



**Décision n° 24-DCC-129 du 19 juin 2024
relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Ludendo par JouéClub**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 15 mai 2023 et déclaré complet le 27 juillet 2023, relatif à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Ludendo par l'EPSE JouéClub formalisée par une offre de reprise en date du 16 mai 2023 et quatre jugements du tribunal de commerce de Paris du 9 juin 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 engagements déposés le 21 mai 2024 et modifiés en dernier lieu le 17 juin 2024 par la partie notifiante ;

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

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

I.	LES ENTREPRISES CONCERNEES ET L'OPERATION.....	4
II.	DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS.....	5
A.	LE MARCHÉ DE LA FABRICATION ET COMMERCIALISATION EN GROS DE JOUETS.....	5
1.	MARCHE DE PRODUITS ET DE SERVICES	5
2.	MARCHE GEOGRAPHIQUE.....	6
B.	LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL DE JOUETS	6
1.	MARCHES DE PRODUITS ET DE SERVICES.....	6
a)	La distinction par famille de produits.....	7
b)	La distinction par canal de distribution.....	7
2.	MARCHES GEOGRAPHIQUES	8
III.	ANALYSE CONCURRENTIELLE.....	9
A.	ANALYSE DE L'AUTONOMIE COMMERCIALE DES MEMBRES DES RESEAUX JOUECLUB ET LA GRANDE RECRE	9
1.	PRESENTATION DE L'AUTONOMIE COMMERCIALE	9
2.	MEMBRES DU RESEAU JOUECLUB	9
a)	Les adhérents EPSE JouéClub en métropole	10
b)	Les affiliés JVB JouéClub en métropole	10
c)	Les membres ultramarins du réseau JouéClub	11
3.	MEMBRES DU RESEAU LUDENDO.....	11
a)	Les franchisés en métropole	11
b)	Les concessionnaires ultramarins.....	12
4.	CONCLUSION SUR L'AUTONOMIE COMMERCIALE DES MEMBRES DES RESEAUX JOUECLUB ET LUDENDO	13
B.	MARCHE AMONT DE LA FABRICATION ET COMMERCIALISATION EN GROS DE JOUETS	13
C.	MARCHES AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL DE JOUETS	14
1.	ANALYSE CONCURRENTIELLE AU NIVEAU NATIONAL.....	15
2.	ANALYSE CONCURRENTIELLE AU NIVEAU LOCAL.....	16
a)	Critères d'analyse des zones locales	16
a)	Application des critères d'analyse : zones non problématiques	18
	<i>Zones où la part de marché cumulée de la nouvelle entité est inférieure à 25 %.....</i>	<i>18</i>
	<i>Zones pour lesquelles la part de marché cumulée de la nouvelle entité est supérieure à 25 % et inférieure à 50 %, mais où tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté.....</i>	<i>19</i>
	<i>Zones ayant fait l'objet d'une analyse approfondie.....</i>	<i>22</i>
b)	Application des critères d'analyse : zones considérées comme problématiques	29

IV. L'EXCEPTION DE L'ENTREPRISE DEFAILLANTE.....	32
A. RAPPEL DES CRITERES D'APPLICABILITE DE L'EXCEPTION DE L'ENTREPRISE DEFAILLANTE	33
B. APPLICATION AU CAS D'ESPECE	37
1. SUR LE RISQUE DE DISPARITION RAPIDE DE LA SOCIETE CIBLE EN L'ABSENCE DE L'OPERATION	37
2. SUR L'ABSENCE D'OFFRE ALTERNATIVE MOINS DOMMAGEABLE POUR LA CONCURRENCE, PORTANT SUR LA TOTALITE OU UNE PARTIE SUBSTANTIELLE DE L'ENTREPRISE	38
3. SUR LE CARACTERE MOINS DOMMAGEABLE DE L'OPERATION PAR RAPPORT A UN SCENARIO DE DISPARITION DE L'ACTIVITE.....	39
V. LES ENGAGEMENTS.....	40
A. LES ENGAGEMENTS PROPOSES.....	40
B. APPRECIATION DES ENGAGEMENTS PROPOSES.....	41
1. SUR L'OBJECTIF DES ENGAGEMENTS.....	41
2. SUR L'ADEQUATION DES MESURES PROPOSEES	41

