

**Décision n° 23-DCC-151 du 25 juillet 2023
relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Sirestco par le
groupe Areas**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 15 mai 2023, relatif à la prise de contrôle du groupe Sirestco par le groupe Areas, *via* la société Holding de restauration concédée, une filiale de Financière PAX, la société mère du groupe Areas, formalisée par une lettre d'offre finale d'acquisition signée par les représentants de l'acquéreur le 8 novembre 2023 et contresignée par le représentant de la cible le 13 novembre 2023 ;

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 ;

Vu les engagements déposés le 29 juin 2023 et modifiés en dernier lieu le 21 juillet 2023 par la partie notifiante ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

Résumé¹

Le 15 mai 2023, le groupe Areas a notifié à l'Autorité de la concurrence un projet de concentration conduisant à la prise de contrôle exclusif de la société Sirestco.

Les parties à l'opération sont principalement actives dans le secteur de la restauration de concession sur les aires de services d'autoroute. À ce titre, elles sont présentes sur le marché amont de l'attribution de concession de services de restauration sur autoroute ainsi que sur les marchés aval de la fourniture de services de restauration sur autoroute. Concernant ces marchés aval, la pratique décisionnelle de la Commission européenne et l'Autorité de la concurrence distingue les marchés de la restauration *stricto sensu*, de la restauration légère et de la vente de produits alimentaires en boutiques et appareils de distribution automatique. Par ailleurs, les parties sont simultanément présentes sur le marché amont de l'approvisionnement en produits alimentaires, en tant qu'acheteuses, et sur le marché de la distribution de tabac au détail.

L'Autorité considère que l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché de la fourniture de services de restauration sur autoroute sur les autoroutes A5 et A19, liés au renforcement de la position de la nouvelle entité sur les marchés identifiés par la pratique décisionnelle et à l'absence d'une concurrence alternative suffisante à l'issue de l'opération. Sur l'A5, l'Autorité a, en effet, constaté que la nouvelle entité disposera, dans les deux sens de circulation, de parts de marché supérieures à 50 % sur les marchés de la restauration *stricto sensu* et de la restauration légère. Sur l'A19, l'Autorité a, également, constaté que la nouvelle entité disposera, dans les deux sens de circulation, de parts de marché supérieures à 50 % sur le marché de la vente de produits alimentaires. Par ailleurs, sur cette autoroute, la nouvelle entité sera en monopole sur le marché de la vente de tabac au détail. En conséquence, l'Autorité a estimé que l'opération soulevait des risques de hausse des prix et de réduction de la qualité de l'offre sur ces deux autoroutes.

Pour remédier aux risques concurrentiels identifiés par l'Autorité, la partie notifiante a souscrit des engagements qui répondent à ces préoccupations de concurrence.

S'agissant de l'autoroute A5, la partie notifiante s'engage, tout d'abord, à céder, à un repreneur qui sera agréé par l'Autorité de la concurrence, le contrat de sous-concession conclu par Sirestco avec la SCA APRR sur l'aire de Troyes-Fresnoy et portant, d'une part, sur l'activité de restauration, comprenant la restauration *stricto sensu*, la restauration légère et une activité de distribution automatique et, d'autre part, la distribution alimentaire dans le cadre de la boutique spécialisée.

S'agissant de l'autoroute A19, la partie notifiante s'engage à transférer, à un repreneur qui sera agréé par l'Autorité de la concurrence, le contrat de location-gérance conclu entre Sirestco et ENI portant sur l'exploitation de la boutique généraliste en ce compris le contrat de distribution automatique sur l'aire du Loiret. Aussi, la nouvelle entité s'engage à conclure un contrat de tierce-exploitation portant sur l'activité de restauration *stricto sensu* et de restauration légère de l'aire du Loiret.

Ces engagements permettent, sur l'A5 et l'A19, de supprimer totalement les chevauchements d'activités qui auraient résulté de l'opération sur les marchés concernés et donc de rétablir

¹ Ce résumé a un caractère strictement informatif. Seuls font foi les motifs de la décision numérotés ci-après.

la situation concurrentielle préexistant à l'opération sur ces axes autoroutiers. Ils permettront par ailleurs à des opérateurs concurrents de renforcer leur présence ou de s'implanter sur les autoroutes concernées et, ainsi, d'exercer une concurrence sur la nouvelle entité.

Compte tenu des engagements présentés, l'Autorité a autorisé l'opération à l'issue d'un examen de phase 1.

SOMMAIRE

I. LES ENTREPRISES CONCERNÉES ET L'OPÉRATION.....	6
II. DÉLIMITATION DES MARCHÉS PERTINENTS.....	6
A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS ALIMENTAIRES	7
1. MARCHÉS DE SERVICES.....	7
2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES	8
B. LES MARCHÉS DE LA RESTAURATION DE CONCESSION SUR AUTOROUTE.....	8
1. MARCHÉS DE SERVICES.....	9
a) Le marché amont de l'attribution de concession de services de restauration sur autoroute	9
b) Les marchés aval de la fourniture de services de restauration sur autoroute	10
<i>Pratique décisionnelle.....</i>	<i>10</i>
<i>Position de la partie notifiante.....</i>	<i>11</i>
<i>Position de l'Autorité.....</i>	<i>12</i>
2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES	13
a) Le marché amont de l'attribution de concession de services de restauration sur autoroute	13
b) Les marchés aval de la fourniture de services de restauration sur autoroute	13
<i>Pratique décisionnelle.....</i>	<i>13</i>
<i>Position de la partie notifiante.....</i>	<i>15</i>
<i>Position de l'Autorité.....</i>	<i>15</i>
C. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE TABAC AU DÉTAIL	16
1. MARCHÉS DE SERVICES.....	16
2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES	17
III. ANALYSE CONCURRENTIELLE.....	17
A. LE MARCHÉ DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS ALIMENTAIRES À DESTINATION DE LA RHD	17
B. LES MARCHÉS DE LA RESTAURATION DE CONCESSION SUR AUTOROUTE	17
1. LE MARCHÉ AMONT DE L'ATTRIBUTION DE CONCESSION DE SERVICES DE RESTAURATION SUR AUTOROUTE	18
2. LES MARCHÉS AVAL DE LA FOURNITURE DE SERVICES DE RESTAURATION SUR AUTOROUTE.....	18
a) Au niveau national	19

b) Au niveau local	19
<i>Zones avec parts de marché inférieures à 25 %</i>	20
<i>Zones avec parts de marché supérieures à 25 % mais inférieures à 45 %</i>	20
<i>Zones avec parts de marché cumulées supérieures à 45 %</i>	20
C. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE TABAC AU DÉTAIL	25
1. AU NIVEAU NATIONAL	25
2. AU NIVEAU LOCAL	26
IV. LES ENGAGEMENTS	27
A. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS.....	27
1. LES ENGAGEMENTS CONCERNANT L’AIRE DE TROYES-FRESNOY SITUÉE SUR L’AUTOROUTE A5	27
2. LES ENGAGEMENTS CONCERNANT L’AIRE DU LOIRET SITUÉE SUR L’AUTOROUTE A19	28
B. APPRÉCIATION DES ENGAGEMENTS PROPOSÉS.....	29
1. PRINCIPES APPLICABLES.....	29
2. SUR L’ADÉQUATION DES MESURES PROPOSÉES.....	30
a) Sur l’adéquation des engagements concernant l’aire de Troyes-Fresnoy située sur l’autoroute A5	30
b) Sur l’adéquation des engagements concernant l’aire du Loiret située sur l’autoroute A19	31
DÉCISION	34

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Le groupe Areas est actif dans le secteur de la restauration de concession dans les lieux dédiés au voyage comme les aéroports, les gares et les aires de services autoroutières. En France, et en ce qui concerne spécifiquement les aires de services autoroutières, Areas exploite 127 restaurants et 68 boutiques répartis sur 82 aires de services autoroutières, sous différentes enseignes de restauration et de boutiques en propre (« À Table », « L'Arche Cafétéria », « Ouishop », etc.), en franchise et en licence de marque (« Burger King », « Courtepaille », « Maison Pradier », « McDonald's », « Starbucks », « Subway », « Paul », « Casino Everyday », etc.). Le groupe Areas est contrôlé par la société Financière PAX, elle-même ultimement détenue par le fonds d'investissements PAI Partners.
2. La société Sirestco fait partie du groupe Sighor, spécialisé dans la gestion d'aires de services autoroutières, d'hôtellerie et de restauration, qui en détient [confidentiel] % du capital et des droits de vote. Elle est présente en France uniquement et est active dans le secteur de la restauration de concession sur les aires de services autoroutières. Elle exploite 51 restaurants et 15 boutiques répartis sur 23 aires de services, aussi bien via des enseignes en propre (« Léo Bistrot », « Léo Resto », « Léo La Boutique », « Origin'R ») que sous franchise ou licence de marque (« La Mie Câline », « Steak N'Shake », « Subway », « Carrefour Express », etc.).
3. L'opération, formalisée par un contrat de cession et d'acquisition d'actions en date du 24 février 2023, consiste en l'acquisition par Financière PAX de l'intégralité du capital social et des droits de vote de la société Sirestco.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Sirestco et de ses filiales par Financière PAX, l'opération notifiée 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 total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (PAI Partners : ≥ 150 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2021 ; Groupe Sirestco : ≤ 150 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2022). Chacune de ces entreprises réalisent, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (PAI Partners : ≤ 50 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2021 ; Groupe Sirestco : ≥ 50 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 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

6. Les parties sont toutes deux principalement actives dans le secteur de la restauration autoroutière (B). Elles opèrent également sur les marchés amont de l'approvisionnement en produits alimentaires, en tant qu'acheteuses (A), et sur le marché de la distribution de tabac au détail (C).

7. Les parties sont également actives dans le secteur de la distribution de carburant sur autoroute. Toutefois, elles exercent cette activité en tant que mandataire assurant la vente de carburant au nom et pour le compte de compagnies pétrolières, en contrepartie d'une commission. Ainsi, les contrats de location-gérance conclus entre les parties et les opérateurs pétroliers, incluant un mandat de vente de produits pétroliers, prévoient que le tiers-exploitant doit appliquer la tarification décidée par l'opérateur pétrolier et que le chiffre d'affaires lié à la vente de carburant constitue le revenu de la compagnie pétrolière. Dans ce cadre, il apparaît que ce sont les compagnies pétrolières qui décident seules des conditions de vente de carburant. Par conséquent, la présente opération n'est pas susceptible d'avoir des effets sur le marché de la distribution au détail de carburant en stations-service autoroutières.

A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS ALIMENTAIRES

1. MARCHÉS DE SERVICES

8. La pratique décisionnelle de la Commission européenne (ci-après, « la Commission ») et de l'Autorité de la concurrence (ci-après, « l'Autorité ») délimite autant de marchés d'approvisionnement en produits alimentaires que de groupes de produits². S'agissant des produits alimentaires frais, sont ainsi distingués : les produits laitiers, la charcuterie et les produits traiteurs, les produits de la mer, les fruits et légumes et les produits carnés³. L'Autorité a également identifié un marché de l'approvisionnement distinct en produits surgelés et en glaces et a envisagé, au sein de celui-ci, un marché spécifique de l'approvisionnement en glaces, crèmes glacées et sorbets⁴.
9. La pratique décisionnelle européenne⁵ a par ailleurs envisagé une segmentation des marchés amont de l'approvisionnement en fonction des canaux de distribution (restauration hors domicile, grande distribution et commerce alimentaire de proximité).
10. La question de la délimitation exacte des marchés de produits peut toutefois rester ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelles que soient les segmentations envisagées.

