ses solutions globales de caisse, ses TPE et ses plateformes a été pris en compte aux fins du calcul de ses parts de marché sur le marché de l'intermédiation pour la vente de services dématérialisés en tabacs/presse.

<sup>16</sup> Compte tenu de la diversité des terminaux des parties à l'opération dans lesquels sont offerts à la vente les services dématérialisés.

## **a) Introduction**

35. Une concentration est susceptible d'emporter des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur des marchés présentant des liens de connexité avec d'autres marchés sur lesquels elle détient un pouvoir de marché. Certaines concentrations conglomérales peuvent en effet produire des effets restrictifs de concurrence lorsqu'elles permettent de lier techniquement ou commercialement, les ventes des produits de la nouvelle entité de façon à verrouiller le marché et à évincer les concurrents.
36. FDJ et Aleda commercialisent toutes deux leurs produits et services auprès de la clientèle des tabacs/presse. En effet, le réseau FDJ compte environ [80-90] % de tabacs/presse. S'agissant d'Aleda, les tabacs/presse représentent plus de 90 % de ses clients.
37. Ainsi, un lien de connexité peut être établi entre les activités de FDJ sur le marché des jeux de hasard et de paris sportifs offerts en point de vente, sur lequel elle détient une position de monopole<sup>17</sup> et, les activités de la cible sur le marché de la commercialisation de solutions globales de caisse à destination des tabacs/presse.
38. La nouvelle entité pourrait ainsi, forte du monopole de FDJ lié à la distribution des jeux et paris, utiliser son droit exclusif comme un levier et chercher à accroître les ventes des solutions globales de caisse Aleda auprès des tabacs/presse. Différentes stratégies peuvent être envisagées. La nouvelle entité pourrait chercher à élaborer des offres couplées pour accroître les ventes de solutions de caisse Aleda (stratégie d'offres couplées). FDJ pourrait également chercher à conditionner l'obtention, le maintien ou le renouvellement de l'agrément nécessaire aux tabacs/presse pour commercialiser ses jeux et paris à une utilisation, par le commerçant, d'une solution de caisse Aleda (stratégie de subordination de l'agrément). La nouvelle entité pourrait encore chercher à réserver certaines fonctionnalités aux commerçants disposant de solutions globales de caisse Aleda (stratégie de groupage technologique). Enfin, elle pourrait également tenter de dégrader les conditions d'accès aux produits et services de FDJ des commerçants équipés de solutions de caisses concurrentes de celles d'Aleda, pour accroître les ventes de solutions globales de caisse Aleda (stratégie de dégradation de l'interopérabilité). Certains répondants au test de marché ont exprimé la crainte que la nouvelle entité puisse tirer avantage des informations liées à l'activité des tabacs/presse obtenues dans le cadre de l'agrément FDJ pour avantager Aleda. Cependant, il n'a pas été démontré que la FDJ disposerait d'informations privilégiées qui constitueraient un avantage pour Aleda pour la prospection de nouveaux exploitants de tabacs/presse ou de détaillants disposant actuellement de solutions globales de caisse de concurrents de nature à susciter un effet d'éviction.

## **b) Analyse du risque de verrouillage**

39. Une concentration produit des effets non coordonnés de nature conglomérale lorsqu'elle permet à la nouvelle entité de restreindre ou d'empêcher l'accès à un ou plusieurs marchés. En effet, une entreprise qui bénéficie ou renforce une position forte sur un marché peut être en mesure de verrouiller l'accès à un ou plusieurs marchés connexes en exploitant un effet de levier, c'est-à-dire, notamment, la capacité pour une entreprise d'augmenter les ventes d'un produit ou d'un service sur un marché en exploitant la forte position sur le marché d'un autre produit ou service auquel le premier produit ou service est lié, connexe ou groupé.

