

**C2006-52 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 17 mai 2006, aux conseils du groupe l'Est Républicain, relative à une concentration dans le secteur de l'édition.**

NOR : ECOC0600171 Y

Maîtres,

Par dépôt d'un dossier déclaré complet le 28 avril 2006, vous avez notifié l'acquisition, par le groupe l'Est Républicain, de la société Delaroche, auprès de la société Socpresse. Cette acquisition a été formalisée par un contrat de cession signé le 10 avril 2006.

#### I. – LES ENTREPRISES CONCERNEES

**Le groupe L'Est Républicain** exploite principalement :

- quatre titres de presse quotidienne régionale : L'Est Républicain, La Liberté de l'Est, Les Dernières Nouvelles d'Alsace et Le Journal de la Haute Marne ;
- trois titres de presse hebdomadaire locale généraliste : La Presse de Gray, La Presse de Vesoul et L'Hebdo de Besançon ;
- un titre de presse hebdomadaire locale spécialisé : Les Affiches Moniteur ;
- un titre de presse trimestriel régional : Saisons d'Alsace ;
- trois titres de presse hebdomadaire gratuite : Top Est 55, Top Est 88 et Top Est 52 ;
- une régie publicitaire de presse : France Régie ;
- une régie publicitaire de radio : Top Régie ;
- trois sociétés de production de programmes de télévision à vocation locale : Alsatic, SAPA et Métropolest ;
- des sites Internet pour chacun des titres de presse quotidienne régionale.

Il est également actif, de façon marginale, sur le secteur de l'impression et de la distribution de titres tiers de presse ainsi que sur le secteur de l'édition de livres.

En 2005, le chiffre d'affaires total du groupe L'Est Républicain s'est élevé à 243,8\* millions d'euros, dont la quasi intégralité a été réalisée en France.

**La société Delaroche** cédée par la Socpresse dans le cadre de l'opération notifiée constitue son pôle d'activités Bourgogne et Rhône-Alpes. Elle exploite principalement :

- cinq titres de presse quotidienne régionale : Le Progrès, Lyon Matin, Le Dauphiné Libéré, Le Journal de Saône-et-Loire et Le Bien Public ;
- deux titres de presse hebdomadaire locale généraliste : La Tribune de Montélimar et Le Journal de Tain Tournon ;
- deux titres de presse hebdomadaire spécialisée : Documents AP et Eco Plus 21 ;
- un titre de presse trimestriel régional : Alpes Loisirs ;
- un titre de presse quotidien local gratuit : Lyon Plus ;
- un titre de presse gratuite d'annonces : Immo City ;
- une chaîne de télévision à caractère local : Lyon Télévision Métropole ;
- une régie publicitaire de presse : Publiprint Prov n°1\*\* ;

\* erreur matérielle : lire « 251,5 » au lieu de « 243,8 ».

- des sites Internet pour chacun des titres de presse quotidienne régionale et pour la chaîne de télévision.

Elle est également active, de façon marginale, sur les secteurs de l'impression de titres de presse tiers, de l'édition de livres, du conseil en communication et des salons professionnels.

En 2005, le chiffre d'affaires total des sociétés comprises dans le périmètre de l'opération s'est élevé à 334,3 millions d'euros, exclusivement réalisé en France.

## II. – L'OPERATION DE CONCENTRATION

A l'issue de l'opération, L'Est Républicain détiendra 51% du capital de la société Est Bourgogne Rhône Alpes (ci-après « EBRA »), véhicule d'acquisition de la société Delaroche et de l'ensemble de ses filiales. Les 49% restants seront détenus par la société Banque Fédérative du Crédit Mutuel (ci-après « BFCM »).

### 1. *Éléments de droit*

La création d'EBRA n'ayant pas donné lieu à la signature d'un pacte d'actionnaires, il convient de se reporter aux statuts de la société pour déterminer la nature du contrôle exercé par L'Est Républicain et par la BFCM sur la société Delaroche.

Il ressort des statuts d'EBRA que l'organisation de la société s'appuie sur un Comité de Direction composé de cinq membres, dont trois représentant L'Est Républicain et deux représentant la BFCM. Les statuts prévoient que « *le Comité de Direction est investi des pouvoirs les plus étendus pour diriger, gérer et administrer la société, sauf pour les décisions pour lesquelles les dispositions légales ou statutaires donnent compétence exclusive à un autre organe social* » et que « *les décisions doivent être prises à la majorité des membres* ». Aucun droit de veto n'est institué au profit de la BFCM au sein du Comité de Direction.

Au niveau de la collectivité des actionnaires, une majorité des deux-tiers est prévue pour les décisions relatives à l'approbation des comptes annuels et l'affectation des résultats, à la nomination et la révocation du président et des membres du comité de direction, à la nomination des commissaires aux comptes, à la dissolution et la liquidation de la société, à l'augmentation et la réduction du capital, aux fusions et scissions d'actifs et à l'exclusion d'un actionnaire. Les statuts d'EBRA ajoutent que « *toutes les autres décisions sont de la compétence du comité de direction* ».