² Décision de la Commission européenne COMP/M.2115 du 28 septembre 2000 - Carrefour/GB et décision de l'Autorité de la concurrence n° 17-DCC-63 du 23 mai 2017 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Financière Flo par Groupe Bertrand.

³ Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-158 du 22 novembre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de neuf sociétés du groupe Van de Woestyne par le groupe Les Maîtres Laitiers du Cotentin ; n° 15-DCC-80 du 26 juin 2015 relative à la prise de contrôle par Pomona SA de huit adhérents du réseau Relais d'Or Miko et de la société Lux Frais ; n° 15-DCC-141 du 27 octobre 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de Davigel par Bain Capital et n° 17-DCC-63 du 23 mai 2017 précitée.

⁴ Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 15-DCC-80 précitée et n° 17-DCC-63 précitée.

⁵ Décision de la Commission européenne COMP/M.1221 du 3 février 1999 - Rewe / Meinel et décision de l'Autorité de la concurrence n° 17-DCC-63 précitée.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

11. La pratique décisionnelle de la Commission et de l'Autorité⁶ considère que les marchés amont de l'approvisionnement en produits alimentaires sont de dimension nationale. En effet, les autorités de concurrence considèrent que les préférences, les goûts et les habitudes alimentaires des consommateurs, les prix et les parts de marché détenues par les principaux opérateurs varient selon les États membres. De même, la présence de marques de fabricants ou de distributeurs commercialisées uniquement au plan national ne permet pas de retenir une dimension européenne du marché.
12. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation au cas d'espèce.

B. LES MARCHÉS DE LA RESTAURATION DE CONCESSION SUR AUTOROUTE

13. Le réseau autoroutier français comporte des aires de services et des aires de repos⁷. Sur les aires de services, des activités commerciales sont proposées aux usagers du réseau, telles que la distribution de carburant attachée à une boutique et des services de restauration. Ces aires de services relèvent de l'emprise du domaine public autoroutier. Leur aménagement et leur gestion sont cependant assurés par l'exploitant de l'autoroute concernée, à savoir l'État pour le réseau non concédé, et les sociétés concessionnaires d'autoroutes (ci-après, « SCA ») pour le réseau concédé.
14. En pratique, ces SCA passent ensuite, par voie d'appels d'offres, dont les conditions sont définies par voie réglementaire, des contrats de sous-concessions avec les exploitants des activités commerciales. L'exploitation de ces activités, à savoir la distribution de carburant, la restauration et la vente de produits en boutique donne ensuite lieu au versement d'une redevance aux SCA.
15. Lors de l'octroi des sous-concessions, les SCA peuvent décider de regrouper plusieurs aires et/ou plusieurs activités (carburant, boutique et restauration) dans un seul et même contrat de sous-concession. Elles peuvent, alternativement, décider d'isoler chacune de ces activités dans des contrats d'exploitation distincts.
16. À leur tour, lesdits exploitants peuvent passer des contrats de tierce-exploitation, de location-gérance et/ou de mandat avec d'autres sociétés qui exploiteront elles-mêmes les différentes activités sur site. À la différence des contrats passés suite aux appels d'offres, ces contrats sont formés dans un second temps, à la suite d'une négociation de gré-à-gré, et ne répondent à aucun formalisme particulier. Le locataire-gérant doit toutefois être agréé par la SCA concernée.

⁶ Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.2115 précitée et les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-158 précitée ; n° 12-DCC-11 du 6 février 2012 relative à l'acquisition de la société des Établissements Jean Didier et Cie par la société Pro-à-Pro Distribution SA ; n° 14-DCC-01 du 2 janvier 2014 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe Pomona de certains actifs de la société Européenne Food et n° 15-DCC-80 précitée.

⁷ Les aires de repos sont destinées au stationnement des véhicules, au repos et à l'agrément des usagers, et proposent en général des services minimums tels que la présence de sanitaires, un point d'eau, des places de stationnement ou encore des tables de pique-nique pour déjeuner.

1. MARCHÉS DE SERVICES

17. Les autorités française et européenne de concurrence définissent la restauration de concession comme l'activité qui consiste à fournir un service de restauration dans des zones affectées principalement à une autre activité : le transport (aéroports, gares, etc.), les loisirs ou le sport (musées, cinémas, parcs d'attraction, stades, etc.), le commerce de détail (galeries marchandes, grands magasins, etc.) et autres lieux dits publics. Le prestataire verse une rémunération au concédant en contrepartie du droit d'exploiter pour son propre compte une partie de la zone concédée⁸.
18. Au sein du secteur de la restauration de concession, la Commission distingue la concurrence *pour* le marché de la concurrence *sur* le marché.

a) Le marché amont de l'attribution de concession de services de restauration sur autoroute

19. La concurrence *pour* le marché constitue le marché amont de l'attribution des contrats de concession ou de sous-concession et s'exerce ainsi au moment de l'octroi de ces contrats.
20. La Commission a identifié un marché de la restauration de concession dans les lieux de transport comprenant les gares, autoroutes et aéroports, tout en laissant ouverte la question d'une délimitation plus étroite du marché de la restauration de concession par type de lieu de transport⁹. La Commission a notamment envisagé l'existence d'un marché de l'attribution de concession de services de restauration sur autoroute distinct du marché de l'attribution de concession de services dans les aéroports et dans les gares¹⁰.
21. En l'espèce, pour les besoins de la présente opération, l'Autorité analysera les effets sur le marché amont de l'attribution de concession de services de restauration limité aux autoroutes, hypothèse la plus conservatrice, étant donné que la cible est exclusivement présente sur les autoroutes¹¹. En tout état de cause, la question de la définition exacte du marché peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse demeurant inchangées, quelle que soit la délimitation retenue.
22. Sur ce marché, le concédant, à savoir principalement les SCA s'agissant des aires se situant sur le réseau autoroutier concédé¹², lance des appels d'offres pour l'attribution des sous-concessions portant sur les services de restauration sur les aires de services d'autoroute.

⁸ Voir, par exemple, la lettre n° C2007-69 du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi du 13 juin 2007 aux conseils de la société Avenance, relative à une concentration dans le secteur de la restauration collective, la décision de l'Autorité de la concurrence n° 23-DCC-32 du 14 février 2023 relative à la prise de contrôle exclusif de Vacanceselect par le groupe ECG, et la décision de la Commission européenne COMP/M.4762 du 10 août 2007 – Autogrill / Ampha Airports Group.

⁹ Voir la décision de la Commission européenne COMP/M.4762, précitée.

¹⁰ Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.8536 du 13 octobre 2017 - Atlantia/Abertis Infraestructuras ; COMP/M.8694 du 6 février 2018 - Hochtief/Abertis et COMP/M.8894 du 6 juillet 2018 - ACS/Hochtief/Atlantia/Abertis Infraestructuras.

¹¹ Sirestco était également concessionnaire d'un restaurant au sein de la gare de Dijon. Ce dernier a fermé le 31 mars 2023. Par ailleurs, Sirestco n'avait pas répondu à des appels d'offres portant sur de la restauration en gare au cours des [confidentiel] années et n'avait pas, selon la partie notifiante, l'intention de le faire dans les [confidentiel] années, de sorte qu'il peut être considéré que Sirestco n'est pas active sur la restauration en gare.

¹² Ou plus marginalement l'État via ses directions régionales des routes s'agissant des aires se situant sur le réseau autoroutier non concédé.

23. Les entreprises qui soumissionnent à ces appels d'offres pour obtenir la sous-concession sont principalement des opérateurs pétroliers et des restaurateurs dits « *pure players* » (tels que Autogrill, Areas et Sighor, ainsi que des petits acteurs indépendants). En fonction de la configuration de l'appel d'offres, ces entreprises peuvent soumissionner seule ou en groupement. En effet, dans le cas où l'appel d'offres regroupe tous les services de l'aire de manière indivisible (à savoir la distribution de carburant, la vente de produits en boutique et l'offre de restauration), seul un opérateur pétrolier pourra répondre à l'appel d'offres de manière globale. Il pourra ensuite exploiter toutes ces activités directement, y compris les points de restauration, ou alors confier tout ou partie de ces activités à un restaurateur via un contrat de tierce-exploitation et/ou de mandat selon les activités confiées. Les entreprises peuvent également répondre en groupement à ces appels d'offres « uniques ». Dans ce cas, un groupement est formé pour l'occasion entre un opérateur pétrolier et un restaurateur, qui exploiteront ensuite leurs activités propres. Enfin, lorsque l'appel d'offres porte, d'un côté, sur la distribution de carburant et la vente en boutique et, de l'autre côté, sur l'activité restauration, les différents types d'opérateurs peuvent y répondre individuellement sans besoin de passer par un groupement.
24. Dans tous les cas, l'opérateur qui se voit attribuer un contrat de sous-concession à la suite d'un appel d'offres peut en confier la gestion à des tiers opérateurs via des contrats conclus de gré-à-gré, après agrément de ces derniers par la SCA.

b) Les marchés aval de la fourniture de services de restauration sur autoroute

Pratique décisionnelle

25. La Commission a identifié, en aval du marché de l'attribution de concession de services de restauration sur autoroute, un marché de la fourniture de services de restauration sur les aires d'autoroutes (concurrence *sur* le marché)¹³. Ce marché met directement en relation l'offre de restauration présentée par les sous-concessionnaires (ou tiers-exploitants) et la demande exprimée par les usagers d'autoroutes, particuliers comme professionnels.
26. La Commission et l'Autorité¹⁴ ont notamment identifié un marché de la restauration autoroutière distinct de la restauration commerciale classique. En effet, du point de vue de la demande, la Commission considère que la clientèle est spécifique, car seuls les usagers d'autoroutes peuvent avoir accès à une telle prestation, et captive, car la majorité des usagers ne sortent pas de l'autoroute lorsqu'ils souhaitent prendre un repas. S'agissant de l'offre, l'activité de restauration autoroutière est caractérisée par une très forte variation du chiffre d'affaires selon les jours de l'année, l'importance des services annexes fournis à la clientèle (notamment l'accès aux sanitaires avec un coin bébé, à des douches pour les routiers, et à des espaces de repos, etc¹⁵), les contraintes horaires (ouverture tous les jours de la semaine

¹³ Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.8536 précitée et COMP/ M.8894 – précitée.

¹⁴ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-63 du 6 novembre 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société ROC-France par la société Eliance.

¹⁵ Voir à ce titre l'arrêté du 8 août 2016 fixant les conditions d'organisation du service public sur les installations annexes situées sur le réseau autoroutier concédé, publié au Journal officiel électronique authentifié n° 0191 du 18 août 2016.

et selon des horaires très larges) et un encadrement juridique particulièrement contraignant en raison notamment des charges imposées par l'autorité publique¹⁶.

27. Selon la pratique décisionnelle¹⁷, trois marchés de produits peuvent par ailleurs être distingués dans le secteur de la restauration autoroutière :
 - la restauration *stricto sensu* (comprenant un service à table ou en « self-service », des plats chauds et l'utilisation de couverts) ;
 - les prestations de restauration légère (petite restauration sur le pouce, boulangerie, et sandwicherie) ;
 - la vente de produits alimentaires en boutique¹⁸ (ce qui inclut notamment la vente de produits via des appareils de distribution automatique et la vente à emporter).
28. S'agissant de la demande, cette différenciation repose sur cinq critères, à savoir le temps nécessaire à la consommation, la nature du service rendu, le prix, le lieu de consommation et le caractère professionnel ou de loisir du déplacement.
29. S'agissant de l'offre, cette différenciation repose également sur cinq critères, à savoir la nature des entreprises pour chaque type de service, la présence de plusieurs types de restauration sur une même aire, la perception des concurrents, les clauses des cahiers des charges et le montant des investissements¹⁹.