---

<sup>17</sup> FDJ, qui détient le droit exclusif pour offrir des jeux de paris sportifs en point de vente physique, organise la distribution en point de vente en agréant ces détaillants points de vente



40. Quand elle analyse des effets congloméraux, l’Autorité examine si la nouvelle entité aurait, après la concentration, la possibilité de verrouiller l’accès à un ou des marchés, si elle serait incitée à le faire et si une stratégie de verrouillage aurait un effet significatif sur les marchés en cause. En pratique, ces trois conditions sont étroitement liées.

*Sur la capacité de la nouvelle entité à mettre en œuvre une stratégie de verrouillage*

41. La partie notifiante soutient que FDJ n’aurait ni l’incitation, ni la capacité de verrouiller le marché des solutions globales de caisse en utilisant le levier de son droit exclusif. Elle souligne en particulier qu’elle en serait incapable car les concurrents d’Aleda disposeraient des moyens commerciaux de s’opposer à une telle tentative et que les détaillants resteraient les « *seuls décisionnaires des solutions de caisse qu’ils utilisent dans leurs points de vente et [seraient] donc à même de permettre ou refuser l’accès aux différents prestataires* ». À cet égard elle souligne que « [confidentiel] *Logista France est l’opérateur historique du marché du tabac qui assure 98 % de la gestion logistique et de la distribution des produits des industriels du tabac sur le territoire* ». Elle indique encore que « *les seules interactions identifiées à date entre l’activité déployée sur le terminal de jeux et la solution de caisse tiennent [...] à la comptabilisation des jeux à gratter (qui restent ensuite à valider sur le terminal) et à la reprise des opérations d’encaissement et de décaissement sur les jeux en temps réel enregistrées sur le terminal pour les besoins d’un établissement facilité de la comptabilité du détaillant* ».
42. Au cas présent, tout d’abord, la nouvelle entité disposera du droit exclusif de FDJ sur le marché des jeux de hasard et de paris sportifs en points de vente. En conséquence, elle y détiendra un pouvoir de monopole.
43. Ensuite, la nouvelle entité ne sera pas face à des clients disposant d’un contrepouvoir significatif. En effet, les produits proposés par la FDJ sur ce marché constituent une source de revenu significative pour chacun de ses clients (en grande majorité des buralistes et marchands de presse). La partie notifiante a indiqué à cet égard que « [confidentiel] ». Par ailleurs, FDJ fait face à des clients atomisés, composés essentiellement de commerçants indépendants représentant individuellement un poids limité dans le chiffre d’affaires de FDJ. Enfin, il n’existe pas d’alternatives à l’offre de jeux de hasard et de paris sportifs de FDJ en points de vente, alors même que la partie notifiante décrit les « *buralistes et de distributeurs de presse* » comme « *étant particulièrement intéressés par la distribution des jeux de FDJ pour compenser les ventes de tabac et de presse, en baisse constante et assurer également un trafic dans leurs points de vente, qui sont également souvent des bars* ». En conséquence, les clients de FDJ ne disposent pas d’un contrepouvoir suffisant pour limiter la capacité de FDJ à mettre en place une stratégie de verrouillage.
44. De plus, FDJ est en mesure de retirer l’agrément d’un commerçant, la résiliation de l’agrément apparaissant relativement aisée au regard du contrat type liant FDJ et les détaillants de son réseau. Le contrat d’agrément transmis par la partie notifiante prévoit en effet en son article 9.1.2 le cas de « rupture unilatérale du Contrat » par FDJ en vertu duquel FDJ peut résilier l’agrément sous réserve d’un préavis de [confidentiel] mois.
45. Par ailleurs, comme cela a été exposé aux paragraphes 101 et suivants de la décision n° 22-DCC-74, il existe une certaine fluidité sur le marché des solutions globales de caisse, ce qui permettrait à un tabac/presse de changer d’équipement relativement facilement. En conséquence, la nouvelle entité aura la capacité à relativement court-terme de mettre en place un éventuel effet de levier.