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. La société EPSE JouéClub (ci-après, « JouéClub », « l'acquéreur » ou « la partie notificante »), société de tête du groupe JouéClub, est une société coopérative de commerçants détaillants au sens des articles L. 124-1 et suivants du code de commerce. Ensemble, le groupe JouéClub et les commerçants indépendants exploitent des magasins de jouets sous enseigne JouéClub (adhérents et affiliés), ci-après désignés le « Réseau JouéClub ». Le Réseau JouéClub compte aujourd'hui [...] commerçants, exploitant 283 magasins de jouets sous enseigne JouéClub, dont 243 sont situés en France métropolitaine et 13 dans les DROM-COM. Le reste des magasins JouéClub est situé à Monaco, en Belgique, en Italie et au Liban. Le Réseau JouéClub compte également trois magasins détenus en propre. JouéClub agit comme une coopérative de référencement au profit des membres du Réseau JouéClub. Elle exerce aussi pour ses membres des fonctions de support. JouéClub est détenue à 100 % par ses adhérents. Elle n'est toutefois pas contrôlée au sens du droit des concentrations.
2. Les sociétés Ludendo Commerce France, Ludendo SAS, Jouetland et LGRI, appartenant au groupe Ludendo, sont actives dans le secteur de la distribution au détail de jouets en France *via* des magasins sous enseignes La Grande Récré et Starjouet. Les actifs cibles provenant de ces sociétés incluent des activités de support, de centrale d'achats et de plateforme logistique et 89 fonds de commerce, exploités sous enseigne La Grande Récré en France ainsi que notamment 48 contrats de franchise et de concession commerciale de magasins exploités sous enseignes La Grande Récré et Starjouet, dont 22 en métropole et neuf dans les DROM-COM (ci-après « les actifs cibles »).
3. L'opération s'inscrit dans le cadre d'une procédure collective ouverte par jugements du tribunal de commerce de Paris du 27 avril 2023 au profit de plusieurs sociétés du groupe Ludendo.
4. Le 19 mai 2023, l'Autorité a accordé à JouéClub une dérogation à l'effet suspensif du contrôle des concentrations, en application de l'article L. 430-4 du code de commerce¹, afin qu'elle puisse procéder à la réalisation effective de l'acquisition des actifs cibles, dans l'hypothèse où son offre de reprise serait retenue par le tribunal de commerce. L'Autorité de la concurrence a considéré que les conditions d'application du deuxième alinéa de l'article L. 430-4 précité étaient remplies en l'espèce.
5. Par jugements du 9 juin 2023, le tribunal de commerce de Paris a retenu l'offre de reprise de JouéClub qui prévoit l'acquisition des actifs cibles, par l'intermédiaire de la société Récréaclub.
6. L'opération consiste donc en l'acquisition par JouéClub, par l'intermédiaire d'une société constituée à cet effet (RécréaClub), du contrôle exclusif des actifs cibles.
7. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif des actifs cibles par la société RécréaClub, contrôlée par JouéClub, l'opération notifiée constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.

¹ « En cas de nécessité particulière dûment motivée, les parties qui ont procédé à la notification peuvent demander à l'Autorité de la concurrence une dérogation leur permettant de procéder à la réalisation effective de tout ou partie de la concentration sans attendre la décision mentionnée au premier alinéa et sans préjudice de celle-ci. L'octroi de cette dérogation peut être assorti de conditions. »

8. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxes total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (JouéClub : [...] millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 ; actifs cibles : [...] millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2022). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros dans le commerce de détail (JouéClub : ≥ 15 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 ; actifs cibles : ≥ 15 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2022). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle relatifs au commerce de détail mentionnés au II de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

9. JouéClub et les actifs cibles sont simultanément présents sur le marché amont de la fabrication et commercialisation en gros de jouets (A) et sur les marchés aval de la distribution au détail de jouets (B).
10. La nouvelle entité est également active sur différents marchés de la vente au détail de produits associés aux jouets pour enfants tels que les livres, la petite bagagerie, les fournitures scolaires, ou la petite papeterie. Toutefois, au regard de la faible part de marché de la nouvelle entité (inférieure à 5 % sur chacun des marchés concernés visés ci-dessus, quelle que soit la segmentation retenue), tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux peut être écarté sur l'ensemble de ces marchés. Ils ne feront donc pas l'objet d'une analyse détaillée dans le cadre de la présente décision.