Position de la partie notificante

30. La partie notificante estime que les segmentations retenues par la pratique décisionnelle ne sont plus d'actualité et qu'il convient dès lors de retenir un marché global de la restauration autoroutière, incluant les trois activités susmentionnées.
31. Du point de vue de l'offre, la partie notificante avance, tout d'abord, le fait que les professionnels du secteur, et notamment ses concurrents, n'appréhendent pas le marché selon ces segmentations et que les mêmes acteurs proposent indifféremment ces trois types de restauration. Elle considère ensuite que l'offre s'est diversifiée vers des formules hybrides et saisonnalisées, qui ne correspondent plus à la distinction entre le repas classique pris à table (entrée – plat chaud – dessert) et les menus pris sur le pouce ou à emporter (sandwich ou salade). Aussi, toujours selon la partie notificante, les différents types de restauration ne sont ainsi plus systématiquement présents sur une même aire et ont plutôt laissé place à un continuum d'offres qui se font concurrence entre elles et s'homogénéisent vers le « *snacking* ». Enfin, le groupe Areas fait valoir que le montant des investissements ne varie pas en fonction du type de restauration proposé.
32. Du point de vue de la demande, la partie notificante considère, en premier lieu, que les différents services de restauration sont de nature équivalente et répondent à un besoin identique des clients. Elle indique, en deuxième lieu, que la restauration traditionnelle est en

¹⁶ Voir la décision de la Commission européenne IV/M.126 du 28 avril 1992 – Accor/Wagons-Lits.

¹⁷ Décision de la Commission européenne IV/M.126 ; COMP/M.8536 ; COMP/M.8694 et COMP/ M.8894 précitées ; décisions de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-63 précitée ; n° 15-DCC-47 du 5 mai 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de la société GPA Courtepaille par la société ICG ; n° 15-DCC-170 du 10 décembre 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Financière Quick par la société Burger King France et n° 17-DCC-63 précitée.

¹⁸ Des produits non-alimentaires sont également, dans une moindre mesure, vendus en boutique.

¹⁹ Décision de la Commission européenne IV/M.126 précitée.

déclin au profit de la restauration légère, notamment du fait de la pandémie de Covid-19 mais aussi du fait d'une tendance pour les consommateurs à préférer le « *snacking* ». En troisième lieu, le développement d'offres hybrides nuancerait la pertinence du critère du temps nécessaire à la commande, tandis que les différences en termes de prix dépendraient moins du type de restauration que de l'enseigne et du type d'aliments consommés. En dernier lieu, s'agissant du lieu de consommation, la partie notifiante relève que les espaces de consommation où les clients peuvent s'attabler sont de moins en moins cloisonnés et, au contraire, ouverts aux clients de toutes les formules (organisation autour de *food courts*).

Position de l'Autorité

33. Les réponses au test de marché à destination des acteurs majeurs du secteur, tels que des SCA, restaurateurs spécialisés dans la restauration de concession sur autoroute et opérateurs pétroliers, tendent à conforter l'existence de trois marchés de services distincts, tels que retenus jusqu'alors par la pratique décisionnelle. En effet, une majorité des répondants au test de marché a indiqué que les trois types de restauration susmentionnés diffèrent en termes de besoins des clients, de prix, de durée de consommation et d'investissements nécessaires.
34. Tout d'abord, il ressort du test de marché que la restauration légère convient plutôt aux clients qui cherchent un service rapide avec la possibilité d'acheter des aliments à emporter et un prix maîtrisé, tandis que la restauration *stricto sensu* répond aux attentes de clients à la recherche d'un service plus qualitatif, avec la possibilité de manger chaud, varié et équilibré. Ensuite, les gammes de prix et les durées de consommation diffèrent, avec des prix compris entre 5 et 10 euros pour la vente de produits alimentaires en boutique pour une durée inférieure à 15 minutes, entre 7 et 15 euros pour la restauration légère pour une durée allant de 15 à 30 minutes, et entre 15 et 30 euros pour la restauration *stricto sensu* pour une durée supérieure à 30 minutes. En outre, les investissements sont beaucoup plus élevés pour la restauration *stricto sensu* que pour la restauration légère en raison de dépenses en mobilier, matériel, équipement et en personnel plus coûteuses. De la même manière, les investissements pour la restauration légère sont plus onéreux que ceux relatifs à la vente de produits alimentaires en boutique. Enfin, il apparaît que les cahiers des charges d'appels d'offres lancés par les SCA précisent les offres de restauration devant être exploitées sur l'aire en s'appuyant sur la distinction entre ces trois types de restauration. Ces éléments plaident donc en faveur d'une absence de substituabilité entre ces différents services de restauration.
35. Pour les besoins de la présente opération, l'Autorité a donc retenu une distinction entre les trois marchés susmentionnés, en ligne avec la pratique décisionnelle constante et les résultats du test de marché réalisé.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

a) Le marché amont de l'attribution de concession de services de restauration sur autoroute

36. La Commission a envisagé une dimension nationale des marchés de la restauration de concession, notamment en raison des différences de réglementation entre États membres relatives aux marchés publics et au droit du travail²⁰.
37. Elle a également envisagé, tout en laissant la question ouverte, des marchés de dimension européenne, voire mondiale, dans la mesure où la plupart des concessions sont soumises à des appels d'offres ou à des procédures de négociation de gré-à-gré ouvertes à des opérateurs internationaux²¹.
38. En l'espèce, les réponses au test de marché susmentionné tendent à indiquer que le marché est de dimension nationale. En effet, la majorité des SCA interrogées exerce leur activité principalement sur le réseau autoroutier français et lance des appels d'offres qui sont rendus publics au niveau national. S'agissant des concurrents interrogés, la majorité d'entre eux a indiqué soumissionner à des appels d'offres en France principalement.
39. La partie notifiante a d'ailleurs précisé que l'activité de restauration de concession demeure une activité de nature locale : les activités de tous les groupes mondiaux sont en réalité exercées dans chaque pays par des filiales locales qui fonctionnent de manière très autonome. La cible est d'ailleurs active uniquement en France.
40. En tout état de cause, la question de la définition exacte du marché peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse demeurant inchangées quelle que soit la délimitation retenue. L'analyse concurrentielle sera menée à l'échelle nationale, hypothèse la plus conservatrice.

b) Les marchés aval de la fourniture de services de restauration sur autoroute

Pratique décisionnelle

41. La Commission a considéré, sans pour autant se prononcer définitivement sur la délimitation exacte du marché, que, du point de vue de la demande, le marché pouvait présenter une dimension locale, étant donné que les usagers d'autoroutes ne choisissent que les aires de services qui se trouvent sur leur trajet²².
42. Toutefois, la Commission a également noté qu'en raison de l'homogénéité des prix et des préférences des consommateurs au niveau national, ainsi que d'un éventuel effet de chaîne de substitution entre les aires d'autoroutes, il ne peut être exclu que le marché de la fourniture de services de restauration sur autoroute soit national.

²⁰ Voir les décisions de la Commission européenne IV/M.126 précitée ; COMP/M.2977 du 15 novembre 2002 – Compass / Onama Spa ; COMP/M.8536 ; COMP/M.8694 et COMP/M.8894 précitées.

²¹ Voir notamment les décisions de la Commission COMP/M. 3728 ; COMP/M. 4762 et COMP/M.8894, précitées.

²² Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.8536 précitée.

43. En outre, elle avait relevé que d'autres considérations relatives à l'offre, notamment le nombre d'acteurs opérant au moins à l'échelle nationale, pouvaient plaider en faveur d'une définition du marché géographique plus large que locale²³.
44. Cette double approche du marché de la restauration sur autoroute à la fois au niveau national et local est cohérente avec celle retenue par les autorités de concurrence en matière de distribution de carburant²⁴.
45. En effet, concernant cette activité, la Commission a considéré que le marché de la fourniture au détail de carburant pouvait revêtir une dimension uniquement nationale ou nationale en prenant en considération des éléments de concurrence au niveau local²⁵. La Commission a ainsi relevé que des paramètres importants de concurrence, tels que la gamme des produits et services disponibles dans les stations-services, le niveau de service (heures d'ouverture, etc.) et le marketing sont décidés au niveau national, si bien que les conditions de concurrence pouvaient être considérées comme suffisamment homogènes sur le territoire national²⁶.
46. Au titre des éléments de concurrence locale, la Commission a retenu le fait que les usagers font généralement le plein dans des stations installées à proximité de l'endroit où ils se situent ou sur leur trajet²⁷ ou encore le fait que la détermination des prix s'effectue à partir d'indicateurs tant nationaux que locaux et notamment le suivi par les opérateurs des conditions de concurrence locales via la surveillance des stations-services voisines²⁸.
47. Sur ce marché, la Commission a constaté que la concurrence s'opérait de manière linéaire, étant donné que les autoroutes et les voies rapides sont des routes à sens unique sur lesquelles il n'est pas possible de faire demi-tour²⁹.
48. Dans ce cadre, elle a relevé que les stations-services sur autoroute fixent leurs prix en tenant compte des prix pratiqués par les stations-services concurrentes situées avant ou après leur propre emplacement le long de l'axe de l'autoroute en question, même si ces stations se trouvent à une distance de conduite significative³⁰.
49. La Commission a également relevé que la plupart des stations-services ont des zones de chalandise qui se chevauchent largement et, par conséquent, les prix dans une zone de chalandise sont également limités par les prix dans les zones de chalandise voisines. Aussi,

²³ Décision de la Commission européenne COMP/M.8536 précitée.

²⁴ Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.3375 du 1^{er} juillet 2004 – Statoil/SDS ; COMP/M.5796 du 25 mai 2010 – ENI / Mobil Oil Austria ; COMP/M.7603 du 23 mars 2016 – Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels ; COMP/M.7849 du 7 avril 2016 – MOL Hungarian Oil and Gas/ENI Hungaria/ENI Slovenija ; COMP/M.9014 du 14 juillet 2020 – PKN Orlen / Grupa Lotos et COMP/M.10310 du 19 juillet 2021 – Tamoil Italia / Respol Italia.

²⁵ Décisions de la Commission européenne COMP/M.9014 ; COMP/M.7849 ; COMP/M.7603 et COMP/M.3375 précitées.

²⁶ Décisions de la Commission européenne COMP/M.9014 ; COMP/M. 7849 et COMP/M.5796 ENI/Mobile précitées.

²⁷ Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.5796 et COMP/M.9014 précitées.

²⁸ Décisions de la Commission européenne COMP/M. 7849 ; COMP/M.9014 et COMP/M.10310 précitées.

²⁹ Décision de la Commission européenne COMP/M.9014 précitée.

³⁰ Décision de la Commission européenne COMP/M.9014 précitée.

ces zones de chalandise voisines se chevauchent à nouveau avec d'autres zones de chalandise voisines, ce qui crée une chaîne de substitution entre les différentes stations-services.

50. Cette chaîne de substitution permet ainsi, dans une certaine mesure, un effet d'entraînement sur des stations-services plus éloignées, ce qui est susceptible d'étendre la portée géographique du marché pertinent à prendre en considération³¹.