Il apparaît ainsi que le Comité de Direction est compétent pour l'adoption de l'ensemble des décisions stratégiques relatives à la gestion opérationnelle de la société, et notamment l'adoption du budget et du *business plan*. Les décisions étant prises à la majorité et la BFCM ne disposant d'aucun droit de veto, il ressort de l'ensemble des éléments qui précèdent que L'Est Républicain détiendra, à l'issue de l'opération, le contrôle exclusif d'EBRA et par conséquent, de l'ensemble des sociétés comprises dans le périmètre d'acquisition.

### 2. *Éléments de fait*

La BFCM apportera sur un compte courant d'associés d'EBRA la somme nécessaire à l'acquisition de la société Delaroche. Les parties ont porté à la connaissance du Ministre les termes de la convention de compte courant qui sera signée entre la BFCM et EBRA. Cette convention permet d'écarter le risque qui pourrait peser sur EBRA d'une demande de remboursement immédiat de la somme déposée sur le compte courant d'associés. L'instruction a par ailleurs permis d'établir que la BFCM n'exercera pas d'influence sur EBRA du fait des sûretés liées au financement de l'opération. Enfin, il ressort des informations transmises par les parties que le groupe L'Est Républicain n'est pas dépendant de la BFCM pour le financement de ses investissements et de ses opérations courantes d'exploitation.

Par ailleurs, BFCM intervient dans le secteur de la presse régionale, au travers de sa filiale SFEJIC qui détient notamment le titre *L'Alsace*. Toutefois, les parties ont indiqué que cette filiale, qui ne représente qu'environ 0,6% du chiffre d'affaires total de la BFCM<sup>\*\*\*</sup>, n'était pas associée à la présente opération de concentration et que la BFCM n'avait pas vocation à intervenir dans la gestion opérationnelle des titres de presse de la société Delaroche.

---

<sup>\*\*</sup> erreur matérielle : lire « Publiprint Prov. n° 1 et Publiprint Dauphiné » au lieu de « Publiprint Prov. n° 1 ».

<sup>\*\*\*</sup> erreur matérielle : lire « Crédit Mutuel Centre Est Europe » au lieu de « BFCM ».

L'ensemble des éléments de droit et de fait communiqués par les parties ne permettent pas de considérer que la BFCM est en mesure d'exercer une influence déterminante sur EBRA, eu égard à la pratique décisionnelle des autorités nationales et communautaire de concurrence.

L'opération a donc pour effet de conférer à L'Est Républicain le contrôle exclusif de la société Delaroche et de ses filiales. A ce titre, elle constitue une opération de concentration au sens de l'article L.430-1 du Code de commerce. Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, elle ne revêt pas de dimension communautaire et est soumise aux dispositions des articles L.430-3 et suivants du Code de commerce relatifs à la concentration économique.

### III. – MARCHES CONCERNES

L'Est Républicain et la société Delaroche sont simultanément présentes sur les secteurs de la presse régionale, de la télévision et de l'édition.

Il convient d'apprécier l'impact de la présente opération sur la concurrence à la lumière de la pratique décisionnelle précédente des autorités nationales et communautaire de la concurrence dans le secteur des médias<sup>1</sup> et de l'édition de livres<sup>2</sup>.

#### **1. Les marchés de produits**

##### **i) La presse écrite**

L'Est Républicain et la société Delaroche diffusent des titres de presse régionale, de presse gratuite et de presse spécialisée.

Dans le secteur de la presse écrite, les autorités de concurrence distinguent traditionnellement la presse spécialisée grand public, la presse spécialisée technique et professionnelle, la presse gratuite, la presse nationale et la presse régionale.

S'agissant de la presse régionale, une segmentation est opérée selon la périodicité de la diffusion des titres, quotidienne (ci-après « PQR ») et hebdomadaire (ci-après « PHR »).

S'agissant du secteur la presse gratuite, les autorités de concurrence distinguent la presse gratuite à contenu rédactionnel de la presse gratuite d'annonces<sup>3</sup>. Au sein de la presse gratuite d'annonces, des marchés spécifiques ont été définis pour les annonces immobilières et les offres d'emploi<sup>4</sup>.

Par ailleurs, pour chaque catégorie de titre de presse ainsi définie, les autorités de concurrence ont défini trois marchés : ceux du lectorat, de la publicité commerciale et des petites annonces.

Les marchés connexes à ceux définis ci-dessus, et sur lesquels les entreprises concernées sont toutes deux présentes, sont les marchés de l'impression de titres de presse, de régie locale de presse et de l'exploitation de sites Internet relatifs à des titres de presse.

En l'espèce, il n'est pas nécessaire de définir avec plus de précision les marchés concernés, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées, quelles que soient les définitions retenues.

##### **ii) La télévision**

La société Delaroche exploite une chaîne de télévision locale et L'Est Républicain est présent sur le secteur de la production de programmes télévisés.

---

<sup>1</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne M.3420, *GIMD/Socpresse*, du 16 juin 2004 et les lettres du Ministre de l'Economie autorisant les opérations *Le Monde/La Vie Catholique*, le 14 octobre 2002, *Ouest France/Socpresse* du 28 octobre 2005 et *TF1-AB/TMC* du 27 octobre 2004.