46. En outre, la capacité de réaction de la majorité des concurrents de la nouvelle entité sur ce marché est limitée. En effet, tous les concurrents de la nouvelle entité ne sont pas des acteurs disposant de positions fortes sur des marchés connexes. Ils ne seraient pas en mesure de contrer, seuls, une éventuelle stratégie de couplage de la nouvelle entité. Seul Strator est adossé au groupe Logista, qui est un acteur très significatif de la distribution en gros de tabac en France. Toutefois, la présence de cet acteur n'est pas de nature à limiter entièrement la capacité de la nouvelle entité à mettre en œuvre un effet de levier. De plus, FDJ adresse un nombre très important de tabacs/presse<sup>18</sup>. Ainsi, la nouvelle entité disposera de la capacité de mettre en œuvre un effet de levier à partir du marché des jeux de hasard et de paris sportifs en point de vente sur une part significative du marché des solutions globales de caisse à destination des commerçants distribuant de la presse et du tabac.
47. En conséquence, la nouvelle entité disposera de la capacité de mettre en place un effet de levier à partir de sa position sur le marché des jeux de hasard et de paris sportifs en points de vente.

***Sur l'incitation de la nouvelle entité à mettre en œuvre une stratégie de verrouillage***

48. La partie notifiante ajoute que la nouvelle entité n'aurait aucun intérêt à lier la mise à disposition des terminaux de jeux et la solution de caisse Aleda. En substance, compte tenu d'un contexte d'érosion de son parc de points de vente, cette stratégie l'exposerait à un risque de perte de points de vente. Or chaque point de vente générerait un chiffre d'affaires annuel d'environ [50 000-100 000] euros pour FDJ, quand celui généré pour Aleda ne serait que de l'ordre de [5 000-10 000] euros par point de vente (dont seulement [1 000-2 000] euros portant sur la mise à disposition et la maintenance de la solution globale de caisse). Un couplage restreignant l'accès aux jeux FDJ aux points de vente équipés Aleda risquerait donc de générer des pertes et risques disproportionnés au regard des gains qu'elle pourrait retirer de la vente de solutions de caisse Aleda supplémentaires. La partie notifiante indique encore que la nouvelle entité n'aurait pas plus l'incitation de réduire les capacités de communication entre terminal de jeux et solutions de caisse. En substance, cela consisterait à revenir sur une pratique de marché qui serait désormais clairement établie et ne pourrait se faire sans susciter une opposition massive.
49. Au cas présent, concernant le risque de vente couplée et de subordination, il apparaît que l'essentiel des ventes de solutions globales de caisse sont conclues grâce à des démarchages effectués par les forces de vente des fournisseurs de solutions globales de caisse (ou de distributeurs opérant pour leur compte) et non à l'initiative des commerçants<sup>19</sup>. En conséquence, la nouvelle entité sera incitée à transformer tout contact commercial de FDJ avec un commerçant agréé ou candidat à l'agrément en un contact commercial pour proposer les solutions globales de caisses Aleda, afin d'accroître son chiffre d'affaires.
50. L'incitation à mettre en œuvre ce couplage est d'autant plus forte que le risque de perte de chiffre d'affaires est faible. En effet, comme cela a été indiqué précédemment, les produits et services de FDJ représentent un poste important dans le chiffre d'affaires des commerçants

---

<sup>18</sup> En 2021, [confidentiel] des [confidentiel] points de vente du réseau FDJ avaient au moins une activité buraliste et/ou de presse.

<sup>19</sup> À titre d'illustration, la partie notifiante indique que dans plus de 90 % des cas les ventes ou location (*leasing*) de solutions globales de caisse Aleda aux tabacs/presse sont réalisées grâce aux démarchages effectués par ses forces de ventes ou celles de ses distributeurs.

et il est peu probable que ces derniers décident de renoncer aux produits FDJ pour conserver leur solution de caisse, surtout en l'absence d'alternatives à ces produits.