Position de la partie notificante

51. La partie notificante soutient que les marchés aval sont de dimension nationale mais que si le niveau local devait être examiné, le niveau pertinent à retenir serait uniquement celui de l'aire de services d'autoroute concernée.
52. En effet, premièrement, le consommateur s'arrêterait le plus souvent sur une aire de services pour des raisons qui sont étrangères à l'identité des points de restauration qui sont présents sur l'aire, à savoir le besoin des usagers de se rendre aux sanitaires, de faire une pause détente et de faire un plein de carburant. Deuxièmement, la plupart des clients qui s'arrêtent sur l'aire d'autoroute ne seraient pas préalablement informés de l'offre de restauration présente sur celle-ci dès lors qu'il est interdit aux enseignes de restauration de faire de la publicité sur autoroutes. Troisièmement, selon les parties, il serait très peu probable que des usagers décident de changer d'aire de services au motif que l'offre de restauration qu'ils identifieraient sur place ne leur conviendrait pas.

Position de l'Autorité

53. Il ressort de la pratique décisionnelle et des éléments du dossier que l'analyse peut être menée au niveau national, d'une part, et au niveau local, d'autre part. En particulier, s'agissant du niveau local, l'analyse peut également être menée à un double niveau.
54. Premièrement, l'analyse peut être menée au niveau de chaque aire de services conformément à ce que soutient la partie notificante. En effet, une fois arrêté sur une aire de services, le client mettra en concurrence les différentes enseignes qui y sont présentes sans avoir la possibilité immédiate de différer sa demande sur une autre aire de services.
55. Toutefois, les autres arguments avancés par les parties doivent être relativisés par le fait que les clients peuvent également, dans une certaine mesure, réaliser un arbitrage entre les différentes aires de services situés sur l'axe autoroutier emprunté avant de choisir l'aire dans laquelle ils vont réaliser leur arrêt. En effet, le développement d'applications mobiles (par exemple, les applications « Aire de Repos », « Stationaute » ou « Ulys by Vinci Autoroutes ») ou encore l'usage de systèmes GPS (par exemple *Google Maps*, *Waze*, etc.) permettent aux usagers d'identifier les aires disponibles sur leur trajet et de connaître par avance les enseignes de restauration qui y sont exploitées. De la même manière, dans le cas où les enseignes exploitées sont affichées en amont de l'aire ou juste à l'entrée de celle-ci, un consommateur peut décider à la dernière minute de s'y arrêter ou au contraire de se rendre à la prochaine aire. Enfin, s'agissant d'usagers réalisant régulièrement des trajets sur autoroute, il ne peut être exclu que ces derniers aient connaissance des différentes aires présentes sur certains axes autoroutiers, et des enseignes de restauration qui y sont exploitées, et soient ainsi en mesure d'effectuer un arbitrage entre elles.

³¹ Décisions de la Commission européenne COMP/M.5796 ; COMP/M.7603 ; COMP/M. 7849 ; COMP/M.9014 précitées.

56. Deuxièmement, l'analyse peut être menée au niveau des axes autoroutiers. En effet, la majorité des répondants au test de marché a indiqué que les offres de restauration concurrentes présentes sur les aires de services situées en amont et en aval de celle où ils sont présents exercent une pression concurrentielle sur leurs propres offres.
57. Par ailleurs, les parties ont elles-mêmes précisé que, si elles définissent leur stratégie de prix par enseigne au niveau national, les prix pratiqués par la concurrence sur le lieu de concession et sur les aires de services situées en amont et en aval de l'aire considérée font pour autant partie des facteurs pris en compte pour établir leur politique tarifaire. [Confidentiel].
58. Dans ce cadre, et conformément à la pratique décisionnelle citée ci-dessus, il convient de tenir compte de l'effet de chaîne de substitution découlant du chevauchement partiel entre chaque zone composée par les aires de services situées en amont et en aval d'une aire donnée. Étant donné que les aires de services sont disposées de manière linéaire le long des tronçons d'autoroute, cet effet peut ainsi limiter la divergence des prix et entraîner une certaine homogénéité dans les conditions de concurrence sur un axe autoroutier donné.
59. En conséquence, l'analyse locale sera menée au niveau de chaque aire de services sur autoroute ainsi qu'au niveau des axes autoroutiers.
60. En tout état de cause, la question de la définition exacte du marché peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse demeurant inchangées, quelle que soit la délimitation retenue.

C. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE TABAC AU DÉTAIL

1. MARCHÉS DE SERVICES

61. Dans le secteur du tabac, la Commission a identifié un marché de la distribution de tabac³².
62. La Commission a considéré que la distribution en gros et la distribution au détail pouvaient constituer des marchés distincts³³, tout en laissant la question ouverte dans certaines décisions³⁴. En l'espèce, les parties sont actives sur la distribution de tabac au détail.
63. En outre, par analogie avec la fourniture de services de restauration sur autoroute (voir paragraphe 26 ci-dessus) et compte tenu du caractère captif de la clientèle, il apparaît pertinent de retenir un marché de la distribution de tabac au détail sur autoroute, distinct de la distribution de tabac hors autoroute.
64. En l'espèce, la question de la définition exacte du marché peut en tout état de cause être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse demeurant inchangées, quelle que soit la délimitation retenue. Les parties exerçant une activité de revente de tabac uniquement sur autoroute, l'Autorité a donc mené une analyse concurrentielle sur le marché de la distribution de tabac au détail sur autoroute, hypothèse la plus conservatrice.

³² Décision de la Commission européenne COMP/M.4424 du 21 février 2007 - JT/Gallaher.

³³ Décision de la Commission européenne IV/36.010-F3 du 17 juin 1998 - Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato.

³⁴ Décision de la Commission européenne COMP/M.4424 précitée.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

65. La Commission considère que le marché est de dimension nationale, principalement en raison de l'existence de facteurs tels que la législation en matière de fiscalité, de santé et de publicité, ainsi que des goûts et préférences typiquement nationaux des consommateurs³⁵.
66. Toutefois, compte tenu du fait que sur autoroute la vente de tabac a lieu dans les boutiques généralistes situées sur les aires de services, les développements présentés ci-dessus relatifs au périmètre géographique des marchés aval de la fourniture de services de restauration sur autoroute sont également susceptibles de s'appliquer au marché de la distribution de tabac au détail sur autoroute.
67. Dans ce cadre, les parties ont présenté leurs parts de marché (i) au niveau national et (ii) au niveau local, dans des zones identiques à celles retenues pour l'analyse des marchés aval de la fourniture de services de restauration sur autoroute. L'analyse concurrentielle sera donc menée à ces deux niveaux.
68. La question de la définition exacte du marché peut cependant être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse demeurant inchangées, quelle que soit la délimitation retenue.

III. Analyse concurrentielle

69. L'opération conduit à des chevauchements horizontaux entre les activités du groupe Areas et celles de la cible sur le marché amont de l'approvisionnement en produits alimentaires à destination de la RHD (A), sur les marchés de la restauration de concession sur autoroute (B) et sur le marché de la distribution de tabac au détail (C).

A. LE MARCHÉ DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS ALIMENTAIRES À DESTINATION DE LA RHD

70. Les parties à l'opération sont simultanément actives sur les marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires, en tant qu'acheteuses.
71. Les parts de marché de la nouvelle entité sont inférieures à 5 % sur les marchés amont de l'approvisionnement en produits alimentaires, et ce, quelle que soit la définition retenue par la pratique décisionnelle.
72. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement en produits alimentaires.

B. LES MARCHÉS DE LA RESTAURATION DE CONCESSION SUR AUTOROUTE

³⁵ Décisions de la Commission européenne COMP/M.1415 du 17 mars 1999 – BAT/Rothmans ; COMP/3553 et COMP/4424 précitées.

73. Les parties sont simultanément présentes sur le marché amont de l'attribution de concession de services de restauration sur autoroute (1) et sur les marchés aval de la fourniture de services de restauration sur autoroute (2).

1. LE MARCHÉ AMONT DE L'ATTRIBUTION DE CONCESSION DE SERVICES DE RESTAURATION SUR AUTOROUTE

74. Le réseau autoroutier français compte 363 aires de services sur le réseau concédé, et environ 70 aires de services sur le réseau non concédé.
75. Le groupe Areas est actuellement présent sur 82 aires de services et y exploite en tout 127 restaurants et 68 boutiques. Sur ces 82 aires, Areas intervient directement en tant que sous-concessionnaire sur [50-60] d'entre elles et en tant que tiers-exploitant ou locataire-gérant sur les [20-30] autres aires (dont [10-20] aires sur l'activité restauration et [10-20] aires sur l'activité boutique).
76. La cible est actuellement présente sur 23 aires de services et y exploite 51 restaurants et 15 boutiques. Sur ces 23 aires, Sirestco intervient directement en tant que sous-concessionnaire sur [20-30] d'entre elles et en tant que tiers-exploitant ou locataire-gérant sur les [0-5] autres aires.
77. Ainsi, à l'issue de l'opération, la part de marché cumulée des parties, calculée en nombre de sous-concessions exploitées, sera de [20-30] %. L'incrément est par ailleurs limité à [5-10] points de pourcentage. S'il est tenu compte des aires sur lesquelles interviennent en tant que tiers-exploitant, la part de marché cumulée sera de [20-30] %, avec un incrément limité à [5-10] points de pourcentage.
78. Par ailleurs, la nouvelle entité continuera de faire face à la concurrence d'Autogrill, l'autre acteur majeur du secteur, et de plusieurs opérateurs pétroliers, qui chaque année soumissionnent et remportent des appels d'offres incluant au moins une activité de restauration. À ce titre, il ressort des éléments avancés par la partie notifiante et du test de marché conduit par les services d'instruction que la concurrence des opérateurs pétroliers tend à s'accroître ces dernières années. En particulier, plusieurs opérateurs pétroliers importants, dont TotalEnergies (via sa filiale Argedis), ont récemment développé leurs propres services de restauration, leur permettant de répondre seuls aux appels d'offres lancés par les sociétés de concession d'autoroutes, sans besoin de s'associer aux restaurateurs « *pure players* » (voir paragraphe 23 ci-dessus).
79. Ainsi, bien que l'opération entraîne la disparition d'un des trois principaux restaurateurs « *pure players* », elle n'apparaît pas comme étant de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché amont de l'octroi des contrats de sous-concession des services de restauration sur autoroute, en raison de la part de marché limitée de la nouvelle entité, de la présence d'une offre alternative suffisante à l'issue de l'opération et de la possibilité pour certains pétroliers d'internaliser l'activité de restauration.

2. LES MARCHÉS AVAL DE LA FOURNITURE DE SERVICES DE RESTAURATION SUR AUTOROUTE

80. Les activités des parties se chevauchent sur les marchés aval de la fourniture de services de restauration sur autoroute. Il y a donc lieu d'analyser les effets horizontaux sur ce marché

résultant de la prise de contrôle par le groupe Areas des activités exploitées par la cible sur les aires de services sur autoroute.

