DECISION N° 2022-CC-04 DU 25 AOÛT 2022 RELATIVE À LA PRISE DE CONTRÔLE EXCLUSIF DE LA SOCIÉTÉ TALLIN PI PACIFIC INDUSTRIE PAR LA SOCIÉTÉ BRASSERIE DE TAHITI

L'Autorité polynésienne de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet à l'Autorité polynésienne de la concurrence le 3 août 2022, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Tallin PI Pacific Industrie par la société Brasserie de Tahiti (22/0019C) ;

Vu le code de la concurrence, et notamment ses articles LP 310-1 à LP 310-10 ;

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

Adopte la décision suivante :

I. LES ENTREPRISES CONCERNÉES ET L'OPÉRATION

A. LES ENTREPRISES CONCERNÉES

1. La **société acquéreuse, Brasserie de Tahiti** (ci-après « BDT » ou « l'acquéreur »), immatriculée au registre du commerce et des sociétés (RCS) de Papeete sous le numéro TPI 53 1B, ainsi qu'au répertoire territorial des entreprises (RTE) sous le numéro Tahiti 031195, est une société anonyme (SA) au capital de 8 109 000 000 F CFP dont le siège social est situé 17 place Notre Dame à Papeete.

2. Elle est principalement détenue par les consorts S. ([30-40] %), F. ([15-25] %), R. ([15-25] %), M. ([15-25] %) et par la société E. ([5-10] %). Cette dernière est d'ailleurs détenue par les mêmes consorts M., S., R. et F., chacun à hauteur de [20-30] % du capital et des droits de vote.

3. En particulier, BDT opère dans le secteur de la production et la distribution de boissons alcoolisées et non alcoolisées en Polynésie française. Elle est également active dans divers secteurs au travers de nombreuses filiales qu'elle contrôle, telles que :

   - la société SA Service distribution assistance ([90-100] %), spécialisée dans la distribution d'eau en bonbonnes Premium Water, la maintenance des matériels de vente de la société Brasserie de Tahiti,

- la société SA Jus de fruits de Moorea ([80-90] %), spécialisée dans la fabrication de jus de fruits,
- la société SA Manutea Tahiti ([90-100] %), spécialisée dans la fabrication de boissons alcoolisées,
- la société SA Plastiserd ([90-100] %), spécialisée dans la fabrication d'emballages et objets en plastique, détenant elle-même la totalité du capital de la société SARL Tahiti Access (fabrication et pose de portails et de tous systèmes de fermetures), la totalité du capital de la société SARL Tahiti Sign (enseignes publicitaires) ainsi que la totalité du capital de la société SARL Polynésie Froid, active dans la distribution, l'installation et la maintenance de matériel frigorifique,
- la société SAS La Cave de Tahiti ([90-100] %) active dans l'importation, la distribution et la commercialisation de vins et spiritueux,
- la société Morgan Vernex ([90-100] %) spécialisée dans l'importation et la distribution en gros de produits alimentaires, de produits de droguerie, parfumerie et hygiène, de confiseries, boissons, glaces, plats préparés surgelés et d'articles de quincaillerie,
- la société Tahiti Easy Drink ([90-100] %), spécialisée dans la distribution automatique de boissons chaudes ou froides non alcoolisées, de snacks et de confiserie,
- la société SA Pearl Resorts of Tahiti (anciennement Financière Hôtelière Polynésienne) ([90-100] %), qui exerce une activité de holding et de gestion hôtelière pour le compte de ses filiales propriétaires de quatre hôtels,
- la société Hinano Hawaii Inc. ([90-100] %), filiale créée à Hawaii, spécialisée dans la distribution de vêtements,
- la société SAS Polynesian Life Style ([65-75] %) spécialisée dans l'importation et la commercialisation sous toutes formes de distribution de prêt à porter, accessoires de mode, maroquinerie,
- les sociétés civiles Teporifaaite ([90-100] %) et Hinarue 2 ([90-100] %), qui exercent des activités purement immobilières,
- la société d'assistance et de services internes (SASI) ([90-100 %]) pour la gestion administrative, financière, commerciale et juridique des filiales du groupe Brasserie de Tahiti.