A. LE MARCHÉ DE LA FABRICATION ET COMMERCIALISATION EN GROS DE JOUETS

1. MARCHÉ DE PRODUITS ET DE SERVICES

11. Le marché amont de la fabrication et commercialisation en gros de jouets a été distingué de celui des jeux vidéo². En outre, la pratique décisionnelle française, sans trancher la question, a envisagé de segmenter ce marché selon les grandes catégories de jouets retenues par la

² Lettre du ministre de l'économie du 30 juillet 2003 au président de la société Smoby relative à une concentration dans le secteur des jouets pour enfants ; lettre du ministre de l'économie du 20 juillet 2005 au président de la société Smoby relative à une concentration dans le secteur des jouets ; décisions de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-165 du 24 novembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Distritoys par la société Giochi Preziosi ; n° 19-DCC-65 du 17 avril 2019 relative à la prise de contrôle conjoint de la société Luderix International par la société Jellej Jouets et l'indivision résultant de la succession de M. Stéphane Mulliez ; Décision n° 19-DCC-132 du 16 juillet 2019 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Nature & Découvertes par le groupe Fnac Darty, n° 21-DCC-144 du 12 août 2021 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Maxi Toys par la société Fijace et n° 21-DCC-210 du 15 novembre 2021 relative à la prise de contrôle conjoint de la société New MT par Prenatal Retail Groupe S.P.A. aux côtés de Fijace.

Fédération française des industries du jouet et de la puériculture³. Il a également été envisagé de segmenter plus finement le marché en fonction des sous-catégories de jouets.

12. Il a enfin été envisagé de distinguer selon la catégorie de clientèle à laquelle s'adressent les fabricants de jouets : grandes et moyennes surfaces alimentaires (ci-après « GSA »), grandes surfaces spécialisées (ci-après « GSS »), grands magasins, grossistes, entreprises de vente par correspondance⁴.
13. En l'espèce, la partie notifiante considère que la segmentation selon la catégorie de clientèle à laquelle s'adressent les fabricants de jouets ne serait pas pertinente dans la mesure où les distributeurs de jouets, quel que soit leur canal de distribution, s'approvisionnent auprès des mêmes fabricants et grossistes de jouets.
14. En tout état de cause, la question de la définition exacte du marché de la fabrication et commercialisation en gros de jouets peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit la délimitation retenue.

2. MARCHE GEOGRAPHIQUE

15. La pratique décisionnelle française a considéré que le marché amont de la fabrication et commercialisation en gros de jouets est, au moins, de dimension nationale⁵.
16. La question de la délimitation géographique exacte du marché de la fabrication et commercialisation en gros de jouets peut néanmoins être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit la délimitation retenue.
17. En l'espèce, l'analyse sera menée au niveau national.

B. LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL DE JOUETS

1. MARCHES DE PRODUITS ET DE SERVICES

18. Les autorités de concurrence française et européenne ont envisagé une segmentation des marchés aval de la vente au détail de produits non alimentaires selon deux critères : la famille de produits et le canal de distribution.

³ Lettres du ministre de l'économie du 30 juillet 2003 et du 20 juillet 2005 au président de la société Smoby précitées ; la Fédération française des industries Jouet Puériculture retient aujourd'hui les onze catégories de jouets suivantes : [1] premier âge, [2] jeux et puzzles, [3] plein air et jouets sportifs, [4] jeux de construction, [5] poupées, [6] activités artistiques, [7] véhicules, [8] jeux d'action et accessoires, [9] peluches, [10] jeux électroniques, [11] autres jouets, retenues dans les décisions de l'Autorité, notamment la décision n° 19-DCC-65 précitée.

⁴ Lettre du ministre de l'économie du 30 juillet 2003 au président de la société Smoby précitée.

⁵ Lettres du ministre de l'économie du 30 juillet 2003 et du 20 juillet 2005 au président de la société Smoby précitées et décisions de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-165 ; n° 19-DCC-65 et n° 19-DCC-132 précitées.

a) La distinction par famille de produits

19. Les autorités de concurrence distinguent généralement, au sein du marché de la distribution au détail de produits non alimentaires, autant de marchés qu'il existe de familles de produits⁶. En effet, au sein de chacun des marchés ainsi définis, la concurrence varie significativement en raison du degré de spécialisation d'un nombre important d'acteurs sur une ou plusieurs familles de produits.
20. La catégorie des jouets a été distinguée de quinze autres catégories de produits⁷. Elle doit également être distinguée des produits de « divertissement-multimédia », dans la mesure où l'Autorité de la concurrence a envisagé l'existence d'un marché distinct des consoles de jeux, accessoires de consoles, jeux pour consoles et ordinateurs⁸.