<sup>2</sup> Voir la décision de la Commission européenne M.2978, *Lagardère/Natexis/VUP*, du 7 janvier 2004 et les lettres d'autorisation du Ministre de l'Économie *Le Seuil/Martinière* du 22 mars 2004 et *Bertelsmann/Librairies du Savoir* du 20 mai 2005.

<sup>3</sup> Voir l'avis du Conseil de la concurrence n°03-A-03 du 20 mars 2003 relatif à l'acquisition de la société Comareg par la société France Antilles.

<sup>4</sup> Voir notamment la lettre d'autorisation du Ministre de l'Économie, *Socpresse/Express Expansion* du 31 décembre 2002 et la décision du Conseil de la concurrence n°89-D-05 du 24 janvier 1989.

Dans le secteur de la télévision, les autorités de concurrence<sup>5</sup> ont jusqu'à maintenant distingué les activités de télévision gratuite et celles de la télévision payante, dans la mesure où elles ne correspondent pas au même modèle économique<sup>6</sup>.

La télévision gratuite étant caractérisée par l'absence de relation commerciale directe entre les téléspectateurs et les opérateurs de télévision gratuite, le seul marché aval sur lequel il paraît pertinent d'évaluer la position de la nouvelle entité est celui de la publicité télévisée qui met en relation les offreurs (régies publicitaires) et les demandeurs (annonceurs) d'espaces publicitaires.

Les marchés situés en amont des marchés de l'exploitation de chaînes de télévision sont ceux de l'acquisition des droits de diffusion, sur lesquels les offreurs sont les producteurs de programmes et les demandeurs les éditeurs de chaînes. Au sein de ce secteur d'activité, la Commission européenne a opéré une distinction entre les droits relatifs au sport, les droits relatifs aux œuvres cinématographiques et les droits relatifs à des programmes spécifiquement édités pour une diffusion à la télévision<sup>7</sup>. En outre, aux termes de la lettre d'autorisation de l'opération *Canal Plus/UGC DA*<sup>8</sup>, le Ministre distingue les programmes de stocks (films, téléfilms, etc) de ceux de flux (programmes d'information, magazines, jeux, etc).

En l'espèce, la question de la segmentation précise de ces marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelles que soient les délimitations retenues, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

### **iii) L'édition de livres**

Dans le secteur des livres, les autorités nationales et communautaire de concurrence ont défini, en amont et en aval, différents marchés de produits et de services, qui caractérisent la « chaîne » du livre.

En amont, la Commission européenne a notamment distingué les marchés de l'acquisition des droits d'édition selon qu'il s'agit de droits primaires ou de droits secondaires. S'agissant des droits primaires, elle a opéré une première segmentation selon la langue de l'ouvrage (langue française ou langues étrangères) et une seconde distinction selon la catégorie de livres<sup>9</sup>, qui constituent autant de marchés distincts. S'agissant des droits secondaires, elle a distingué les livres qui font l'objet d'une seconde exploitation en format poche de ceux qui font l'objet d'une impression en format « club ». Par ailleurs, elle a défini un marché des droits de reproduction iconographiques et cartographiques.

En aval, au sein des marchés de la vente de livres par les éditeurs aux revendeurs, la Commission européenne a distingué différents segments de marchés selon le type de revendeur (niveaux 1 et 2, hypermarchés et grossistes) et selon la catégorie d'ouvrages<sup>10</sup>.

En l'espèce, il n'est pas nécessaire de définir avec plus de précisions les marchés concernés, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.

## **2. La dimension géographique des marchés**

### **i) Le secteur des médias**

Il ressort de la pratique décisionnelle des autorités nationales et communautaire de concurrence que la dimension géographique des marchés des médias et de la publicité sur ces médias correspond à leur zone de diffusion.

Les titres de PQR et de presse gratuite ainsi que la télévision locale acquis par le groupe L'Est Républicain dans le cadre de l'opération notifiée ont une diffusion départementale. Les titres de PHR acquis

---

<sup>5</sup> Voir notamment la lettre d'autorisation du Ministre de l'Économie, *TF1-AB/TMC*, du 27 octobre 2004.

<sup>6</sup> Les chaînes gratuites sont financées par la publicité et les chaînes payantes principalement par les abonnements.

<sup>7</sup> Voir les décisions de la Commission européenne M.2876 *Newscorp/Telepiu* du 2 avril 2003, *JV 57 TF1-M6/TPS* du 30 avril 2002 et M.2050 *Vivendi/Canal+/Seagram* du 13 octobre 2000.

<sup>8</sup> Voir la lettre d'autorisation du Ministre de l'Économie *Canal Plus/UGC DA* du 7 octobre 1996.

<sup>9</sup> Livres de littérature générale, livres pour la jeunesse, bandes dessinées, ouvrages universitaires et professionnels.

<sup>10</sup> Livres de littérature générale grand format et format poche, livres pour la jeunesse, beaux livres, livres pratiques, bandes dessinées, livres éducatifs (scolaires et parascolaires), ouvrages universitaires et professionnels, ouvrages de référence et fascicules encyclopédiques.

ont, quant à eux, une diffusion infra-départementale. Enfin, les titres de presse spécialisée ont une diffusion départementale ou supra-départementale.