4. La société Emar détient quant à elle des participations majoritaires dans des sociétés actives dans les secteurs du transport maritime interinsulaire de marchandises et de passagers (SAS Société de navigation polynésienne), des assurances (SC Les Assurances de Tahiti), de l'imprimerie (SA STP Multipress) et de l'immobilier (SCI Hopa, Hinano Huahine et Punamar 2, etc.).

5. Il relève de la pratique décisionnelle de l'Autorité polynésienne de la concurrence (l' « Autorité »)[1] que même en l'absence de droits de vétos spécifiques, les quatre groupes d'actionnaires présentés *supra* (paragraphe 2), forment le groupe Martin et détiennent un contrôle conjoint sur Emar et sur BDT dans la mesure où ils se concertent pour exercer leurs droits de vote sur ces sociétés.

6. Cette concertation découle de plusieurs circonstances de faits relevés et rappelés par l'Autorité à l'occasion de précédentes décisions[2] :

- ces quatre groupes d'actionnaires ont des participations croisées dans de nombreuses sociétés du groupe ;

---

[1] Décision de l'Autorité n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Compagnie française maritime de Tahiti et Vaipihaa par la société Emar. Raisonnement également repris dans deux précédentes décisions, n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Financière Hôtelière Polynésienne par la société Brasserie de Tahiti et plus récemment la décision n° 2019-CC-02 du 6 juin 2019 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Morgan Vernex par la société Brasserie de Tahiti.

[2] Décision n° 2017-CC-01 du 9 mars 2017 *op. cit.*, p. 4-6 ; n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017 *op. cit.*, p. 2 et n° 2019-CC-02 du 6 juin 2019 *op. cit.*, p. 2.

- ces quatre groupes d'actionnaires sont issus des différentes branches familiales issues du fondateur du groupe Martin, M. E. M ;
- M. J-P. F. assure la direction des affaires familiales, assumant les fonctions de PDG du groupe Martin ;
- les mandats sociaux au sein des pôles Emar et BDT sont imbriqués notamment pour MM. J-P. F, J.S et T.M.

7. La société **cible**, **TALLIN PI Pacific Industrie** (ci-après « Tallin PI » ou « la cible »), est une société à responsabilité limitée (SARL) au capital de 30.000.000 F CFP, dont le siège social est situé PK 14 côté montagne, Lotissement Sage dans la commune de Punaauia. Elle est immatriculée au RCS de Papeete sous le numéro TPI 02 77 B (ancien 8812 B 02), ainsi qu'au RTE sous le numéro Tahiti 624 577.

8. Tallin PI est actuellement détenue à hauteur de [45-55] % de son capital par Madame T. C et à hauteur de [45-55]% de son capital par Monsieur L. S.

9. Cette société est active en Polynésie française uniquement dans le secteur de l'approvisionnement et de la distribution de produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel.

10. Elle ne possède ni filiale, ni participations contrôlantes dans d'autres sociétés.

B. L'OPÉRATION

11. L'opération notifiée, formalisée par un compromis de cession de parts sociales et de créances signé le 15 juin 2022, consiste en l'acquisition par BDT de 100 % du capital et des droits de vote de la société Tallin PI.

12. Par courriel du 17 août 2022, le conseil de la partie notifiante a informé l'Autorité de ce que « *la société BRASSERIE DE TAHITI va acquérir les 100% des parts de la société TALLIN PI par l'intermédiaire d'une nouvelle société qu'elle va créer à cet effet, la Société Polynésienne d'Entretien Industriel qu'elle détiendra à 100%* ».

13. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Tallin PI par BDT *via* la Société Polynésienne d'Entretien Industriel, l'opération notifiée constitue une opération de concentration au sens de l'article LP 310-1-1 du code de la concurrence.