81. Ces effets seront examinés, conformément à la pratique décisionnelle rappelée aux paragraphes 27 et suivants ci-avant, sur ses différentes segmentations, à savoir la restauration *stricto sensu*, la restauration légère et la vente de produits alimentaires en boutique et via les appareils de distribution automatique, au niveau national (i) et au niveau local (ii).
82. Afin d'apprécier si une opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence sur un marché, les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations de 2020 (ci-après, « les lignes directrices ») indiquent que deux critères doivent être examinés, à savoir, premièrement, les parts de marché de la nouvelle entité et de ses concurrents et, secondement, le degré de concentration du marché³⁶. Ces deux critères sont appréciés au cas par cas par l'Autorité en fonction des caractéristiques et de la structure concurrentielle des marchés analysés.
83. En l'espèce, les parts de marché des parties ont été calculées tant au niveau local que national en fonction du nombre de points de vente présents dans les aires de services situées dans les zones concernées³⁷.

a) Au niveau national

84. Au niveau national, les activités des parties se chevauchent sur l'ensemble des trois segmentations retenues par la pratique décisionnelle des autorités de concurrence rappelée aux paragraphes 27 à 29 ci-avant.
85. Les parts de marché des parties sur le marché de la restauration *stricto sensu*, d'une part, et sur le marché de la restauration légère, d'autre part, sont inférieures à [30-40] %. Sur le marché de la vente de produits alimentaires, par le biais notamment des boutiques et des appareils de distribution automatique, les parts de marché des parties sont inférieures à 25 %.
86. Sur ces différents marchés, la nouvelle entité sera par ailleurs confrontée à la pression concurrentielle exercée par plusieurs opérateurs conséquents parmi lesquels Autogrill, TotalEnergies et Avia.
87. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de la fourniture de services de restauration sur autoroute au niveau national, quelle que soit la segmentation retenue.

b) Au niveau local

88. Les parties ne sont pas simultanément présentes sur une même aire de services. Il n'y a donc aucun chevauchement d'activités entre les parties au niveau des aires de services sur autoroute.
89. En revanche, il existe des chevauchements d'activité au niveau de plusieurs axes autoroutiers. Plus précisément, les parties sont simultanément présentes sur 11 axes

³⁶ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, paragraphes 565 et suivants.

³⁷ Pour apprécier le poids concurrentiel des différents acteurs présents à ces différents niveaux, l'Autorité a tenu compte de l'ensemble des points de vente exploités par les parties, qu'ils soient exploités en propre ou via la tierce exploitation, ainsi que l'ensemble des points de vente exploités par les concurrents.

autoroutiers, parfois sur un seul sens de circulation (pour 7 axes autoroutiers) et parfois sur les deux sens de circulation (pour 4 axes autoroutiers), avec des parts de marché cumulées allant de [5-10] % à [70-80] %, selon la segmentation retenue.

90. L'analyse des effets de l'opération est détaillée ci-après.

Zones avec parts de marché inférieures à 25 %

91. Les lignes directrices disposent que « [l]orsque la part de marché de la nouvelle entité est inférieure à 25 %, il est présumé que l'opération ne porte pas atteinte à la concurrence par le biais d'effets unilatéraux. »³⁸
92. Dans la mesure où sur l'autoroute A4, dans le sens Strasbourg-Paris, les parts de marché cumulées des parties sont inférieures à 25 %, quelle que soit la segmentation retenue, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur ce marché.

Zones avec parts de marché supérieures à 25 % mais inférieures à 45 %

93. Lorsque la part de marché de la nouvelle entité est comprise entre 25 % et 45 %, l'Autorité a procédé à une analyse de la structure de l'offre locale. L'Autorité a considéré, en l'espèce, que dans les zones dans lesquelles le nombre de concurrents restants à l'issue de l'opération est supérieur ou égal à 2 sur chacune des segmentations retenues par la pratique décisionnelle, l'opération ne soulève pas de problème de concurrence.
94. En effet, dans ces zones, la nouvelle entité sera confrontée à une concurrence suffisante qui permettra de la discipliner à l'issue de l'opération.
95. C'est le cas pour les axes autoroutiers suivants³⁹ :
- l'autoroute A7, dans le sens Marseille-Lyon ;
 - l'autoroute A36, dans le sens Beaune-Ottmarsheim ;
 - l'autoroute A75, dans le sens Béziers-Clermont-Ferrand ;
 - l'autoroute A89, dans le sens Bordeaux-Lyon ;
 - l'autoroute A89, dans le sens Lyon-Bordeaux.

Zones avec parts de marché cumulées supérieures à 45 %

96. Enfin, dans les zones où la part de marché cumulée des parties est supérieure à 45 %, faisant présumer l'existence d'un pouvoir de marché important au bénéfice de la nouvelle entité à l'issue de l'opération sur les marchés aval de la fourniture de services de restauration sur plusieurs axes autoroutiers, un examen approfondi de la structure concurrentielle locale a été systématiquement mené, comme détaillé ci-après.

³⁸ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, paragraphe 624.

³⁹ Les parties sont également simultanément présentes sur l'autoroute A63, dans les deux sens de circulation. Toutefois, il n'existe aucun incrément résultant de l'opération sur les différents marchés, tels que définis par la pratique décisionnelle et retenus en l'espèce pour mener l'analyse concurrentielle. En tout état de cause, la part de marché cumulée des parties reste limitée sur un marché de la restauration au sens large sur cet axe autoroutier.

Zones avec parts de marché cumulées supérieures à 45 % mais présence de plusieurs concurrents

97. Sur l'autoroute A10, dans le sens Paris-Bordeaux, les parties sont présentes sur [40-50] % des aires situées sur cet axe, ce qui représente 5 aires exploitées par Areas et 1 aire exploitée par la cible. La part de marché de la nouvelle entité sera, à l'issue de l'opération, de [50-60] % sur le marché de la restauration *stricto sensu*, avec un incrément de [10-20] points, de [40-50] % sur le marché de la restauration légère, avec un incrément de [5-10] points, et [10-20] % sur le marché de la vente de produits en boutique, sans incrément lié à l'opération.
98. Dans cette zone, la nouvelle entité continuera de faire face à la concurrence de plusieurs autres opérateurs importants, tels que TotalEnergies, Shell et Avia. En particulier, la nouvelle entité sera confrontée, tout au long de cet axe autoroutier, à 2 concurrents exploitant 8 points de vente sur le marché de la restauration *stricto sensu*, à 5 concurrents exploitant 8 points de vente sur le marché de la restauration légère et à 6 concurrents exploitant 14 points de vente sur le marché de la vente de produits en boutique.
99. Sur l'autoroute A20, dans le sens Vierzon-Montauban, les parties sont présentes sur [30-40] % des aires situées sur cet axe, ce qui représente 2 aires exploitées par Areas et 1 aire exploitée par la cible. La part de marché de la nouvelle entité sera, à l'issue de l'opération, de [20-30] % sur le marché de la restauration *stricto sensu*, avec un incrément de [10-20] points, de [50-60] % sur le marché de la restauration légère, avec un incrément de [10-250] points, et [20-30] % sur le marché de la vente de produits en boutique, avec un incrément de 11 points.
100. Dans cette zone, la nouvelle entité continuera de faire face à la concurrence de plusieurs autres opérateurs importants, tels que TotalEnergies, Avia et EG Group. En particulier, la nouvelle entité sera confrontée, tout au long de cet axe autoroutier, à 2 concurrents exploitant 5 points de vente sur le marché de la restauration *stricto sensu*, à 2 concurrents exploitant 3 points de vente sur le marché de la restauration légère et à 3 concurrents exploitant 6 points de vente sur le marché de la vente de produits en boutique.
101. Sur l'autoroute A31, dans le sens Beaune-Zoufftgen, les parties sont présentes sur [50-60] % des aires situées sur cet axe, ce qui représente 2 aires exploitées par Areas et 2 aires exploitées par la cible. La part de marché de la nouvelle entité sera, à l'issue de l'opération, de [50-60] % sur le marché de la restauration *stricto sensu*, avec un incrément de [20-30] points, de [50-60] % sur le marché de la restauration légère, avec un incrément de [10-20] points, et [20-30] % sur le marché de la vente de produits en boutique, avec un incrément de [10-20] points.
102. Dans cette zone, la nouvelle entité continuera de faire face à la concurrence de plusieurs autres opérateurs importants, tels qu'Autogrill, TotalEnergies et Avia. En particulier, la nouvelle entité sera confrontée, le long de cet axe autoroutier, à 2 concurrents exploitant 5 points de vente sur le marché de la restauration *stricto sensu*, à 3 concurrents exploitant 4 points de vente sur le marché de la restauration légère et à 4 concurrents exploitant 6 points de vente sur le marché de la vente de produits en boutique.
- * * *
103. Au vu de ce qui précède, l'Autorité considère que la concurrence qui subsistera à l'issue de l'opération sera suffisante pour discipliner efficacement le comportement de la nouvelle entité sur les autoroutes A10 dans le sens Paris-Bordeaux, A20 dans le sens Vierzon-Montauban et A31 dans le sens Beaune-Zoufftgen.

104. Dès lors, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux peut être écarté sur le marché de la fourniture de services de restauration sur ces marchés.

Zones avec parts de marché supérieures 45 % sans alternative concurrentielle crédible et suffisante

➤ Présentation des parts de marché

105. Sur l'autoroute A5, dans le sens Paris-Langres, les parties sont présentes sur [60-70] % des aires situées sur cet axe, ce qui représente 2 aires exploitées par Areas et 1 aire exploitée par la cible. La part de marché de la nouvelle entité sera, à l'issue de l'opération, de [70-80] % sur le marché de la restauration *stricto sensu*, avec un incrément de [20-30] points, de [60-70] % sur le marché de la restauration légère, avec un incrément de [30-40] points, et de [40-50] % sur le marché de la vente de produits en boutique, avec un incrément de 14 points.
106. La nouvelle entité sera confrontée, sur cet axe, à 3 concurrents exploitant 4 points de vente sur le marché de la vente de produits en boutique, de sorte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur ce dernier marché.
107. En revanche, la nouvelle entité sera confrontée à un unique concurrent exploitant un seul point de vente sur le marché de la restauration *stricto sensu* et un seul point de vente sur le marché de la restauration légère. En conséquence, il y a lieu d'examiner plus en détail la situation sur ces marchés sur l'autoroute A5 dans le sens Paris-Langres.
108. Sur l'autoroute A5, dans le sens Langres-Paris, les parties sont présentes sur [70-80] % des aires situées sur cet axe, ce qui représente 2 aires exploitées par Areas et 1 aire exploitée par la cible. La part de marché de la nouvelle entité sera, à l'issue de l'opération, de [70-80] % sur le marché de la restauration *stricto sensu*, avec un incrément de [20-30] points, de [70-80] % sur le marché de la restauration légère, avec un incrément de [30-40] points, et de [50-60] % sur le marché de la vente de produits en boutique, avec un incrément de [10-20] points.
109. La nouvelle entité sera confrontée, sur cet axe, à 3 concurrents exploitant chacun un point de vente sur le marché de la vente de produits en boutique, de sorte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur ce dernier marché.
110. En revanche, la nouvelle entité sera confrontée à un unique concurrent exploitant un seul point de vente sur le marché de la restauration *stricto sensu* et un seul point de vente sur le marché de la restauration légère. En conséquence, il y a lieu d'examiner plus en détail la situation sur ces marchés, sur l'autoroute A5 dans le sens Langres-Paris.
111. Sur l'autoroute A19, dans les deux sens de circulation, les parties sont présentes sur [90-100] % des aires situées sur cet axe. La part de marché de la nouvelle entité sera, à l'issue de l'opération, de [30-40] % sur le marché de la restauration *stricto sensu*, sans incrément lié à l'opération, de [50-60] % sur le marché de la restauration légère, sans incrément lié à l'opération. En l'absence de chevauchement d'activité entre les parties, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur ces marchés.
112. En revanche, l'opération entraînera un chevauchement d'activité sur le marché de la vente en boutique sur lequel la nouvelle entité disposera d'une part de marché de [60-70] % avec un incrément de [30-40] points. En outre, la nouvelle entité sera confrontée à la concurrence d'un seul point de vente sur le marché de la vente de produits en boutique.
113. En conséquence, il y a lieu d'examiner plus en détail la situation sur le marché de la vente en boutique sur l'autoroute A19 dans les deux sens de circulation.