Ces zones de diffusion définissent ainsi la dimension géographique des marchés pertinents.

## ii) Le secteur de l'édition

Aux termes de la jurisprudence communautaire, les marchés de l'acquisition des droits primaires d'édition et de droit de reproduction iconographique et cartographique sont de dimension mondiale. En ce qui concerne la délimitation géographique des marchés de l'acquisition des droits d'édition secondaires et de la vente de livres des éditeurs aux revendeurs, la Commission estime qu'ils sont de dimension supranationale, correspondant au bassin francophone de la Communauté européenne.

## IV. – ANALYSE CONCURRENTIELLE

### 1. Analyse des effets horizontaux et verticaux liés à l'opération de concentration

#### i) La presse écrite

##### La presse quotidienne régionale

Du côté du groupe L'Est Républicain, les titres de PQR sont diffusés dans les départements suivants :

- le Doubs, la Meurthe-et-Moselle<sup>\*\*\*\*</sup>, la Haute-Saône, le Territoire de Belfort et les Vosges pour *L'Est Républicain* ;
- la Haute-Marne pour *Le Journal de la Haute Marne* ;
- le Bas-Rhin et le Haut-Rhin pour *Les Dernières Nouvelles d'Alsace* ;
- les Vosges pour *La Liberté de l'Est*.

Du côté de la société Delaroche, les titres de PQR sont diffusés dans les départements suivants :

- le Rhône, l'Ain, le Jura, la Haute-Loire et la Loire pour *Le Progrès* ;
- le Rhône pour *Lyon Matin* ;
- la Saône-et-Loire pour *Le Journal de Saône-et-Loire* ;
- la Côte-d'Or pour *Le Bien Public* ;
- l'Ain<sup>\*\*\*\*</sup>, l'Ardèche, la Drôme, l'Isère, la Savoie, la Haute-Savoie, les Hautes-Alpes<sup>\*\*\*\*\*</sup> et le Vaucluse pour *Le Dauphiné Libéré*.

L'acquisition de la société Delaroche par L'Est Républicain n'aboutit donc à aucun chevauchement d'activité entre les zones de diffusion de leurs titres de PQR respectifs. L'opération de concentration n'est ainsi pas de nature à modifier la structure de la concurrence sur les différents marchés départementaux du lectorat, de la publicité commerciale et des petites annonces en matière de PQR.

##### La presse hebdomadaire régionale

L'Est Républicain publie trois titres de PHR d'informations locales : *La Presse de Gray* diffusé dans les arrondissements de Gray, *La Presse de Vesoul* diffusé à Vesoul et *L'Hebdo de Besançon*, diffusé dans la zone urbaine de Besançon.

La société Delaroche, pour sa part, publie deux titres de PHR d'informations locales<sup>11</sup> : *La Tribune de Montélimar*, diffusé dans le sud de la Drôme et le sud de l'Ardèche et *Le Journal de Tain Tournon*, diffusé à Tournon et à Tain l'Hermitage.

---

\*\*\*\* erreur matérielle : lire « le Doubs, la Meuse, la Meurthe-et-Moselle » au lieu de « le Doubs, la Meurthe-et-Moselle ».

\*\*\*\*\* erreur matérielle : lire « l'Ain » (Pays de Gex) au lieu de « l'Ain ».

\*\*\*\*\* erreur matérielle : lire « les Hautes-Alpes, les Alpes de Haute Provence (Barcelonnette) » au lieu de « les Hautes-Alpes ».

<sup>11</sup> Il convient par ailleurs de souligner que la société Delaroche a signé un contrat de location-gérance avec la société SEPRAJ qui exploite les titres de PHR suivants : *La Gazette du Morvan*, *L'indépendant du Louhannais et du Jura*, *Le*

L'acquisition de la société Delaroche par L'Est Républicain n'aboutit donc à aucun chevauchement d'activité entre les zones de diffusion de leurs titres de PHR respectifs. L'opération de concentration n'est ainsi pas de nature à modifier la structure de la concurrence sur les différents marchés infra-départementaux du lectorat, de la publicité commerciale et des petites annonces en matière de PHR.

### **La presse spécialisée**

L'Est Républicain publie un titre bi-hebdomadaire, *Les Affiches Moniteur*, spécialisé dans les annonces légales, les annonces relatives aux marchés publics et les renseignements commerciaux, juridiques, fiscaux, administratifs, financiers, économiques et culturels. Ce titre est diffusé dans les départements de Moselle et du Bas-Rhin. Par ailleurs, l'Est Républicain publie une revue trimestrielle, *Saisons d'Alsace*, spécialisée dans la littérature, l'art et l'histoire et diffusé dans la région Alsace.

La société Delaroche publie, pour sa part, deux titres hebdomadaires, *Documents AP* et *Eco Plus 21*, spécialisés dans le secteur de l'économie et diffusés respectivement en Saône-et-Loire et en Côte-d'Or. Elle édite également un titre trimestriel, *Alpes Loisirs*, qu'elle diffuse dans les départements suivants : l'Ain (Pays de Gex), l'Isère, la Drôme, l'Ardèche, la Savoie, la Haute-Savoie, les Hautes-Alpes, le Vaucluse et les Alpes-de-Haute-Provence (Barcelonnette).