b) La distinction par canal de distribution

21. L'Autorité considère que le marché de la distribution au détail de jouets est composé des GSS et des GSA distribuant des jouets, ainsi que des magasins spécialisés en culture-loisirs (tels que Fnac, Cultura et Furet du Nord). Par ailleurs, dans sa décision n° 19-DCC-65 précitée, l'Autorité a considéré que seuls les magasins disposant d'une surface de vente de plus de 200 m² devaient être intégrés dans l'analyse puisqu'ils étaient seuls en mesure d'exercer une véritable pression concurrentielle sur les magasins Toys'R'Us et Picwic. La même approche a été retenue dans les décisions n° 21-DCC-144 et n° 21-DCC-210, concernant les magasins Maxi Toys et King Jouet⁹. Compte tenu de la nature des magasins exploités par la partie notificante et ceux inclus dans les actifs cibles en l'espèce, une telle approche sera également retenue dans la présente décision.
22. Enfin, dans ces mêmes décisions précitées, l'Autorité a relevé que la substituabilité des canaux de distribution des jouets apparaissait désormais suffisante pour considérer que les ventes de jouets en ligne et en magasins appartiennent au même marché de services. Conformément à la pratique décisionnelle de l'Autorité, l'analyse sera donc menée sur le marché de la distribution au détail de jouets incluant les ventes en magasins (GSS, GSA distribuant des jouets et magasins spécialisés en culture-loisirs) et les ventes en ligne.

⁶ Décision de la Commission européenne COMP/M.5721 – Otto/Primondo Assets du 16 février 2010 ; décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-42 du 25 mai 2010 relative à l'acquisition par la société 3 Suisses International SA de certains actifs de la société La Source ; n° 16-DCC-75 du 23 mai 2016 relative à l'acquisition de la société Becquet SAS par la société Domoti SAS ; n° 17-DCC-39 du 4 avril 2017 relative à l'acquisition du contrôle exclusif des sociétés Livelle et 3 Suisses Belgium par Domoti SAS ; n° 18-DCC-01 du 10 janvier 2018 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société La Redoute par la société Motier (groupe Galeries Lafayette).

⁷ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 18-DCC-01 précitée.

⁸ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 16-DCC-111 du 27 juillet 2016 relative à la prise de contrôle exclusif de Darty par la Fnac.

⁹ Décision n°21-DCC-144 du 12 août 2021 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Maxi Toys par la société Fijace et Décision n° 21-DCC-210 du 15 novembre 2021 relative à la prise de contrôle conjoint de la société New MT par Prenatal Retail Groupe S.P.A. aux côtés de Fijace.

2. MARCHES GEOGRAPHIQUES

23. Dans le secteur du commerce de détail en points de vente physiques, conformément à la pratique décisionnelle, la concurrence s'exerce du point de vue du consommateur principalement au niveau local sur des marchés dont la dimension varie en fonction du type de produits concernés et de l'attractivité des magasins.
24. En ce qui concerne la distribution de jouets, compte tenu des variations importantes de densité de population en France métropolitaine, l'Autorité considère que la dimension des zones de chalandise peut différer selon la localisation du magasin considéré.
25. Ainsi, l'Autorité de la concurrence a retenu des tailles de zones de chalandise spécifiques à la localisation des magasins¹⁰ :
 - 15 minutes à pieds ou en voiture pour Paris *intra-muros*,
 - 15 ou 25 minutes en voiture sur le reste du territoire métropolitain (en retenant l'approche la plus conservatrice)¹¹,
 - Dans les grandes villes de province¹², l'analyse a été menée dans des zones de 15 minutes autour du point de vente centre de zone,
 - Pour les zones situées hors de Paris *intra-muros* et hors des grandes villes de province, l'analyse a été menée dans les zones à 25 minutes en voiture.

Par ailleurs, lorsque les circonstances l'ont justifié, l'analyse des zones isochrones a été complétée par l'analyse des empreintes réelles.

26. En l'espèce, les zones ont été définies selon la même méthodologie. Pour les zones situées hors de Paris *intra-muros* hors des grandes villes de province, l'analyse a été menée dans des zones à 25 minutes en voiture. Dans les grandes villes de Province, en l'espèce à Montpellier, l'analyse a été menée dans des zones de 15 minutes en voiture. Dans les DROM-COM, l'analyse a été menée dans des zones de 25 minutes en voiture.
27. Par ailleurs, compte tenu de l'intégration des ventes en ligne au sein du marché, l'Autorité considère que l'analyse doit également être menée au niveau national¹³.
28. En conséquence, l'analyse sera menée (i) au niveau national et (ii) au niveau local, conformément aux zones de chalandise définies ci-dessus.

¹⁰ Voir en ce sens les décisions n° 19-DCC-65, n° 19-DCC-132, n° 21-DCC-144 et n° 21-DCC-210 précitées.

¹¹ Afin de ne pas créer d'effet de seuil, en excluant de son analyse des points de vente situés en marge des zones définies, l'Autorité de la concurrence tient généralement compte de la concurrence des points de vente situés en bordure immédiate de zone, dans la limite d'un temps de trajet en voiture supplémentaire de deux minutes environ (voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 18-DCC-148 du 24 août 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Jardiland par la société InVivo Retail).