14. En outre, l'opération est contrôlable, et doit être notifiée à l'Autorité si les seuils de chiffre d'affaires énoncés à l'article LP 310-2 I du code de la concurrence sont atteints, c'est-à-dire si :

15. « *1° Le chiffre d'affaires total hors taxes réalisé en Polynésie française de l'ensemble des entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales parties à la concentration est supérieur à 2 milliards de francs CFP ;*

16. *2° Le chiffre d'affaires total hors taxes réalisé individuellement en Polynésie française par deux au moins des entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales concernés est supérieur à 500 millions de francs CFP.* »

17. Au cours de leur dernier exercice clos, l'ensemble des sociétés du groupe Martin ainsi que Tallin PI ont déclaré les chiffres d'affaires suivants en Polynésie française :

Acquéreur : Groupe Martin		
Groupe Brasserie de Tahiti	Groupe Emar	**Cible : Tallin PI**
[…] FCFP	[…] FCFP	[…] FCFP

18. En l'occurrence, les entreprises concernées ont réalisé des chiffres d'affaires en Polynésie française s'élevant respectivement à […] F CFP pour le groupe acquéreur et […] F CFP pour la société cible.

19. Par conséquent, au regard des seuils fixés par l'article LP 310-2 du code la concurrence, l'opération notifiée est soumise aux dispositions des articles LP 310-3 et suivants de ce même code et relève bien de la compétence de l'Autorité.

II. LA DÉLIMITATION DES MARCHÉS PERTINENTS

20. L'opération notifiée concerne essentiellement le secteur de la distribution de produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel, activité quasi exclusive de la cible. Les marchés de l'approvisionnement et de la distribution de ces produits sont donc délimités *infra*.

21. Selon le dossier de notification, le groupe acquéreur n'est pas actif sur ces marchés en tant qu'offreur. Il y est cependant présent en tant que demandeur, client des entreprises qui offrent des produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel. De ce fait, l'opération concerne deux entités ayant des liens verticaux et induit donc des effets verticaux potentiels.

22. En outre, le groupe acquéreur est également présent *via*, la filiale Morgan Vernex, dans le secteur des produits d'hygiène et d'entretien à usage des particuliers. Bien que la partie notifiante présente les produits de Tallin PI comme étant des produits industriels dont la totalité de l'organisation, de la stratégie et de la politique commerciale est tournée vers les professionnels, et dont la clientèle est, comme indiqué dans la notification, professionnelle, elle précise que Tallin PI a effectué en 2021, quelques ventes à destination de particuliers pour certains produits. Elle précise que ces derniers étaient en grande majorité salariés de ses clients professionnels, qui connaissaient ses produits dans le cadre de leur activité professionnelle et que les ventes réalisées représenteraient environ [0-5]% du chiffre d'affaires, uniquement pour les produits dont le conditionnement est utilisable par des non-professionnels.

23. Toutefois, l'Autorité considère qu'il n'est pas nécessaire de définir ni d'analyser les effets de l'opération sur ce marché dans la mesure où cette activité est marginale pour la cible, et ne concerne qu'une partie de l'activité d'une seule filiale du groupe acquéreur. L'analyse concurrentielle et les définitions des marchés concernés par l'opération se concentreront donc sur l'activité centrale de la cible, à savoir le secteur des produits d'hygiène et d'entretien à destination des professionnels.

A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS D'HYGIÈNE ET D'ENTRETIEN À USAGE PROFESSIONNEL

1. Marchés de produits

24. S'agissant de la définition des marchés de l'approvisionnement en produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel, en l'absence de pratique décisionnelle de l'Autorité sur ces marchés, l'Autorité peut envisager à l'instar d'autres autorités de concurrence, une segmentation selon l'usage principal des

produits, dans la mesure où les producteurs qui fabriquent certains produits d'hygiène et d'entretien ne sont pas en mesure de se reconvertir facilement et rapidement dans la fabrication d'autres produits.