51. Concernant plus spécifiquement le risque de couplage technologique, la mise en œuvre d'une interopérabilité, exclusive, entre le terminal FDJ et la solution globale de caisse Aleda constituerait un argument commercial important, que les concurrents d'Aleda ne seraient pas en mesure de répliquer unilatéralement, la participation de FDJ étant nécessaire pour aboutir à une quelconque interopérabilité avec le terminal. En effet, la FDJ met aujourd'hui à disposition de l'ensemble des fournisseurs de solutions globales de caisse les solutions qu'elle développe pour améliorer les conditions de vente des détaillants. FDJ permet ainsi la numérisation des carnets de jeux par une solution de caisse (afin de permettre au détaillant de gérer ses ventes via la solution de caisse) et a développé un projet pour faciliter la comptabilité des opérations de jeux de tirage et de paris sportifs par les détaillants agréés. L'absence d'interopérabilité entre les produits et services FDJ et les solutions globales de caisse constituerait ainsi un problème pour les commerçants clients (perte de productivité pour ces derniers).
52. En outre, une stratégie de couplage technologique serait d'autant plus efficace qu'elle permettrait à Aleda de proposer des services FDJ exclusifs et différenciants qui seraient propres à ses solutions globales de caisse.
53. Ainsi, il apparaît que la nouvelle entité sera incitée à mettre en œuvre un effet de levier depuis ses activités de jeux de hasard et de paris sportifs en points de vente.

#### *Sur la question des effets éventuels de la mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage*

54. Au cas présent, une stratégie d'offres couplées, une stratégie de subordination de l'agrément, une stratégie de groupage technologique ou encore une stratégie de dégradation de l'interopérabilité seraient susceptible de diminuer de manière significative les ventes des concurrents sur le marché des solutions globales de caisse à destination tabacs/presse.
55. En effet, comme indiqué précédemment, l'offre de jeux de hasard et de paris sportifs constitue un poste de revenus important pour les commerçants distribuant du tabac et/ou de la presse. La mise en œuvre d'une des stratégies visées ci-dessus constituerait un avantage commercial significatif et non répliquable par la majorité des concurrents d'Aleda, et serait de nature à conduire à un accroissement sensible de la part de marché d'Aleda sur le marché des solutions globales de caisse.
56. Par ailleurs, dans l'hypothèse où Strator serait effectivement en mesure de contrer une telle stratégie d'éviction de la part de FDJ en s'appuyant sur sa position sur le marché de la distribution de tabac, cela ne serait pas de nature à limiter l'éviction des autres concurrents du marché. Un tel comportement pourrait alors conduire à la mise en place d'un duopole entre Aleda et Strator.
57. En conséquence, une stratégie de verrouillage pourra porter atteinte de manière significative à la concurrence par le biais d'effets congloméraux sur les marchés de la commercialisation de solutions globales de caisse à destination des tabacs/presse.

#### *Conclusion*

58. Il résulte de ce qui précède qu'un risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux ne peut être exclu. Toutefois, la partie notifiante a présenté des engagements, analysés en section IV de la présente décision afin de remédier à un tel risque, de nature à écarter tout doute sérieux d'atteinte à la concurrence par le biais de tels effets.

## IV. Les engagements

59. Afin de remédier aux effets anticoncurrentiels identifiés ci-dessus, FDJ a présenté le 27 septembre 2022 une proposition d'engagements, dont le contenu a été soumis à un test de marché. Une ultime version de sa proposition d'engagements a été proposée à l'Autorité le 9 novembre 2022. Cette dernière version a été jugée suffisante par l'Autorité pour répondre aux préoccupations de concurrence soulevées par l'opération et a été acceptée par l'Autorité.
60. Les engagements du 9 novembre 2022 sont donc ceux présentés dans les développements qui suivent. Leur texte, joint en annexe, fait partie intégrante de la présente décision.