¹² Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nantes, Nice, Rennes, Strasbourg et Toulouse.

¹³ Décision n° 21-DCC-144 précitée.

III. Analyse concurrentielle

29. Compte tenu de la présence simultanée du groupe acquéreur, via l'enseigne JouéClub, ainsi que des enseignes La Grande Récré et Starjouet sur le marché amont de la fabrication et commercialisation en gros de jouets en tant qu'acheteurs, et sur les marchés aval de la distribution au détail de jouets en tant qu'offreurs, l'analyse concurrentielle portera sur les effets de l'opération sur ces différents marchés.

A. ANALYSE DE L'AUTONOMIE COMMERCIALE DES MEMBRES DES RESEAUX JOUECLUB ET LA GRANDE RECRE

1. PRESENTATION DE L'AUTONOMIE COMMERCIALE

30. L'Autorité, dans sa pratique décisionnelle, et le Conseil d'État statuant au contentieux¹⁴ considèrent que le pouvoir de marché d'un distributeur s'apprécie en tenant compte des magasins détenus en propre et de ceux exploités en réseau, quel que soit leur statut juridique, dès lors que leur politique commerciale n'est pas suffisamment autonome par rapport à la tête de réseau.
31. En effet, l'autonomie commerciale des membres d'un réseau de distribution s'apprécie à l'aune de plusieurs critères, parmi lesquels : (i) la possibilité de la tête de réseau de fixer des prix maximum à ses adhérents impactant la liberté de l'adhérent de fixer ses prix de manière indépendante, (ii) les obligations d'approvisionnement des adhérents auprès du groupement pour une part importante de leurs achats, (iii) l'obligation de respecter des clauses de préemption, de substitution et de préférence au profit du groupement en cas de cession de leur magasin en dehors du périmètre familial, (iv) l'obligation de participer à un certain nombre d'opérations promotionnelles par an, durant lesquelles les adhérents doivent mettre en vente les produits au prix indiqué sur les documents publicitaires, (v) l'obligation de référencer plus de 50 % des lignes de produits de la tête de réseau ou (vi) la durée plus ou moins longue des contrats¹⁵.

2. MEMBRES DU RESEAU JOUECLUB

32. En l'espèce, s'agissant de l'acquéreur, le groupe JouéClub a développé son activité de distribution de jouets via le réseau « JouéClub » avec 258 magasins situés en France. Le réseau JouéClub est composé de deux types de membres : les adhérents EPSE JouéClub et les affiliés JVB JouéClub.
33. Afin de devenir adhérent du réseau, les membres du réseau signent des contrats-types d'affiliation. Ces contrats comportent des dispositions susceptibles de restreindre

¹⁴ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-71 du 4 juin 2014 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Nocibé par Advent International Corporation, n° 10-DCC-01 du 12 janvier 2010 relative à la prise de contrôle exclusif par Mr Bricolage de la société Passerelle, n° 14-DCC-173 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Dia France SAS par la société Carrefour France SAS. Voir également la décision du Conseil d'État du 23 décembre 2010, Société Monsieur Bricolage.

¹⁵ Ibid.

l'autonomie commerciale des adhérents et affiliés. Au cas d'espèce, l'analyse des contrats-types d'affiliation des réseaux concernés confirme que les membres du réseau JouéClub ne disposent pas d'une autonomie commerciale qui aurait pour effet de les exclure de l'appréciation du pouvoir de marché de JouéClub.

a) Les adhérents EPSE JouéClub en métropole

34. S'agissant des adhérents EPSE JouéClub, ceux-ci consentent aux statuts du réseau pour une durée [confidentiel].
35. La partie notifiante considère que les adhérents EPSE JouéClub sont autonomes commercialement. Elle appuie notamment son analyse sur (i) la liberté tarifaire dont disposent les adhérents, JouéClub n'imposant pas de prix maximum, (ii) la liberté d'approvisionnement dont disposent les adhérents, aucun minimum d'achat auprès des fournisseurs n'étant imposé.
36. L'Autorité considère que les éléments avancés par la partie notifiante ne suffisent pas à démontrer l'autonomie commerciale des adhérents EPSE JouéClub.
37. En effet, les statuts et le règlement intérieur du réseau imposent notamment aux adhérents EPSE JouéClub de [description des obligations des adhérents EPSE JouéClub en matière d'assortiments de produits en magasin].¹⁶ Les adhérents s'obligent également à [description des obligations des adhérents en matière d'approvisionnement auprès des fournisseurs référencés sur le catalogue JouéClub]¹⁷. Selon une étude fournie par la partie notifiante, il apparaît qu'en moyenne $[\geq 75]$ % des articles référencés dans le catalogue de vente font partie de l'assortiment des magasins.
38. Les documents types d'affiliation imposent, en outre, aux adhérents, [description des obligations des adhérents en matière de respect de la politique commerciale de JouéClub]. En ce sens, l'adhérent ne peut effectuer [confidentiel]¹⁸.
39. Par ailleurs, JouéClub fournit à ses adhérents, [description des pratiques de JouéClub en matière de prix de vente conseillés].
40. Les documents contractuels contiennent également [description des clauses de préférence et de non-concurrence applicables].
41. Il ressort de ce qui précède que les éléments transmis par la partie notifiante n'attestent pas d'un degré suffisant d'autonomie commerciale de l'adhérent. L'analyse concurrentielle tiendra donc compte des adhérents EPSE JouéClub pour estimer les positions de la nouvelle entité.