➤ Arguments des parties

114. La partie notifiante estime que, malgré les parts de marché importantes de la nouvelle entité sur l'autoroute A5 (dans les deux sens de circulation) et l'autoroute A19 (dans les deux sens de circulation), elle ne bénéficiera d'aucun pouvoir de marché de nature à lui permettre, notamment, d'augmenter les prix sur les aires exploitées sur ces deux axes autoroutiers. Elle avance à ce titre plusieurs arguments.
115. En premier lieu, la partie notifiante soutient que les SCA imposent une politique de modération tarifaire aux restaurateurs ce qui constitue une pression importante sur les tarifs des différentes offres de restauration.
116. La partie notifiante ajoute, en deuxième lieu, qu'il existerait également, dans une certaine mesure, un contrôle émanant des autorités publiques, et notamment de l'Autorité de régulation des transports (ci-après, « l'ART »), sur les prix pratiqués par les opérateurs de la restauration sur les aires de services sur autoroute.
117. En troisième lieu, la partie notifiante avance que les opérateurs restaurateurs sont contraints, s'agissant des prix et de la qualité de leur offre de restauration, par les franchiseurs qui contrôlent le respect des cahiers des charges qu'ils leur imposent, en ce compris la cohérence des prix pratiqués par l'ensemble des franchisés.
118. En quatrième lieu, les parties indiquent qu'elles définissent leur stratégie de prix par enseigne au niveau national, et ne procèdent à aucune adaptation de leur prix au niveau local, quelle que soit la situation concurrentielle qui se joue à ce niveau. [Confidentiel].
119. En cinquième et dernier lieu, la partie notifiante avance qu'en tout état de cause, la remise en concurrence de l'aire du Loiret sur l'A19 d'ici juin 2024, qui est actuellement exploitée par la cible, et l'aire de Chateaufvillain sur l'A5 d'ici décembre 2025, qui est actuellement exploitée par Areas, est de nature à discipliner le comportement des parties pour le cas où elles seraient candidates au renouvellement, ou à faire perdre aux parties leur pouvoir de marché sur ces zones en cas de non-renouvellement.

➤ Position de l'Autorité

120. Il ressort toutefois de l'instruction que, contrairement à ce qu'avance la partie notifiante, il n'existe pas de contraintes ou mécanismes de contrôle suffisants de nature à discipliner le comportement de la nouvelle entité sur les axes autoroutiers identifiés ci-dessus.
121. En effet, et en premier lieu, il n'existe pas de disposition légale relative à la modération tarifaire s'agissant des activités de restauration sur autoroute, comme c'est le cas s'agissant des activités de distribution de carburant sur autoroute⁴⁰. De plus, il ressort de l'instruction, que les SCA n'imposent pas, en pratique, aux sous-concessionnaires d'appliquer une politique de modération tarifaire dans le cadre de l'activité de restauration et de vente en boutique. Tout au plus, certaines SCA demandent aux opérateurs de s'engager sur des offres « *premier prix* » (soit sur des produits « repères », soit sur des formules « premiers prix »), qui ne représentent alors qu'une partie marginale des produits et formules vendues par l'opérateur de restauration dans les points de vente. Les parties ont par ailleurs indiqué que

⁴⁰ L'alinéa 4 de l'article R. 122-41 du code de la voirie routière précise les différents critères d'attribution que doivent prendre en compte les SCA pour la sélection du ou des soumissionnaires des contrats d'exploitation des installations commerciales. Cet article prévoit que si le contrat d'exploitation porte sur la distribution de carburant, la SCA doit inclure un critère tenant à la politique de modération tarifaire pratiquée par l'exploitant pour cette activité. Dans ce cas, la pondération de ce critère doit être au moins égale à celle qui est affectée au critère relatif à la rémunération versée à l'exploitant.

les autres offres standards peuvent avoir un écart d'environ 20 à 30 % avec l'offre « *premier prix* » en ce qui concerne la restauration légère ou *stricto sensu* et de 15 à 30 % pour ce qui concerne les boutiques si bien qu'il n'est pas possible de conclure que les menus « *premiers prix* » ont nécessairement une influence sur les autres prix pratiqués par l'enseigne.

122. En deuxième lieu, si l'ART vérifie la bonne application des règles de publicité et de mise en concurrence qui s'imposent aux SCA lors des appels d'offres⁴¹, celle-ci n'opère par la suite aucun contrôle s'agissant des prix effectivement appliqués dans le cadre de l'exploitation de l'activité de restauration par le sous-concessionnaire une fois que le contrat a été attribué.
123. En troisième lieu, il ressort des éléments du dossier que, contrairement à ce qu'avance la partie notifiante, les contrôles opérés par les franchiseurs s'agissant du respect des cahiers des charges et des concepts de leurs enseignes ne sont pas de nature à contraindre suffisamment les parties concernant leur politique tarifaire. En effet, les exemples de contrats de franchise transmis par la partie notifiante contiennent tout au plus des prix conseillés et ne prévoient pas de mesures coercitives spécifiques en cas de non-respect. Ainsi, les « exigences » tarifaires des enseignes ne revêtent pas de caractère obligatoire et ne sont donc pas susceptibles de discipliner totalement la politique tarifaire des parties. De plus, la partie notifiante a indiqué que les prix pratiqués sur les aires de services où elles exploitent des points de vente de restauration sous franchise sont, suivant les concepts, de 10 % à 35 % plus élevés que ceux qui sont pratiqués en centre-ville pour ces franchises. En outre, un hypothétique pouvoir disciplinant exercé par les franchiseurs n'aurait en tout état de cause aucun effet sur les enseignes exploitées en propre par les parties (telles que « *l'Arche* » pour Areas ou l'enseigne « *Léo* » pour Sirestco).
124. En quatrième lieu, le fait qu'Areas définisse actuellement sa stratégie de prix par enseigne au niveau national et indique ne procéder à aucune adaptation de ses prix au niveau local ne permet pas non plus d'exclure un risque d'augmentation des prix au niveau local. En effet, il est possible, [confidentiel], que la nouvelle entité soit incitée à opérer une différenciation tarifaire au niveau local, dans les zones où elle disposera d'un pouvoir de marché à l'issue de l'opération, [confidentiel].
125. En cinquième et dernier lieu, la remise en concurrence prochaine des aires du Loiret sur l'A19 et l'aire de Chateauvillain sur l'A5 n'est pas de nature à discipliner le comportement des parties sur les marchés aval durant la période précédant la remise en concurrence de la sous-concession. En effet, comme développé ci-avant, il ressort des éléments de l'instruction que les prix pratiqués par les restaurateurs (candidats ou sortants) sur les aires de services ne sont pas pris en compte, ou alors uniquement de manière très limitée, lors de l'attribution des notes aux soumissionnaires lors des appels d'offres, et donc dans le choix final du sous-concessionnaire. La prise en compte de ce critère est par ailleurs tout aussi limitée dans le cadre de la procédure d'agrément que la SCA doit délivrer lorsque l'activité de restauration est déléguée dans le cadre d'une tierce-exploitation. En outre, le fait que la remise en concurrence puisse faire perdre, prochainement, aux parties leur pouvoir de marché sur ces zones ne permet pas de garantir qu'elles n'utiliseront pas ce pouvoir de marché à leur avantage le temps d'exploitation restant. Enfin, il ne saurait être exclu que les parties soient renouvelées sur ces aires à l'issue des remises en concurrence.

➤ Conclusion

⁴¹ Dans le cadre des avis qu'elle rend préalablement à la passation des contrats de sous-concessions (en vertu des articles L. 122-27 et R. 122-44 et suivants du code de la voirie routière), l'ART peut contrôler la bonne application par les SCA des règles de pondération des critères d'attribution, et notamment de celui relatif à la politique de modération tarifaire du sous-concessionnaire s'agissant de l'activité de distribution de carburant, mais qui ne porte pas sur l'activité de restauration.

126. Il résulte de ce qui précède que les différents éléments mis en avant par la partie notificante ne sont pas de nature à discipliner le comportement de la nouvelle entité.
127. Ainsi, dans la mesure où la nouvelle entité sera confrontée à un seul concurrent sur les marchés de la restauration *stricto sensu* et de la restauration légère sur l'autoroute A5 dans les deux sens de circulation, ainsi que sur le marché de la vente en boutique sur l'autoroute A19 dans les deux sens de circulation, l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur ces marchés.
128. La partie notificante a toutefois proposé des engagements, analysés aux paragraphes 144 et suivants ci-après, de nature à remédier aux risques identifiés sur les autoroutes A5, dans les deux sens de circulation, et A19, dans les deux sens de circulation.

C. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE TABAC AU DÉTAIL

129. Les parties ont la qualité de revendeurs de produits du tabac dans les boutiques des aires de services sur lesquelles elles sont présentes⁴², en application de l'article 568 du code général des impôts et le titre VII du décret 2010-720 du 28 juin 2010.
130. Il ressort de ces dispositions que le tabac est vendu à un prix au moins égal au prix de vente homologué par arrêté ministériel publié au Journal Officiel. Les parties perçoivent une rémunération prenant la forme d'une commission de prestation lors de chaque vente de produits de tabac. En tant que revendeurs, elles peuvent également vendre les produits du tabac à un prix supérieur au prix de vente homologué.
131. Les parties revendent des produits de tabac dans les boutiques généralistes qu'elles exploitent au sein de [60-70] aires de services pour Areas et [10-20] aires de services pour la cible.
132. Conformément à la pratique décisionnelle rappelée aux paragraphes 65 à 67 ci-avant, les parts de marché des parties sont détaillées ci-dessous au niveau national (1) et au niveau local (2).
133. En l'espèce, les parts de marché des parties ont été calculées tant au niveau local que national en volume, en fonction du nombre de points de vente présents sur les aires de services situées dans les zones concernées.

1. AU NIVEAU NATIONAL

134. La part de marché cumulée des parties sur le marché national de la distribution de tabac au détail est inférieure à 1 %.
135. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de la distribution de tabac au détail au niveau national par le biais d'effets horizontaux.

⁴² A l'exception de l'aire [confidentiel] sur laquelle la filiale d'Areas, HRC, agit en tant que mandataire, la commission perçue sur les ventes de tabac au détail réalisées sur cette aire étant celle qui a été négociée avec le mandant.

2. AU NIVEAU LOCAL

136. Au niveau des aires de services d'autoroute, les parties ne sont pas simultanément présentes sur une même aire de services. Il n'y a donc aucun chevauchement d'activités de vente de tabac au détail au niveau des aires de services sur autoroute.
137. En revanche, il existe un chevauchement d'activités au niveau de six axes autoroutiers.
138. Ainsi que précédemment indiqué, l'Autorité écarte tout risque de concurrence lorsque la part de marché de la nouvelle entité est inférieure à 25 %, sans qu'il soit besoin de mener une analyse concurrentielle plus détaillée.
139. C'est le cas s'agissant des cinq axes autoroutiers suivants, sur lequel les parts de marché cumulées des parties sont inférieures à 25 % :
- l'autoroute A4, dans le sens Strasbourg-Paris ;
 - l'autoroute A20, dans le sens Vierzon-Montauban ;
 - l'autoroute A31, dans le sens Beaune-Zoufftgen ;
 - l'autoroute A89, dans le sens Bordeaux-Lyon ;
 - l'autoroute A89, dans le sens Lyon-Bordeaux.
140. En revanche sur l'autoroute A19, dans les deux sens de circulation, la part de marché de la nouvelle entité à la suite de l'opération sera de [90-100] % sur le marché de la distribution au détail de tabac, avec un incrément de [50-60] points.
141. En conséquence, en l'absence d'offre concurrente dans la zone sur le marché de la distribution au détail de produits de tabac, l'Autorité considère que l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur l'autoroute A19, dans les deux sens de circulation.
142. La partie notifiante a toutefois proposé des engagements, analysés aux paragraphes 144 et suivants ci-après, de nature à remédier aux risques identifiés sur l'Autoroute A19, dans les deux sens de circulation.