L'acquisition de la société Delaroche par L'Est Républicain n'aboutit donc à aucun chevauchement d'activité entre les zones de diffusion de leurs titres de presse spécialisée respectifs. L'opération de concentration n'est ainsi pas de nature à modifier la structure de la concurrence sur les différents marchés départementaux et supra-départementaux du lectorat, de la publicité commerciale et des petites annonces en matière de presse spécialisée.

### **La presse gratuite**

L'Est Républicain est présent sur le secteur de la presse gratuite d'annonces « généralistes » avec les titres *Top Est 55*, diffusé dans le département de la Meuse, *Top Est 88*, comportant 4 éditions diffusées dans le département des Vosges (Épinal, Saint Dié, Remiremont et La Plaine) et *Top Est 52*, comportant 2 éditions diffusées dans le département de la Haute-Marne (Saint Dizier et Chaumont).

La société Delaroche publie un titre de presse gratuite d'annonces immobilières, *Immo City*, distribué en Côte-d'Or, essentiellement sur la zone de Dijon. Elle édite également un titre quotidien de presse gratuite d'informations nationales et locales, *Lyon Plus*, diffusé à Lyon.

L'acquisition de la société Delaroche par L'Est Républicain n'aboutit donc à aucun chevauchement d'activité entre les zones de diffusion de leurs titres de presse gratuite respectifs. L'opération de concentration n'est ainsi pas de nature à modifier la structure de la concurrence sur les différents marchés départementaux de la publicité commerciale et des petites annonces en matière de presse gratuite.

### **Les marchés connexes**

S'agissant de l'activité d'impression et de régie publicitaire de presse pour des titres tiers et du secteur de l'exploitation de sites Internet, tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté compte tenu du faible chiffre d'affaires réalisé par les entreprises concernées dans ces secteurs.

#### *Le secteur de l'impression pour des titres de presse tiers*

L'Est Républicain et la société Delaroche ont réalisé, en 2005, un chiffre d'affaires respectivement de 2,9 et de 2,8 millions d'euros dans le secteur de l'impression pour des titres tiers. Par ailleurs, l'Est Républicain imprime essentiellement des titres de presse locale alors que la société Delaroche imprime des titres de presse nationale.

S'agissant de l'activité d'impression de titres de presse nationale, les parties ont indiqué que la société Delaroche est en concurrence avec l'ensemble des unités d'impression présentes sur le territoire national. En outre, au niveau local, il existe, à Lyon, cinq unités d'impression susceptibles de constituer une offre alternative à celle des parties (Savoy Offset, IGPM, Fot, IPS Roto Sud et Chirat).

---

*Courrier de Saint Claude, L'indépendant du Haut Jura et La Maurienne.* Ces titres de PHR sont essentiellement diffusés dans les départements du Jura et de Saône-et-Loire.

S'agissant de l'activité d'impression de titres de presse par l'Est Républicain, il ressort des informations transmises par les parties qu'elle concerne essentiellement des titres de presse diffusés localement (PHR, presse gratuite, etc). Les parties ont indiqué qu'il existe, pour les titres de presse diffusés localement, de très nombreuses alternatives aux centres d'impression de l'Est Républicain en Alsace, en Lorraine mais également dans le Bassin Rhénan (en Allemagne et en Suisse).

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, les risques d'atteinte à la concurrence peuvent être écartés sur le secteur de l'impression pour des titres de presse tiers.

#### *Le secteur de la régie publicitaire de presse pour des titres tiers*

L'Est Républicain et la société Delaroche ont respectivement réalisé, en 2005, un chiffre d'affaires respectivement d'environ 193 000 euros et 1 million d'euros pour l'exercice de l'activité de régie de presse locale pour le compte de titres tiers.

S'agissant de l'Est Républicain, l'activité de régie publicitaire pour des titres tiers est assurée par France Régie pour le compte d'annonceurs allemands souhaitant acheter des espaces publicitaires dans des titres de presse diffusés en France. Les parties ont indiqué qu'il existe, en Alsace et en Lorraine, un nombre important de régies publicitaires et d'agences de communication susceptibles de constituer une offre alternative à celle de France Régie.

Pour sa part, l'activité de Publiprint Prov n°1, régie publicitaire du *Progrès*, pour des titres tiers est uniquement orientée vers la commercialisation d'espaces publicitaires et de petites annonces pour le supplément local d'un titre de presse national, dont la parution devrait cesser en 2007. Il existe par ailleurs un certain nombre d'offres concurrentes à celle de la société Delaroche.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, les risques d'atteinte à la concurrence peuvent être écartés sur le secteur de la régie publicitaire de presse pour le compte de titres tiers.