### A. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS

61. En premier lieu, la partie notifiante s'engage à ne pas subordonner l'octroi, la modification ou le retrait de l'agrément FDJ au recours à une solution globale de caisse Aleda. Elle s'interdit également de proposer des offres couplées (« engagement n° 1 »).
62. La partie notifiante s'engage par ailleurs à assurer l'information des tabacs/presse détaillants FDJ ou aspirants détaillants FDJ de l'existence de ces engagements au moyen de l'insertion de mentions ostensibles dans le corps du texte, respectivement, du document précontractuel adressé aux détaillants souhaitant présenter leur candidature à l'obtention d'un contrat d'agrément (acte de candidature) et du contrat d'agrément, ainsi que sur le portail intranet à destination des détaillants agréés (professionjeux.com). Ces mentions précisent qu'un mandataire a été nommé pour contrôler le respect de l'engagement et indiquent que les coordonnées de ce dernier sont disponibles sur le site de l'Autorité ainsi que sur le portail intranet professionjeux.com.
63. De plus, la partie notifiante s'engage à intégrer pleinement une mention à ces principes de non-subordination et de non-couplage des ventes, ainsi qu'une fiche spécifique intitulée « Solutions de caisse et services dématérialisés » reprenant les clauses pertinentes du contrat d'agrément et de l'acte de candidature, sur le portail interne Reso.com, que la partie notifiante identifie comme étant le lieu rassemblant la documentation interne mise à disposition de sa force de vente. Cette mention apparaîtra également dans la rubrique « l'information en continu » de ce même portail pour annoncer la réalisation de l'opération.
64. En second lieu, afin de remédier aux risques de groupage technologique et de dégradation de l'accès des concurrents d'Aleda aux services de FDJ, la partie notifiante s'engage à maintenir et à assurer à l'avenir l'interopérabilité mise en place pour permettre l'utilisation des services et applications directement liés aux jeux et paris développés dans le cadre de son activité de monopole par les détaillants utilisant des solutions globales de caisse concurrentes à celles d'Aleda (« engagement n° 2 »).
65. Trois principaux volets de mise en œuvre sont prévus dans le cadre de l'engagement n° 2. Les deux premiers garantissent le maintien de la communication à tous les concurrents de la cible, respectivement, des informations permettant le référencement et la gestion des stocks de carnets de jeux de grattage et des informations techniques permettant la communication des données comptables relatives aux jeux et paris.
66. Le troisième volet garantit le maintien de l'interopérabilité pour les nouveaux services et applications développés par FDJ et directement liés à son activité de monopole pour les jeux

et paris (« nouveaux services liés »). À cet égard, dans le cas où FDJ développerait de nouveaux services liés, elle adressera une offre aux concurrents d'Aleda au moins 15 mois avant l'activation de tout nouveau service lié. S'agissant des concurrents d'Aleda souhaitant bénéficier des nouveaux services liés concernés, FDJ leur permettra de procéder aux opérations de développement spécifiques nécessaires. Elle leur transmettra dans ce cadre toutes les informations techniques nécessaires, en assurant un même niveau d'information et de transmission qu'à l'égard d'Aleda, au moins douze mois avant l'activation des nouveaux services liés concernés. La transmission sera gratuite, FDJ ne pouvant refacturer, sur une base individuelle, que les éventuels coûts et charges de développement communs.

67. Tout projet d'offre de nouveaux services liés, ainsi que les projets d'accords et/ou de licences afférents devront être transmises au mandataire. Les offres, la transmission des informations nécessaires, ainsi que les listes des destinataires des offres et le nom des concurrents d'Aleda ayant accepté l'offre, précisant les dates, seront transmises chaque année au mandataire.
68. Le suivi de la mise en œuvre de ces engagements sera assuré par un mandataire. En plus de ses missions classiques de suivi et de rapport sur la mise en œuvre des engagements, celui-ci pourra également proposer à FDJ des mesures qu'il jugerait de son propre chef utiles afin d'assurer le respect des engagements, en ce compris les modalités de résolution de toute éventuelle difficulté d'exécution qui lui aurait été remontée par un concurrent.
69. La durée des engagements est indexée sur celle du monopole de FDJ sur les jeux et paris.