25. La pratique décisionnelle de l'Autorité identifie autant de marchés qu'il existe de familles de produits[3].

26. Ainsi, elle distingue traditionnellement au sein de la catégorie des produits d'hygiène et d'entretien, quatre familles de produits :

- les produits destinés à l'essuyage : essuyage industriel, essuie-mains, serviettes, mouchoirs, etc. ;
- les produits de nettoyage : produits d'entretien, savon, désinfectants, etc. ;
- les produits de protection : gants, blouses, protections de vêtements, draps d'examen ;
- les produits destinés à la collecte de déchets : sacs en plastique ou papier, poubelles, etc.

27. En l'espèce, la cible est active sur le marché amont de l'approvisionnement en tant qu'acheteur et offreur. Elle s'approvisionne principalement auprès de fournisseurs situés hors de la Polynésie française, et fournit également, pour une part marginale, quelques commerces (magasins de bricolage, quincaillerie, magasin nautique) en produits d'hygiène et d'entretien de sa propre marque « Tallin PI » (produits dégraissants, désoxydants, solvants, nettoyants en vrac et aérosol) et de la marque « Orapi ». Sous cette forme, ces produits sont ensuite distribués au consommateur final par les commerces cités *supra*.

28. La question de la délimitation exacte de ces marchés de produits peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit la segmentation retenue.

2. Marchés géographiques

29. S'agissant de la délimitation géographique des marchés, les autorités de concurrence considèrent que les marchés de l'approvisionnement en produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel sont au moins de dimension nationale, voire européenne.

30. La partie notifiante retient une dimension mondiale dès lors que les distributeurs de produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel en Polynésie s'approvisionnent auprès de fabricants situés partout dans le monde. C'est le cas de Tallin PI, qui s'approvisionne largement auprès de fabricants en Europe, tels que Fabrinor, Polyouate, Brosserie marchand, Orapi ou encore Textiles essuyages.

31. En tout état de cause, il n'est pas nécessaire de trancher définitivement la question du périmètre géographique exact du marché de l'approvisionnement en produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel dans le cadre de la présente opération, les conclusions n'étant pas affectées par le choix d'une délimitation de marché ou d'une autre. La question peut donc être laissée ouverte.

[3] Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-64 du 11 mai 2012 relative à l'acquisition de la société Argos Hygiène par la société Orapi SA, n° 14-DCC-200 du 30 décembre 2014 relative à l'acquisition de la société Hygedis par la société Orapi SA., n° 17-DCC-12 du 31 janvier 2017 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Anios par le groupe Ecolab, n° 17-DCC-114 du 18 juillet 2017 relative à la prise de contrôle exclusif de la société BTMF par le groupe Mutuelle Nationale des Hospitaliers et n° 17-DCC-194 du 22 novembre 2017 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Hedis, Comptoir de Bretagne et Générale Collectivités par le groupe Bunzl.

B. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS D'HYGIÈNE ET D'ENTRETIEN À USAGE PROFESSIONNEL

1. Marché de produits

32. S'agissant de la définition des marchés de la distribution de produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel, une segmentation selon le type de clientèle (professionnels, particuliers) peut être envisagée.

33. Ainsi, l'Autorité de concurrence nationale distingue les marchés de la distribution des produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel et ceux à usage des particuliers, dans la mesure où les besoins de la clientèle professionnelle (hôpitaux, cliniques, hôtels et restaurants, entreprises, écoles, administrations, etc.) se distinguent de la demande des particuliers, tant en termes de quantité de produits achetés qu'en termes de qualité. Les produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel sont proposés par des producteurs, *via* des ventes directes ou *via* leurs propres réseaux de distribution, et par des distributeurs indépendants.

34. Concernant les marchés des clients professionnels, il est possible d'envisager une segmentation selon les secteurs d'activités. Les pratiques décisionnelles européenne et nationale, ont envisagé, tout en laissant la question ouverte, la distinction entre : le marché de la distribution de produits d'hygiène et d'entretien à destination des professionnels institutionnels (hôtellerie, restauration, hôpitaux et cliniques, et établissements scolaires) et celui de la distribution de produits d'hygiène et d'entretien à destination des professionnels industriels (essentiellement, l'industrie agro-alimentaire et les blanchisseries industrielles).