b) Les affiliés JVB JouéClub en métropole

42. Préalablement à l'obtention du statut d'adhérent EPSE JouéClub, les nouveaux membres du réseau JouéClub doivent, pendant une période intermédiaire, devenir des affiliés de la société JVB JouéClub. Actuellement, ce statut correspond à [30-40] affiliés qui exploitent [30-40]

¹⁶ [confidentiel].

¹⁷ [confidentiel].

¹⁸ [confidentiel].

magasins parmi les 258 magasins du réseau JouéClub. Contrairement au statut d'adhérent, [confidentiel], l'affilié signe un contrat d'affiliation type pour une durée de [confidentiel].

43. La partie notifiante indique que, sur un total de [30-40] sociétés affiliées JVB en 2019, [20-30] sont devenus adhérents EPSE et [10-20] sont toujours affiliées JVB. Par ailleurs, les [20-30] affiliés JVB devenus adhérents EPSE depuis 2019 sont restés affiliés en moyenne [0-5] ans avant de devenir adhérent. Ainsi, sauf exception, les affiliés JVB ont vocation à devenir des adhérents EPSE JouéClub et par conséquent, à se voir appliquer les mêmes dispositions commerciales.
44. Au regard de ce qui précède, et étant donné le caractère temporaire du statut d'affilié JVB JouéClub, il convient également de prendre en compte ces membres du réseau JouéClub pour estimer les positions de la nouvelle entité.

c) Les membres ultramarins du réseau JouéClub

45. Dans les DROM-COM, [5-10] magasins sont exploités par des adhérents EPSE JouéClub ([0-5] en Guadeloupe, [0-5] à Saint-Martin, [0-5] à Saint-Pierre-et-Miquelon, [0-5] à la Réunion) et [5-10] magasins par des affiliés JVB ([0-5] en Guadeloupe, [0-5] en Martinique, [0-5] à Mayotte, [0-5] en Guyane). [Confidentiel]. Toutefois, afin de prendre en compte leur éloignement géographique de la métropole et le coût du transport, ces exploitants bénéficient d'ajustements limités. Ceux-ci disposent notamment de catalogues spécifiques. Ces différences n'étant cependant que marginales, les membres ultra-marins du réseau JouéClub ne peuvent être considérés comme étant autonomes commercialement par rapport à la tête de réseau et seront donc également pris en compte dans le cadre de l'analyse concurrentielle.

3. MEMBRES DU RESEAU LUDENDO

46. Les actifs repris comprennent 89 fonds de commerce, exploités en propre en France. Ils incluent également 22 magasins situés en métropole exploités sous franchise et 9 situés dans les DROM-COM exploités sous forme de concession commerciale. Les contrats relatifs à ces magasins font partie des actifs cibles et ont ainsi été transférés à JouéClub. Il convient donc, pour ces magasins exploités dans le cadre de franchises ou de concessions commerciales, de s'interroger sur la possibilité, pour JouéClub, de limiter l'autonomie commerciale de ces 31 magasins.

a) Les franchisés en métropole

47. Les membres du réseau en métropole souscrivent à un contrat d'adhésion et à un contrat de franchise type du groupe Ludendo. Plusieurs dispositions de ces contrats sont susceptibles de réduire l'autonomie commerciale des franchisés.
48. Premièrement, le contrat-type de franchise La Grande Récré est conclu pour une durée relativement longue, [confidentiel]. Le franchisé ne peut donc sortir du réseau qu'à un des termes prévus et moyennant un préavis de [confidentiel].
49. Deuxièmement, plusieurs dispositions limitent la liberté du franchisé en termes d'approvisionnement. Le contrat de franchise prévoit ainsi une obligation pour le franchisé

d'affiliation à la centrale d'achat du groupe¹⁹ [description des obligations des franchisés vis-à-vis de la centrale d'achat du groupe en matière d'approvisionnement, de choix des fournisseurs et d'assortiment des magasins]^{20 21}. Ainsi, [confidentiel]²². À titre d'exemple, les adhérents s'engagent à [confidentiel]^{23 24}.