#### *L'exploitation de sites Internet*

Concernant l'exploitation de sites Internet, L'Est Républicain a réalisé, en 2005, un chiffre d'affaires de 606 000 euros représentant les ventes d'archives, de petites annonces et d'espaces publicitaires sur les sites de *L'Est Républicain* et *Les Dernières Nouvelles d'Alsace*. Pour sa part, la société Delaroche a réalisé, en 2005, un chiffre d'affaires de 1,1 million d'euros représentant les ventes d'archives, de petites annonces et d'espaces publicitaires sur les sites du *Progrès*, de TLM, de *Lyon Plus*, du *Bien Public* et du *Journal de Saône-et-Loire*.

Deux catégories de site Internet peuvent être distingués dans l'activité d'éditeur de sites des parties. Tout d'abord, L'Est Républicain et la société Delaroche éditent des sites éditoriaux, qui sont le prolongement de la version papier de leurs titres de presse. Le modèle économique de ces sites repose en grande partie sur la vente de publicité commerciale, elle-même corrélée à l'audience du site. Or, le nombre de visites effectuées sur les sites de *L'Est Républicain* et des *Dernières Nouvelles d'Alsace* s'est élevé à 1,8 millions en janvier 2006 et sur les sites du *Progrès*, de *Lyon Plus* et de TLM à 512 462 visites en décembre 2005. Ces nombres ne sont pas significatifs par rapport, par exemple, au site internet du journal *Le Monde* qui a enregistré 24 millions de visites en mars 2006 ou à celui de *Libération* (8,1 millions de visites en mars 2006) et du *Nouvel Observateur* (7,0 millions de visites en mars 2006). Par ailleurs, les parties ont indiqué, sur la base d'une étude réalisée par TNS Média Intelligence, qu'un annonceur sur deux n'utilise qu'un seul site pour leur campagne de publicité, privilégiant les sites à plus forte audience. Enfin, pour les consommateurs, il existe, en matière d'information locale, des sites Internet concurrents à ceux des parties, généralistes (par exemple, la rubrique « villes » du site wanadoo), institutionnels ou thématiques (cinéma, sorties culturelles, etc).

En outre, L'Est Républicain et la société Delaroche éditent des sites d'annonces, certains étant dédiés à des thèmes spécifiques (emploi, annonces immobilières, etc) et dont le modèle économique est assez proche des journaux gratuits (les annonceurs achètent la publication de leurs annonces dont la consultation est gratuite). Or pour chacune des catégories d'annonces, il existe une offre alternative développée<sup>12</sup>.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, les risques d'atteinte à la concurrence peuvent être écartés sur le secteur de l'édition de sites Internet.

---

<sup>12</sup> Par exemple, pour les annonces d'emploi, les sites Monster, Regionsjob et Keljob et pour les annonces immobilières, les sites Se Loger, Immostreet, Sitimmo et Bonjour.

## ii) La télévision

La société Delaroche exploite la chaîne de télévision *Télévision Lyon Métropole* (TLM), émise dans l'agglomération lyonnaise et dont l'audience est d'environ 2% dans cette zone géographique.

L'Est Républicain n'exploite aucune chaîne locale de télévision mais est active sur les secteurs de la production de programmes télévisés. En effet, par l'intermédiaire de la société SAPA, elle assure la réalisation de programmes d'information locale de courte durée sur les régions Alsace et Franche-Comté, destinés à être diffusés sur les journaux d'information de TF1, TPS et LCI. Par ailleurs, via la société Alsatic, elle produit un programme d'information locale, diffusé gratuitement sur le réseau des câblo-opérateurs selon le principe de la multidiffusion (15 à 35 fois par semaine). Enfin, par l'intermédiaire de Métropolest, elle est chargée de la réalisation matérielle d'un journal d'information locale, *M6 Nancy*, diffusée sur la région de Nancy.

L'opération de concentration n'entraîne aucun chevauchement d'activité dans le secteur de l'exploitation de chaînes de télévision, en particulier s'agissant de la publicité télévisuelle. Par ailleurs, les risques d'effets verticaux liés à la présence de L'Est Républicain en amont peuvent être écartés dans la mesure où les programmes qu'il produit n'ont vocation à être diffusés que dans l'est de la France.

## iii) L'édition de livres

Les Éditions la Nuée Bleue, de L'Est Républicain, ont réalisé, en 2005, un chiffre d'affaires de 2,3 millions d'euros et sont spécialisées dans les ouvrages relatifs à la région d'Alsace (histoire, arts, nature, etc). Les catégories d'ouvrages édités et commercialisés par les Éditions la Nuée Bleue sont essentiellement des livres pratiques, des livres de littérature générale et des beaux livres dont environ 90% sont vendus en Alsace et en Lorraine. Par ailleurs, le montant des achats de droits primaires d'édition s'est élevé, en 2005, à [...] euros et celui des droits de reproduction iconographique à [...] euros.

L'activité d'édition de Delaroche a représenté, en 2005, un chiffre d'affaires de 1,6 million d'euros, réalisé essentiellement sur la zone de diffusion du *Dauphine Libéré* et concerne la publication et la commercialisation de beaux livres, de fascicules « régionaux » et de hors série de ce titre de presse. Par ailleurs, le *Journal de Saône-et-Loire* a édité, en 2005, un ouvrage pour un chiffre d'affaires de [...] euros, la diffusion ayant essentiellement concerné les départements de Saône-et-Loire et de Côte-d'Or. Enfin, le montant des achats de droits primaires d'édition s'est élevé à [...] euros et celui des droits de reproduction iconographique à [...] euros.