35. Pour l'analyse de la présente opération, la partie notifiante considère qu'une segmentation par secteur d'activité n'est pas pertinente, dans la mesure où Tallin PI commercialise une gamme de produits suffisamment large, incluant tous les types de produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel, très précisément afin d'attirer l'ensemble des clients professionnels et répondre à tous leurs besoins, quel que soit leur secteur d'activité. En effet, Tallin PI distribue des produits de marques de fournisseurs (« Brosserie Marchand », « Textiles Essuyage », « Orapi », ou encore « Carpolish ») à une clientèle professionnelle opérant dans les secteurs tels de l'industrie agro-alimentaire, l'hôtellerie, le secteur public (collectivités locales et administrations), l'industrie de l'armement, l'énergie et le transport. La clientèle de la société cible est donc constituée de professionnels industriels et de professionnels institutionnels.

36. La question de la délimitation exacte de ce marché peut toutefois être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit la segmentation retenue.

2. Marché géographique

37. Le marché pertinent revêt une dimension locale et pourrait s'étendre en l'espèce à la Polynésie française, dans la mesure où la société cible et ses concurrents sont actifs sur l'ensemble de ce territoire.

38. En tout état de cause, il n'est pas nécessaire de trancher définitivement la question du périmètre géographique exact des marchés de la distribution de produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel, les conclusions n'étant pas affectées par le choix d'une délimitation de marché ou d'une autre. La question peut donc être laissée ouverte.

C. LES MARCHÉS DE L'HÔTELLERIE ET LES MARCHÉS DE LA PRODUCTION DE BOISSONS ET D'EMBALLAGE EN PLASTIQUE

39. Comme il a été précisé *supra*, le groupe acquéreur est présent, à travers certaines sociétés, sur les marchés de l'hôtellerie et sur ceux de la production industrielle de boissons, sur lesquels il est client de la cible.

40. Ces marchés ont été définis à de nombreuses reprises par l'Autorité, dans ses décisions antérieures, auxquelles il est ici renvoyé[4].

41. Ces définitions de marché peuvent être reprises en l'état dans le cadre de la précédente opération, aucun élément du dossier ne permettant de les remettre en question.

42. En outre, certaines définitions ont été laissées ouvertes, ce qui ne pose pas de difficulté particulière dans le cadre de la présente affaire, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangés, quelles que soient les délimitations retenues.

43. Enfin, le groupe acquéreur est également présent, *via* Plastiserd, sur les marchés de la production industrielle d'emballage en plastique, sans qu'il soit nécessaire de les définir plus précisément dans le cadre de la présente opération.

III. L'ANALYSE CONCURRENTIELLE

44. L'analyse concurrentielle d'une opération de concentration couvre les marchés sur lesquels les parties sont simultanément actives ou le cas échéant, les marchés ayant un lien de verticalité ou de connexité susceptible de renforcer le pouvoir de marché des parties à l'opération.

45. Comme indiqué *supra*, les parties à l'opération ne sont pas simultanément présentes sur les mêmes marchés – sauf très marginalement pour ce qui concerne le marché des produits d'hygiène et d'entretien à destination des particuliers. L'opération n'emporte donc aucun effet horizontal notable.

46. De la même manière, tout risque d'effets congloméraux peut également être écarté d'emblée, les parties n'étant pas présentes sur des marchés dont les éventuels liens de connexité risqueraient de permettre une augmentation sensible de leur pouvoir de marché respectif.

47. En revanche, l'Autorité considère que l'opération consiste en une intégration verticale dont il est nécessaire d'examiner les effets : certaines sociétés du groupe acquéreur sont en effet clientes de la cible.

- **Effets horizontaux.**

48. Sur les marchés amont de l'approvisionnement en produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel, la société cible est présente en tant qu'acheteur auprès de fournisseurs situés hors de la Polynésie française, en Europe. Tallin PI ne dispose pas d'une puissance d'achat sur le marché mondial de l'approvisionnement en produits d'hygiène et d'entretien. L'opération envisagée ne modifie aucunement les positions des parties et n'est donc pas de nature à créer une puissance d'achat significative vis-à-vis de ses fournisseurs. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement.