50. Troisièmement, concernant les prix pratiqués par le franchisé, si l'affilié est « *libre de sa politique tarifaire* », celui-ci ne peut [description des limites contractuelles à la liberté tarifaire des franchisés]²⁵. Les adhérents Ludendo s'engagent, qui plus est, à respecter la politique promotionnelle de l'enseigne [confidentiel]²⁶. Ils s'engagent également à dépenser annuellement [description des obligations des franchisés en matière de communications publicitaires]²⁷. [Confidentiel].²⁸ La tête de réseau reçoit ainsi communication de tous les documents nécessaires à l'appréciation de l'exploitation commerciale des magasins par leurs dirigeants²⁹.
51. Enfin, le contrat prévoit [description des droits de préemption et d'agrément applicables et de leur régime].
52. Dans ces conditions, l'Autorité de la concurrence considère que les membres du réseau Ludendo ne disposent pas d'une autonomie commerciale suffisante vis-à-vis de leur tête de réseau et sont, par conséquent, intégrés aux parts de marché du groupe acquéreur dans le cadre de l'analyse concurrentielle.

b) Les concessionnaires ultramarins

53. Les actifs repris comprennent les contrats de concession commerciale de 9 magasins situés dans les DROM-COM.
54. Les concessionnaires ultramarins sont, eux aussi, dans l'obligation [confidentiel]. D'après les contrats de concession et d'adhésion communiqués, les commerçants ultramarins sont soumis à des dispositions quasi similaires à ceux de métropole ([description des similitudes entre les contrats de concession ultramarins et les contrats de franchise métropolitains]). Par ailleurs, la tête de réseau dispose d'un droit de préemption similaire à celui dont elle dispose eu égard aux franchisés métropolitains.
55. S'il n'existe pas de possibilité expresse pour la tête de réseau de fixer des prix maximum ou d'obligation de référencement supérieure à 50 % pour le concessionnaire, les autres contraintes imposées aux concessionnaires attestent de l'absence d'autonomie commerciale suffisante des enseignes des concessionnaires de la cible situés en outre-mer, de sorte qu'elles doivent être prises en compte dans l'analyse concurrentielle.

¹⁹ [confidentiel]

²⁰ [confidentiel].

²¹ [confidentiel].

²² [confidentiel].

²³ [confidentiel].

²⁴ [confidentiel].

²⁵ [confidentiel].

²⁶ [confidentiel].

²⁷ [confidentiel]

²⁸ [confidentiel]

²⁹ [confidentiel]

4. CONCLUSION SUR L'AUTONOMIE COMMERCIALE DES MEMBRES DES RESEAUX JOUECLUB ET LUDENDO

56. Au regard de ce qui précède, l'Autorité considère que les membres des réseaux JouéClub et Ludendo ne sont pas suffisamment autonomes commercialement vis-à-vis de leur tête de réseau.
57. Dès lors, ceux-ci sont pris en compte au stade de l'analyse concurrentielle pour estimer les positions de la nouvelle entité.

B. MARCHÉ AMONT DE LA FABRICATION ET COMMERCIALISATION EN GROS DE JOUETS

58. Sur le marché national de la fabrication et commercialisation en gros de jouets, la part d'achat cumulée des enseignes du groupe acquéreur et du réseau Ludendo est estimée à [10-20] %. Ventilées parmi les 11 catégories de jouets établies par la Fédération française des industries du jouet et de la puériculture, les parts de marché cumulées restent inférieures à 25 % :

Tableau 1: Parts de marché : Fabrication et commercialisation en gros de jouets

	Réseau JouéClub	Réseau Ludendo	Nouvelle entité
	Part de marché		
Total	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
Premier âge	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
Jeux et Puzzles	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
Plein air et jouets sportifs	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
Jeux de construction	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
Poupées	[5-10] %	[5-10] %	[10-20] %
Activités artistiques	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
Véhicules	[10-20] %	[5-10] %	[10-20] %
Jeux d'action et accessoires	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
Peluches	[5-10] %	[5-10] %	[10-20] %
Jeux électroniques	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %

Autres jouets	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
----------------------	----------	---------	-----------