Il apparaît que le chevauchement d'activité des parties concerne essentiellement la commercialisation de beaux livres aux revendeurs. Toutefois, le risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté dans la mesure où, sur les marchés de la vente de beaux livres, toutes catégories de revendeurs confondues, les principaux opérateurs sont Hachette, La Martinière, Sélection du Reader's Digest, Gallimard, et Flammarion<sup>13</sup>. En outre, il convient d'observer que ces ouvrages font l'objet d'une diffusion limitée, à prédominance régionale et dans des zones de diffusion différentes.

## 2. Analyse des risques d'atteinte à la concurrence liés à la disparition d'un concurrent potentiel

Une opération de concentration, bien que n'entraînant pas de chevauchement d'activité sur un marché, peut avoir pour conséquence la disparition d'un concurrent potentiel sur ce marché.

Au cas d'espèce, les entreprises concernées sont présentes sur des marchés locaux de presse régionale dont certains sont géographiquement proches. Notamment, L'Est Républicain diffuse certains de ses titres de presse dans les départements du Territoire de Belfort, de la Haute-Saône, du Doubs, de la Haute-Marne situés à proximité des départements du Jura, de Côte-d'Or et de Saône-et-Loire où la société Delaroche est présente.

Toutefois, il ressort de la décision du Ministre, *Ouest France/Socpresse* précitée que le secteur de la presse quotidienne régionale se caractérise par la présence de fortes barrières à l'entrée. En effet, la production et la distribution des journaux nécessitent des coûts fixes importants. La viabilité du modèle économique de la presse quotidienne régionale reposant en grande partie sur son rôle d'intermédiation entre les lecteurs et les annonceurs, seul un tirage suffisamment élevé, dans une zone de diffusion du titre assez large, permet d'amortir les coûts fixes, tant sur les ventes de journaux que sur la commercialisation des

<sup>13</sup> Voir notamment la décision *Lagardère/Natexis/VUP* précitée.

espaces publicitaires ou des petites annonces. Or, la notoriété d'un titre de presse et la fidélisation du lectorat s'acquière dans la durée. Par conséquent, l'introduction d'un nouveau titre de presse se heurte à cette double contrainte.

En outre, dans cette décision, le Ministre a également souligné que la PQR se caractérise, depuis une trentaine d'années, par une tendance à la disparition plutôt qu'à la création de titres, les quelques tentatives de lancement de nouveaux titres dans la presse ayant toutes échoué.

Il apparaît ainsi que les fortes barrières à l'entrée limitent la probabilité d'introduction de nouveaux titres de presse quotidienne régionale. Si la société Delaroche possède le savoir-faire requis pour l'exploitation de titres de presse quotidienne régionale, elle n'avait pas d'incitation, préalablement à l'opération, à consentir les investissements requis pour entrer sur les zones de diffusion des titres de L'Est Républicain compte tenu, d'une part, de sa situation financière et, d'autre part, des coûts fixes très importants nécessaires à la production et à la distribution d'un nouveau titre de presse.

Le risque d'atteinte à la concurrence par disparition d'un concurrent potentiel peut donc être écarté.

### **3. Analyse des effets liés à la présence de la nouvelle entité sur des marchés géographiques distincts**

L'acquisition de l'ensemble des titres de presse et de la télévision locale de la société Delaroche permet à L'Est Républicain d'étendre sa présence sur le territoire.

Il convient, au cas d'espèce, d'examiner les risques liés à la présence de la nouvelle entité dans 23 départements sur les marchés du lectorat, de la publicité commerciale et des petites annonces diffusées sur les titres de presse régionale (PQR, PHR, presse spécialisée et presse gratuite).

Sur les marchés du lectorat, les risques d'effets congloméraux peuvent être écartés dans la mesure où, la zone d'attractivité d'un titre de presse correspondant à son périmètre de diffusion, la détention d'une gamme de titres de presse dans les départements voisins ne constitue pas un argument de vente déterminant pour les lecteurs.

Sur les marchés de la publicité commerciale diffusée sur les titres de presse régionale, l'opération de concentration n'aboutit au renforcement de la gamme de supports publicitaires de la nouvelle entité dans aucune zone de diffusion de ses titres de presse. En revanche, il convient d'examiner si la détention d'un nombre important de titres de presse constitue un avantage concurrentiel décisif pour la nouvelle entité.

Sur ces marchés, la demande est composée d'annonceurs nationaux et d'annonceurs locaux.

S'agissant des annonceurs locaux qui achètent des espaces publicitaires dans les titres de presse diffusés dans le département où ils sont implantés, les parties ont indiqué que l'achat par ces annonceurs d'espaces publicitaires dans un titre de PQR diffusé dans un département voisin était marginal. A titre d'exemple, s'agissant des titres de la société Delaroche, *Le Bien Public* et *Le Journal de Saône-et-Loire*, qui sont diffusés dans des départements proches de certaines zones de diffusion de *L'Est Républicain* (Haute-Saône et Doubs), les parties ont indiqué que la part du chiffre d'affaires investi par les annonceurs locaux pour l'achat d'espaces publicitaires dans les titres de L'Est Républicain ne représente que 0,5 à 1% du chiffre d'affaire total réalisé par les deux titres de la société Delaroche en matière de la publicité locale.