## **B. APPRÉCIATION DES ENGAGEMENTS PROPOSÉS**

70. Les mesures destinées à remédier aux atteintes à la concurrence résultant de l'opération notifiée doivent être conformes aux critères généraux définis par la pratique décisionnelle et la jurisprudence, afin d'être jugées aptes à assurer une concurrence suffisante.
71. L'Autorité recherche en priorité des mesures structurelles pour remédier aux risques d'atteinte à la concurrence. Toutefois, dans la mesure où un remède de nature comportementale apparaît au cas d'espèce plus approprié pour prévenir les risques d'atteintes à la concurrence résultant de l'opération, il convient de définir un tel remède de manière à assurer son efficacité et sa contrôlabilité.
72. Par ailleurs, ces remèdes doivent être nécessaires et efficaces (c'est-à-dire qu'ils permettent effectivement de remédier aux atteintes à la concurrence identifiées et que l'efficacité des engagements n'est pas dépendante de la diligence de la partie notifiante) et être proportionnés (en particulier ils n'ont pas vocation à accroître le degré de concurrence qui existait sur un marché avant l'opération de concentration). Leur mise en œuvre ne doit pas soulever de doute (ce qui implique qu'ils soient rédigés de manière précise, sans ambiguïté et que les modalités opérationnelles pour les réaliser soient suffisamment détaillées) et être rapide (la concurrence n'étant pas préservée tant qu'ils ne sont pas réalisés). Enfin, ils doivent être contrôlables (la partie notifiante devant prévoir un dispositif de contrôle, le cas échéant en proposant la nomination d'un mandataire indépendant, permettant à l'Autorité de s'assurer de leur réalisation effective).
73. En l'espèce, tout d'abord, les engagements sont de nature comportementale et apparaissent comme étant plus appropriés que des engagements structurels pour prévenir les risques congloméraux identifiés aux paragraphes 35 et suivants ci-dessus, à savoir l'utilisation de FDJ de son monopole sur les jeux et paris comme d'un levier pour accroître les ventes des solutions globales de caisse d'Aleda.