* * *

143. Il résulte de ce qui précède que l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché de la restauration *stricto sensu* et de la restauration légère sur l'autoroute A5, et sur le marché de la vente de produits en boutique sur l'autoroute A19, liés au renforcement de la position de la nouvelle entité sur les marchés identifiés par la pratique décisionnelle et à l'absence d'une concurrence alternative suffisante à l'issue de l'opération. Sur l'autoroute A19, l'opération est également susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché de la vente de tabac au détail, sur lequel elle sera en monopole.

IV. Les engagements

144. Afin de remédier aux risques d'atteinte à la concurrence résultant de la présente opération, sur les marchés de la fourniture de services de restauration sur les autoroutes A5 et A19, la partie notifiante a déposé le 29 juin 2023 une proposition d'engagements, ultimement modifiée le 21 juillet 2023. Le texte de ces engagements, joint en annexe, fait partie intégrante de la présente décision.

A. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS

1. LES ENGAGEMENTS CONCERNANT L'AIRE DE TROYES-FRESNOY SITUÉE SUR L'AUTOROUTE A5

145. Sur l'aire de Troyes-Fresnoy, située sur l'autoroute A5 dans le sens Paris-Langres⁴³, les engagements proposés par la partie notifiante consistent en la cession du contrat de sous-concession conclu par Sirestco avec la SCA APRR, dont l'échéance est prévue au 31 décembre 2032. Ce contrat de sous-concession porte, d'une part, sur l'activité de restauration, comprenant la restauration *stricto sensu*, la restauration légère et l'activité de distribution automatique, et, d'autre part, sur la distribution alimentaire dans le cadre de la boutique spécialisée.
146. Dans ce cadre, la partie notifiante s'engage également à céder le personnel essentiel attaché à l'ensemble des points de vente de restauration et de boutique, ainsi qu'à transférer, en bon état d'usage et de fonctionnement, l'ensemble des installations, éléments d'agencement, mobiliers et matériel (hormis les systèmes d'encaissement et les systèmes d'informations internes), permettant le fonctionnement des points de vente de restauration et de boutique ainsi que l'accueil de la clientèle.
147. Aussi, dans l'hypothèse où l'acquéreur souhaiterait maintenir les enseignes actuellement en place, la nouvelle entité s'engage à conclure des contrats de franchise portant sur les concepts et les marques de Sirestco « *Origin'R* » (restauration *stricto sensu*) et « *Léo Bistrot* » (restauration légère) et à mettre à disposition le nom d'usage « *La Boutique* ». En outre, elle s'engage à transférer le contrat de franchise, portant sur l'enseigne « *Memphis Coffee* », qu'elle a conclu avec la société King Memphis, sous réserve de l'accord de cette dernière en tant que franchiseur. Les contrats de franchise seront soumis à l'agrément de l'Autorité, le cas échéant.
148. Compte-tenu de la nature particulière des contrats de sous-concession portant sur l'occupation du domaine public autoroutier, la cession du contrat de sous-concession de l'aire de Troyes-Fresnoy ne pourra intervenir qu'après l'obtention d'un agrément par la SCA APRR, qui doit à son tour entamer une procédure d'agrément auprès de la direction générale des infrastructures, des transports et des mobilités (ci-après, « DGITM »). Aux termes de l'article R. 122-43 du code de la voirie routière, la DGITM dispose d'un délai de 3

⁴³ L'aire de Troyes-Fresnoy est également accessible dans le sens Langres-Paris via l'aire de Troyes-Le-Plessis, ces deux aires étant reliées par une passerelle piétonne.

mois pour se prononcer à compter de sa saisine par la SCA⁴⁴, au cours duquel elle doit solliciter un avis consultatif de la part de l'Autorité de régulation des transports (ART)⁴⁵. Une fois l'agrément de la DGITM reçu, la SCA peut ensuite agréer le transfert du contrat de sous-concession. La procédure d'agrément prend ainsi, en moyenne, [confidentiel] mois.

149. La partie notifiante s'engage par ailleurs à ce que la cession du contrat de sous-concession se fasse au profit d'un tiers indépendant de la partie notifiante, qui devra faire l'objet d'un agrément préalable par l'Autorité.
150. Enfin, cet engagement s'accompagne de la désignation d'un mandataire chargé du contrôle des engagements. À l'issue d'une première période de cession d'une durée de [confidentiel] mois, si le contrat de sous-concession n'a pas été cédé par la partie notifiante, un mandataire chargé de la cession sera désigné, afin qu'il procède lui-même à la cession dudit contrat et la conclusion des éventuels contrats de franchise visés par les engagements, dans un délai de [confidentiel] mois. Ainsi, la durée totale de cession est de [confidentiel] mois.

2. LES ENGAGEMENTS CONCERNANT L'AIRE DU LOIRET SITUÉE SUR L'AUTOROUTE A19

151. Sur l'aire du Loiret, située sur l'autoroute A19 et accessible dans les deux sens de circulation, la partie notifiante s'engage, d'une part, à transférer le contrat de location-gérance portant sur l'exploitation de la boutique généraliste sous enseigne « *Casino Everyday* » et assorti d'un mandat de vente de carburant, ainsi que sur la distribution automatique, conclu entre Sirestco, via sa filiale Beaune LR, et ENI, et dont l'échéance est prévue au 5 novembre 2024⁴⁶. Conformément aux dispositions du contrat-cadre conclu entre ENI et la société Distribution Casino France, dans lequel s'inscrit le contrat de location-gérance qui fera l'objet du transfert, l'opérateur tiers-exploitant devra exploiter la boutique sous l'enseigne actuelle « *Casino Everyday* ».
152. Sur la même aire, la nouvelle entité s'engage, d'autre part, à conclure des contrats de tierce-exploitation, portant respectivement sur l'activité de restauration *stricto sensu* et de restauration légère, avec une échéance également prévue le 5 novembre 2024⁴⁷. Dans l'hypothèse où l'acquéreur souhaiterait maintenir les enseignes de Sirestco actuellement en place, la nouvelle entité s'engage à conclure des contrats de franchise portant sur les concepts et les marques « *Léo Resto* » (restauration *stricto sensu*) et « *Léo Bistrot* » (restauration légère). Les contrats de franchise seront soumis à l'agrément de l'Autorité, le cas échéant.

⁴⁴ Selon l'article R. 122-43 du code de la voirie routière, la DGITM peut refuser, par décision motivée, l'agrément de l'attributaire pressenti, notamment si l'offre présentée ne permet pas de garantir la bonne gestion du domaine public autoroutier ou ne respecte pas les conditions d'organisation du service public arrêtées en application de l'article L. 122-29 du même code, si l'avis de l'Autorité de régulation des transports prévu à l'article L. 122-27 du même code n'est pas favorable, ou encore si l'attributaire pressenti ne présente pas les garanties professionnelles, techniques et financières suffisantes pour assurer le bon accomplissement des missions qui lui sont confiées.

⁴⁵ Article R. 122-44 du code de la voirie routière.

⁴⁶ Cette échéance correspond à l'échéance du contrat de sous-concession conclu entre la SCA Arcour et Sirestco sur cette aire (échéance initialement fixée au mois de mai 2024, qui a été repoussée au 5 novembre 2024 par un avenant en date du 10 juillet 2023).

⁴⁷ De même, cette échéance correspond à l'échéance du contrat de sous-concession conclu entre la SCA Arcour et Sirestco sur cette aire (échéance initialement fixée au mois de mai 2024, qui a été repoussée au 5 novembre 2024 par un avenant en date du 10 juillet 2023).

153. Pour chacun de ces contrats, la partie notifiante s'engage également à céder le personnel essentiel attaché à l'ensemble des points de vente de restauration et de boutique, ainsi qu'à transférer, en bon état d'usage et de fonctionnement, l'ensemble des installations, éléments d'agencement, mobiliers et matériel (hormis les systèmes d'encaissement et les systèmes d'informations internes), permettant le fonctionnement des points de vente de restauration et de boutique ainsi que l'accueil de la clientèle.
154. Le transfert du contrat de location-gérance ne pourra intervenir qu'après l'approbation par l'autre partie au contrat, ENI, et l'obtention d'un agrément par la SCA Arcour, cette dernière disposant d'un délai de [confidentiel] mois pour se prononcer aux termes du contrat de sous-concession. De la même manière, la conclusion des contrats de tierce-exploitation sera soumise à l'agrément de la SCA Arcour, dans les mêmes conditions de délai.
155. La partie notifiante s'engage par ailleurs à ce que le transfert du contrat de location gérance portant sur l'exploitation de la boutique, d'une part, et la conclusion de contrats de tierce-exploitation portant sur l'activité restauration, d'autre part, se fasse au profit de tiers indépendants de la partie notifiante, qui devront faire l'objet d'un agrément préalable par l'Autorité de la concurrence.
156. Ces engagements s'accompagnent, enfin, de la désignation d'un mandataire chargé du contrôle des engagements. À l'issue d'une première période de cession d'une durée de [confidentiel] mois, si le contrat de location-gérance portant sur l'exploitation de la boutique n'a pas été transféré et le contrat de tierce-exploitation portant sur l'activité de restauration n'a pas été conclu par la partie notifiante, un mandataire chargé de la cession sera désigné, afin qu'il procède lui-même respectivement au transfert et à la conclusion desdits contrats, ainsi qu'à la conclusion des éventuels contrats de franchise visés par les engagements, dans un délai de [confidentiel] mois. La durée totale de transfert et conclusion des contrats est de [confidentiel] mois.

B. APPRÉCIATION DES ENGAGEMENTS PROPOSÉS

1. PRINCIPES APPLICABLES

157. 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.
158. Ainsi que le précisent les lignes directrices de l'Autorité relatives au contrôle des concentrations, ces mesures doivent être efficaces en permettant de remédier pleinement aux atteintes à la concurrence identifiées. À cette fin, leur mise en œuvre ne doit pas soulever de doute, ce qui implique qu'elles soient rédigées de manière suffisamment claire et précise, et que les modalités opérationnelles pour les réaliser soient suffisamment détaillées. Leur mise en œuvre doit être rapide, la concurrence n'étant pas préservée tant qu'elles ne sont pas réalisées. Elles doivent en outre être contrôlables. Enfin, l'Autorité doit veiller à ce que les mesures correctives soient neutres, au sens où elles doivent viser à protéger la concurrence en tant que telle et non des concurrents spécifiques⁴⁸.

⁴⁸ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, paragraphe 354.