Par ailleurs, le recours à une offre facultative de couplage entre les titres existants est d'ores et déjà faible<sup>14</sup> ; il ne devrait donc pas être significativement renforcé à l'issue de l'opération.

Au regard de ces éléments, le risque lié à l'incitation par la nouvelle entité d'imposer des couplages aux annonceurs locaux entre ses différents titres peut être écarté.

Pour la publicité des annonceurs nationaux, L'Est Républicain comme la société Delaroche ont recours au GIE Quotidiens Associés, dont l'objet est de permettre à la presse régionale d'accéder à des campagnes publicitaires nationales en offrant aux annonceurs l'opportunité d'une diffusion sur l'ensemble du territoire. Le GIE facilite ainsi les couplages pour les annonceurs nationaux désireux de recourir aux titres de ses membres. Par ailleurs, à l'issue de l'opération de concentration, la nouvelle entité détiendra cinq membres sur treize ainsi que six administrateurs sur quatorze, et ne sera pas en mesure d'influencer, seule, la politique

---

<sup>14</sup> A titre d'exemple, les parties ont indiqué que la régie publicitaire de L'Est Républicain a réalisé moins de 1% de son chiffre d'affaires total pour des insertions publicitaires parues dans *Les Dernières Nouvelles d'Alsace* (soit également moins de 1% du chiffre d'affaires total réalisé par *Les Dernières Nouvelles d'Alsace* en matière de publicité locale). Pour sa part, la régie publicitaire du *Journal de Saône-et-Loire* a réalisé moins de 2% de son chiffre d'affaires total pour des insertions publicitaires de *Le Bien Public* (soit également 1,6% du chiffre d'affaires total réalisé par *Le Bien Public* en matière de publicité locale).

du GIE<sup>15</sup>. Enfin, comme le Ministre l'a noté dans la décision *Ouest France/Socpresse*, les annonceurs nationaux, en raison de leur puissance commerciale et financière, disposent d'un pouvoir de négociation suffisant pour contrer un éventuel pouvoir de marché de la nouvelle entité et empêcher ainsi une hausse du tarif des espaces publicitaires.

Les risques d'effets congloméraux peuvent donc être écartés sur les marchés de la publicité commerciale diffusée sur les titres de presse régionale.

Sur les marchés des petites annonces diffusées sur des titres de presse régionale, l'opération de concentration n'aboutit pas au renforcement de la gamme de supports publicitaires de la nouvelle entité dans aucune zone de diffusion de ses titres de presse. En revanche, il convient d'examiner si la détention d'un nombre important de titres de presse constitue un avantage concurrentiel décisif pour la nouvelle entité.

Sur ces marchés, la demande est composée de particuliers et de professionnels, locaux et nationaux. S'agissant des particuliers et des professionnels locaux, qui achètent des annonces dans les titres de presse diffusés dans le département où ils résident et où ils sont implantés, les risques d'effets congloméraux, peuvent être écartés pour des raisons identiques à celles évoquées sur la publicité commerciale. S'agissant des professionnels nationaux, ils disposent d'un pouvoir de négociation assez important pour contrer le pouvoir de marché de la nouvelle entité. Les risques d'effets congloméraux peuvent donc être écartés sur les marchés des petites annonces diffusées sur les titres de presse régionale.

En conclusion, il ressort de l'instruction du dossier que l'opération notifiée n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement de position dominante. Je vous informe donc que j'autorise cette opération.

Je vous prie d'agréer, Maîtres, l'expression de ma considération distinguée.

Pour le Ministre de l'Économie, des Finances  
et de l'Industrie et par délégation,  
*Le Directeur Général de la concurrence de la  
consommation  
et de la répression des fraudes*  
GUILLAUME CERUTTI

NOTA : Des informations relatives au secret des affaires ont été occultées à la demande des parties notifiantes. Ces informations relèvent du « secret des affaires », en application de l'article 8 du décret n° 2002-689 du 30 avril 2002 fixant les conditions d'application du livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence.

---

<sup>15</sup> Les statuts du GIE prévoient que les décisions d'assemblée sont prises à l'unanimité des membres, qui doivent être tous présents ou représentés, l'assemblée prenant « toute décision nécessaire au fonctionnement du Groupement » et définissant « la politique générale de celui-ci dans le cadre de son objet ». S'agissant des décisions du Conseil d'administration, elles sont prises à la majorité des membres présents ou représentés, sauf en ce qui concerne l'élaboration du budget, la modification du règlement intérieur et la nomination du président du Conseil d'administration, ces décisions requérant la majorité des  $\frac{3}{4}$ . Le Conseil d'administration dispose des pouvoirs les plus étendus pour agir au nom du Groupement et pour faire autoriser toutes les opérations relatives à son objet.