74. Ensuite, par leur objet, les engagements permettent de prévenir efficacement le risque de mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage de la part de la nouvelle entité, et en particulier des stratégies d'offres couplées, de subordination de l'agrément FDJ, de groupage technologique ou encore de dégradation de l'interopérabilité qui sont mentionnées au paragraphe 38 ci-dessus.
75. En effet, aux termes de l'engagement n° 1, la partie notifiante s'engage à ne pas mettre en œuvre de stratégie de subordination de l'octroi, de la modification ou du retrait de l'agrément au recours à une solution globale de caisse Aleda. Elle s'interdit également tout couplage d'offres. Elle s'engage par ailleurs à communiquer sur l'existence de l'engagement auprès des membres de son réseau ainsi que de sa force de vente. Ainsi, la documentation contractuelle à destination des candidats à l'agrément ainsi que la documentation à l'attention de la force de vente de FDJ comporteront un rappel à cet engagement de non-subordination et de non couplage. Par ailleurs, les coordonnées du mandataire en charge du contrôle des engagements seront communiquées sur le site de FDJ à destination des commerçants. Les modalités de cet engagement permettront aux commerçants de prendre connaissance du cadre dans lequel l'agrément doit exister ainsi que de l'existence d'un interlocuteur désigné. Toute déviation de FDJ par rapport au cadre de cet engagement pourra être signalée par les commerçants au mandataire. En cela l'engagement n° 1 remédie aux risques d'élaboration d'offres couplées et de subordination de l'agrément FDJ par la nouvelle entité.
76. Aux termes de l'engagement n° 2, la partie notifiante s'engage à maintenir et à assurer à l'avenir l'interopérabilité mise en place pour permettre l'utilisation des services et applications directement liés aux jeux et paris développés dans le cadre de son activité de monopole par les détaillants utilisant des solutions globales de caisse concurrentes. Cela permet donc d'assurer que l'opération ne se traduira pas par une dégradation de l'accès des concurrents d'Aleda aux informations relatives aux produits FDJ ou, encore, par un groupage technologique entre les produits et services issus du monopole de FDJ sur les jeux et paris et ceux de la cible.
77. Plus particulièrement, il ressort des informations transmises par la partie notifiante dans le cadre de l'instruction que l'interopérabilité entre les activités de monopole sur les jeux et paris de FDJ et les solutions globales de caisse existante aujourd'hui consiste concrètement en des solutions permettant d'intégrer à toutes les solutions de caisse une fonction de numérisation des carnets de jeux (permettant au détaillant de comptabiliser ses ventes de jeux de grattage directement sur la solution de caisse dès lors qu'elles sont validées sur le terminal) et de faciliter la reprise des opérations d'encaissement/décaissement des opérations de jeux et de paris sur les solutions de caisse utilisées par les détaillants agréés.
78. À cet égard, en s'engageant à maintenir la communication à tous les concurrents de la cible, respectivement, des informations permettant le référencement et la gestion des stocks de carnets de jeux de grattage et des informations techniques permettant la communication des données comptables relatives aux jeux et paris, l'engagement permet donc d'assurer que l'opération ne se traduira pas par une dégradation de l'accès des concurrents d'Aleda aux informations relatives aux produits FDJ.
79. [Confidentiel]. Par ailleurs, il ne peut être exclu que FDJ développe à l'avenir de nouveaux projets visant à améliorer l'interopérabilité avec les solutions globales de caisse. Enfin, le terminal de prise de jeux FDJ actuel (Neptune) pourrait évoluer, être remplacé par un nouveau terminal ou encore devenir virtuel.
80. À cet égard, en s'engageant à garantir le maintien de l'interopérabilité pour les nouveaux services liés qu'elle développerait et à respecter des modalités spécifiques visant à assurer,

en particulier, un traitement non discriminatoire à l'égard de tous les fournisseurs de solutions globales de caisse, l'engagement permet à l'ensemble des fournisseurs de solutions globales de caisse de bénéficier des futures possibilités accrues de communication entre le terminal FDJ et les solutions globales de caisse. Cet engagement permet donc d'éviter que l'opération ne se traduise par un groupage technologique au bénéfice exclusif d'Aleda. De plus, dans sa conception, l'engagement apparaît comme étant suffisamment évolutif car visant largement tous les nouveaux services et applications qui seraient directement liés aux activités de monopole de FDJ sur les jeux et paris et, par ailleurs, bénéficiant non seulement aux concurrents actuels d'Aleda tels que Strator ou Devlyx/Bimedia, mais également à tout nouvel entrant qui fournirait des solutions de caisse à destination des commerces de proximité indépendants distribuant, ou susceptibles de distribuer, les jeux et paris FDJ.

81. Par ailleurs, ces engagements sont proportionnés car visant uniquement à remédier aux risques spécifiquement identifiés comme étant soulevés par l'opération. De plus, ils prévoient des modalités opérationnelles encadrant leur mise en œuvre et prévoient un dispositif de contrôle adéquat.
82. Enfin, ces engagements s'appliqueront pendant toute la durée pendant laquelle FDJ serait susceptible de mettre en œuvre un levier.
83. En conséquence, l'Autorité considère que les engagements proposés par FDJ sont suffisants pour lever les doutes sérieux d'atteinte à la concurrence découlant de l'opération.

## DÉCISION

**Article unique :** L'opération notifiée sous le numéro 22-174 est autorisée sous réserve des engagements décrits ci-dessus et annexés à la présente décision.

Le président,

Benoît Cœuré

---

© Autorité de la concurrence