49. Le marché aval de la distribution de produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel, a été estimé par les parties, à environ 4,5/5 milliards F CFP. La société cible y est présente et détiendrait environ

[4] Par exemple, décision n° 2022-CC-02 du 31 mai 2022 relative à la prise de contrôle exclusif du Groupe Tahiti Nui Travel (TNT) par Monsieur Louis Wane pour les marchés de l'hôtellerie, ou, pour les marchés de boissons, décision n° 2017-CC-03 du 27 avril 2017 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Financière hôtelière polynésienne par la société Brasserie de Tahiti.

[10-20] % du marché. Elle y est confrontée à la concurrence de nombreuses entreprises, dont celle du leader du marché, la société Tikitea, qui détiendrait une part de marché de plus de [35-45] %, ou encore Saga Polynesie, Solutions Approvisionnements Services, Bardahl, Sogequip, Art cuisine, Laboratoire du pacifique sud, SARL Trichlore, Nexus, Bioland, la SARL Mahikea, Tiki parfumerie et Tahiti import-export. Les positions des parties resteront inchangées à l'issue de l'opération, qui n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés aval de la distribution de produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel.

50. Enfin, l'activité de la cible sur les marchés de la distribution de produits d'hygiène et d'entretien à destination des particuliers est très marginale pour la cible. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur ces marchés.

- **Effets verticaux**

51. Les sociétés du groupe BDT sont actives dans le secteur de l'hôtellerie en Polynésie française, à travers la filiale *Pearl Resorts of Tahiti*, ainsi que dans le secteur de l'industrie agroalimentaire. Pour le nettoyage des hôtels et usines du groupe, lesdites entreprises interviennent en tant que clientes sur les marchés de distribution de produits d'hygiène et d'entretien à usage professionnel, sur lesquels opèrent Tallin PI et ses concurrents en tant que fournisseurs.

52. Selon les informations fournies par la partie notifiante, l'approvisionnement du groupe acquéreur sur ce marché est diversifié. Ainsi, les sociétés du groupe acquéreur se fournissent principalement auprès de la société Tikitea et auprès de la société cible. Ces achats représentent moins de [0-10] % du chiffre d'affaires réalisé par Tikitea et environ [0-5] % du chiffre d'affaires réalisé par Tallin PI.

53. Or, une concentration verticale, comme c'est le cas en l'espèce, est susceptible de restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Ce verrouillage peut viser les marchés aval, lorsque l'entreprise intégrée refuse de vendre à ses concurrents en aval ou les marchés amont lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux. Cependant, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence écarte en principe les risques de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.

54. L'Autorité estime qu'en raison de la faible part de ventes réalisées auprès de BDT, une éventuelle perte de ces ventes ne serait pas susceptible de mettre en péril la société Tikitea. De plus, il n'est pas exclu qu'à l'issue de l'opération, un mouvement inverse de clientèle ne s'effectue pas au profit des concurrents de Tallin PI.

55. En outre, l'opération est susceptible de produire des effets pro-concurrentiels dans la mesure où, à la faveur de synergies, Tallin PI pourrait se développer et concurrencer davantage les principaux opérateurs des marchés concernés.

56. Enfin, les parts de marché des parties à l'opération sont inférieures au seuil de 30 % mentionné *supra*, sauf pour certaines activités industrielles du groupe acquéreur (production de boissons par exemple) sur lesquelles la cible n'est pas présente.

57. Ainsi, compte tenu de ce qui précède, l'Autorité considère que la présente opération de concentration n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

DECISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 22/0019C est autorisée.

Délibéré à la suite de l'instruction de Meherio Fariki et d'Alexandre Raguideau, rapporteurs, sur le rapport oral d'Alexandre Raguideau, rapporteur, et l'intervention de Matthieu Pujuguet, rapporteur général par intérim, par Johanne Peyre, présidente, Aline Baldassari, Marie-Christine Lubrano, Christian Montet et Youssef Guenzoui, membres.

La Présidente

Johanne Peyre