159. S'agissant d'une concentration horizontale, l'Autorité recherche en priorité des mesures correctives structurelles, qui visent à garantir des structures de marché compétitives par des cessions d'activités à un acquéreur approprié, susceptible d'exercer une concurrence réelle, ou l'élimination de liens capitalistiques entre des concurrents⁴⁹.
160. Les engagements doivent également revêtir un caractère proportionné : en particulier, ils doivent être strictement nécessaires pour maintenir ou rétablir une concurrence suffisante et le même résultat ne doit pas pouvoir être obtenu par d'autres mesures moins contraignantes⁵⁰.
161. En outre, l'efficacité des remèdes dépend de la reprise des contrats susmentionnés par un ou plusieurs acquéreurs appropriés. Pour rétablir des conditions de concurrence suffisantes, le repreneur devra être capable de concurrencer la nouvelle entité de manière effective sur les marchés concernés. Ceci suppose que ces opérateurs présentent toutes les garanties de viabilité et d'indépendance, tant juridique que commerciale, vis-à-vis de la partie notifiante.
162. Les boutiques et points de restauration présents sur les deux aires de services concernées devront donc être exploités par des opérateurs ayant la capacité de concurrencer activement la nouvelle entité sur le marché de la fourniture de services de restauration. Le repreneur devra par ailleurs être indépendant des parties et capable d'assurer l'exploitation pérenne des actifs cédés.
163. Enfin, la mise en œuvre des engagements ne doit pas être susceptible de créer de nouvelles atteintes à la concurrence sur la zone concernée, en créant ou en renforçant la position d'un concurrent déjà fortement implanté.

2. SUR L'ADÉQUATION DES MESURES PROPOSÉES

a) Sur l'adéquation des engagements concernant l'aire de Troyes-Fresnoy située sur l'autoroute A5

164. Dans son principe, l'engagement de cession du contrat de sous-concession est adéquat en ce qu'il délie l'actif concerné de tout lien vis-à-vis de la nouvelle entité en permettant à un opérateur concurrent, préalablement agréé par l'Autorité, d'acquérir la sous-concession cédée pour exploiter la boutique et les points de restauration sur l'aire de Troyes-Fresnoy.
165. Aux termes des engagements, cette cession doit en outre intervenir dans un délai suffisamment rapide pour rétablir une concurrence suffisante sur le marché concerné, la partie notifiante s'engageant à ce qu'il soit cédé dans un délai de [confidentiel] mois, incluant les délais d'obtention des agréments de la part de la DGITM et de la SCA.
166. En outre, dans cette zone, la cession de la sous-concession a pour effet de régler les problèmes de concurrence identifiés, en supprimant totalement les chevauchements d'activités résultant de l'opération sur les marchés de la restauration *stricto sensu* et de la restauration légère, dans les deux sens de circulation de l'autoroute A5. En effet, l'aire de Troyes-Fresnoy est située dans le sens Paris-Langres, mais est également accessible aux utilisateurs dans le sens Langres-Paris via l'aire de Troyes-Le-Plessis, ces deux aires étant reliées une passerelle piétonne.

⁴⁹ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, paragraphe 414.

⁵⁰ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, paragraphe 354.

167. Sur l'autoroute A5, la nouvelle entité disposera ainsi, à l'issue de la cession, d'une part de marché de [20-30] % sur le marché de la restauration *stricto sensu*, de [30-40] % sur le marché de la restauration légère, et de [30-40] % sur le marché de la vente de produits alimentaires en boutique. Cet engagement rétablit donc la situation concurrentielle préexistante à l'opération sur cet axe autoroutier et préserve une pression concurrentielle sur la nouvelle entité équivalente à celle qui était préalablement exercée par Sirestco sur la partie notifiante.
168. Les réponses au test de marché portant sur la proposition d'engagements, envoyé aux principaux concurrents ainsi qu'à la SCA concernée, confirment que ces engagements permettraient à un repreneur de constituer une alternative crédible aux services fournis par la nouvelle entité sur l'autoroute A5 et sont ainsi de nature à remédier efficacement aux risques d'atteinte à la concurrence identifiés.
169. En outre, l'effet des engagements apparaît garanti sur le long terme. En effet, l'échéance du contrat de sous-concession cédé, prévue au 31 décembre 2032, est suffisamment lointaine. De plus, le groupe Areas s'engage à ne pas acquérir d'influence directe ou indirecte sur tout ou partie de la société reprenant le contrat de sous-concession.
170. Les engagements assurent également la pérennité et l'attractivité des actifs cédés avant leur cession, puisque le groupe Areas s'est engagé à préserver la valeur marchande et la compétitivité des actifs cédés avec le contrat de sous-concession tout au long du processus de cession, conformément aux bonnes pratiques commerciales.
171. S'agissant de la mise en œuvre des engagements, le groupe Areas proposera à l'Autorité la nomination d'un mandataire qui aura pour mission de veiller au respect des obligations résultant de la présente décision. Par ailleurs, si le groupe Areas ne trouve pas de repreneur dans un délai de [confidentiel] mois, un mandataire sera chargé de trouver des repreneurs pour le contrat de sous-concession cédé et de négocier avec eux, pour le compte du groupe Areas, les conditions de la cession du contrat de sous-concession, dans un délai de [confidentiel] mois.
172. L'engagement relatif à la cession du contrat de sous-concession s'accompagne également d'un ensemble de garanties s'agissant de la possibilité pour le repreneur de pouvoir maintenir les enseignes actuellement en place. Le cas échéant, le groupe Areas s'engage en effet à conclure avec le repreneur des contrats de franchise portant sur les concepts et les marques du groupe Sirestco et à transférer le contrat de franchise, portant sur l'enseigne « *Memphis Coffee* », qu'elle a conclu avec la société King Memphis, sous réserve de l'accord de cette dernière en tant que franchiseur. Les contrats de franchise seront soumis à l'agrément de l'Autorité, le cas échéant.
173. Ces éléments renforcent ainsi la crédibilité des engagements souscrits par la partie notifiante.
174. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'Autorité de la concurrence considère que les engagements proposés par la partie notifiante sont suffisants pour éliminer les risques d'atteinte à la concurrence résultant de l'opération sur l'autoroute A5.

b) Sur l'adéquation des engagements concernant l'aire du Loiret située sur l'autoroute A19

175. Dans son principe, l'engagement de transfert du contrat de location-gérance, conclu avec ENI et portant sur la boutique, est adéquat en ce qu'il délie l'actif concerné de tout lien vis-à-vis de la nouvelle entité en permettant à un opérateur concurrent, préalablement agréé par l'Autorité, d'exploiter la boutique sur l'aire du Loiret.

176. En outre, dans cette zone, le transfert du contrat de location-gérance a pour effet de régler les problèmes de concurrence identifiés, dans les deux sens de circulation de l'autoroute A19, puisque l'aire du Loiret est une aire bidirectionnelle. En effet, cet engagement permet, de supprimer totalement les chevauchements d'activités qui auraient résulté de l'opération, sur le marché de la vente de produits en boutique et via les appareils de distribution automatique, d'une part, et sur le marché de la distribution de tabac au détail sur autoroute, d'autre part.
177. Sur l'autoroute A19, la nouvelle entité disposera ainsi, à l'issue de la cession, d'une part de marché de [30-40] % sur le marché de la vente de produits en boutique et de [50-60] % sur le marché de la distribution de tabac au détail sur autoroute.
178. Cet engagement rétablit donc la situation concurrentielle préexistant à l'opération sur cet axe autoroutier, et préserve une pression concurrentielle sur la nouvelle entité équivalente à celle qui était préalablement exercée par Sirestco sur la partie notifiante.
179. Par ailleurs, le fait que la partie notifiante s'engage également à confier l'activité de restauration (restauration *stricto sensu* et restauration légère) au repreneur, dans le cadre de contrats de tierce-exploitation, permet d'accroître l'attractivité du contrat de location-gérance à transférer portant sur la boutique et de faciliter l'identification d'un repreneur.
180. À cet égard, il ressort du test de marché qu'il est, en effet, plus attractif pour un opérateur de reprendre la totalité des activités de l'aire (boutique et restauration) et non le seul contrat de location-gérance portant sur la boutique. Les répondants ont ainsi indiqué que, compte tenu de la date d'échéance de ces contrats prévue le 5 novembre 2024, il apparaît pertinent d'avoir un seul opérateur en charge de la totalité du site, afin de simplifier l'exploitation des activités et d'en optimiser la gestion et les coûts.
181. Dans ce cadre, la majorité des réponses au test de marché tend à confirmer que ces engagements permettraient à un repreneur de constituer une alternative crédible aux services fournis par la nouvelle entité sur l'autoroute A19 et sont ainsi de nature à remédier efficacement aux risques d'atteinte à la concurrence identifiés.
182. Aux termes des engagements, le transfert et la conclusion de ces contrats doivent en outre intervenir dans un délai suffisamment rapide pour rétablir une concurrence suffisante sur le marché concerné, la partie notifiante s'engageant à ce qu'il soit cédé dans un délai total de [confidentiel] mois, incluant les délais d'obtention des agréments de la part de la SCA⁵¹ et l'approbation de la société ENI.
183. À ce titre, dans le cas où la société ENI refuserait le transfert du contrat de location-gérance à un nouvel opérateur, cette dernière pourrait alors conserver en propre l'exploitation de la boutique ou en confier l'exploitation à un opérateur de son choix. En tout état de cause, à la lumière des éléments du dossier, ces éventualités permettraient également de remédier aux risques d'atteinte à la concurrence identifiés.
184. Le groupe Areas s'engage à ne pas acquérir d'influence directe ou indirecte sur tout ou partie de la ou les société(s) reprenant le contrat de location-gérance et les contrats de tierce-exploitation sur cette aire. En outre, la sous-concession sur l'aire du Loiret sera remise en concurrence d'ici le mois de novembre 2024, ce qui emportera la résiliation des différents contrats d'exploitation prévus sur les activités de cette aire de service. Le processus de

⁵¹ L'agrément de la SCA est donné notamment en fonction des capacités techniques, professionnelles et financières du repreneur.

remise en concurrence permettra ainsi à la SCA de choisir le ou les meilleur(s) candidat(s), selon la configuration de l'appel d'offres et les critères qu'elle aura définis.

185. Les engagements assurent également la pérennité et l'attractivité des actifs cédés avant leur cession, puisque le groupe Areas s'est engagé à préserver la valeur marchande et la compétitivité des actifs cédés avec ces contrats tout au long du processus de cession, conformément aux bonnes pratiques commerciales.
186. S'agissant de la mise en œuvre des engagements, le groupe Areas proposera à l'Autorité la nomination d'un mandataire qui aura pour mission de veiller au respect des obligations résultant de la présente décision. Par ailleurs, si le groupe Areas ne trouve pas de repreneur dans un délai de [confidentiel] mois, un mandataire sera chargé de trouver des repreneurs et de négocier avec eux, pour le compte du groupe Areas, les conditions du transfert et de la conclusion de ces différents contrats, dans un délai de [confidentiel] mois.
187. Ces engagements s'accompagnent également d'un ensemble de garanties s'agissant de la possibilité pour le repreneur de pouvoir maintenir les enseignes actuellement en place. En effet, s'agissant de la boutique, l'enseigne « *Casino Everyday* » étant, comme indiqué ci-dessus, attachée au contrat de location-gérance, le repreneur devra *de facto* la maintenir à l'issue du transfert du contrat. S'agissant des points de restauration, la nouvelle entité s'engage, le cas échéant, à conclure avec le tiers-exploitant des contrats de franchise portant sur les concepts et les marques du groupe Sirescto. Les contrats de franchise seront soumis à l'agrément de l'Autorité, le cas échéant.
188. Ces éléments renforcent ainsi la crédibilité des engagements souscrits par la partie notifiante.
189. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'Autorité de la concurrence considère que les engagements proposés par la partie notifiante sont suffisants pour éliminer les risques d'atteinte à la concurrence résultant de l'opération sur l'autoroute A19.

DÉCISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 23-010 est autorisée sous réserve des engagements décrits aux paragraphes 144 à 189 ci-dessus et annexés à la présente décision.

Le vice-président,

Henri Piffaut

© Autorité de la concurrence