59. Sur le segment du marché national de la fabrication et commercialisation en gros de jouets auprès des GSS, la part de marché des deux réseaux à l'achat est comprise entre [30-40] % et [40-50] %.
60. Cette part de marché est toutefois légèrement surestimée dès lors qu'elle concerne la totalité du réseau Ludendo et non uniquement les actifs cibles³⁰. En outre, à l'issue de l'opération, les fournisseurs de la nouvelle entité continueront à approvisionner plusieurs GSS concurrentes³¹, telles que King Jouet ([30-40] %) ou encore SmythToys ([10-20] %).
61. Nonobstant ces parts de marché importantes, la nouvelle entité ne sera pas en mesure de mettre en œuvre une stratégie d'exclusivité de fournitures auprès de fabricants de jouets.
62. Premièrement, le secteur du jouet se caractérise par un important effet de marque. Il ressort des éléments recueillis dans le cadre de l'instruction que les consommateurs sont davantage liés à la marque ou au produit qu'à l'enseigne qui les distribue.
63. Deuxièmement, les distributeurs de jouets s'approvisionnent auprès des mêmes fabricants, indépendamment du canal de distribution. Ainsi, les GSA, les magasins de culture-loisirs, et des *pure players* de la vente en ligne (Amazon, Cdiscount...) constituent des débouchés alternatifs pour les fournisseurs, au même titre que les GSS concurrentes.
64. Troisièmement, ces fabricants sont, la plupart du temps, des multinationales disposant d'un fort pouvoir de négociation. Comme le précise la partie notifiante, « *le marché français est dominé par les leaders mondiaux du jouet tels que Mattel et Vtech, qui représentent ensemble [confidentiel] des meilleures ventes de l'année. Mattel dispose notamment des marques phares Fisher-Price, Barbie, PollyPocket, HotWheels, auxquelles s'ajoutent les jeux de société tels que Scrabble, Uno ou Pictionary* ».
65. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la fabrication et commercialisation en gros de jouets.

C. MARCHES AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL DE JOUETS

66. Avant l'opération, la société JouéClub est présente sur ce marché via son réseau de plus de 280 points de vente principalement situés en France et un site internet³².
67. Les actifs cibles comprennent 89 fonds de commerce, exploités sous enseigne La Grande Récré, ainsi que 31 magasins exploités sous enseignes La Grande Récré et Starjouet dans le cadre de contrats de franchise et de concession commerciale, en France³³.

³⁰ Les actifs cibles concernent, en France, 120 magasins, sur les 133 magasins exploités sous une des enseignes du groupe Ludendo au jour de la notification.

³¹ Les estimations de parts de marché ne concernent que le marché national de la fabrication et commercialisation en gros de jouets auprès des GSS.

³² <https://www.joueclub.fr/>

³³ Les 17 fonds de commerce cibles situés à l'étranger ne sont pas concernés par la présente décision.

68. Il y a donc lieu d'analyser les effets horizontaux résultant de la prise de contrôle, par la société JouéClub, de ces 120 magasins, au niveau national (1) et local (2).

1. ANALYSE CONCURRENTIELLE AU NIVEAU NATIONAL

69. Les parts de marché de la nouvelle entité, ainsi que celles de ses principaux concurrents pour l'année 2022, sur le marché national de la vente au détail de jouets, sont présentées dans le tableau 2.

Tableau 2: Parts de marché - Vente au détail de jouets

Enseigne	Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Part de marché en valeur au niveau national
JouéClub	[confidentiel].	[5-10] %
La Grande Récré	[confidentiel].	[0-5] %
JouéClub + La Grande Récré	[confidentiel].	[10-20] % ³⁴
Concurrents		
Amazon	[confidentiel].	[20-30] %
E. Leclerc	[confidentiel].	[5-10] %
King Jouet (incl. Maxi Toys)	[confidentiel].	[5-10] %
Carrefour	[confidentiel].	[5-10] %
Auchan	[confidentiel].	[5-10] %
Smyth Toys	[confidentiel].	[0-5] %
Cdiscount	[confidentiel].	[0-5] %
Autres	[confidentiel].	[20-30] %
Total	[confidentiel].	100 %

70. La part de marché cumulée des réseaux JouéClub et La Grande Récré s'élève à [10-20] % en valeur. La nouvelle entité est concurrencée par plusieurs opérateurs, dont certains disposent d'importantes parts de marchés, notamment Amazon ([20-30] %), Leclerc ([5-10] %) et King Jouet ([5-10] %).

³⁴ Cette part de marché est légèrement surestimée dans la mesure où elle prend en compte l'ensemble du réseau Ludendo à la date de la notification et non seulement les actifs cibles. Voir note de bas de page n° 30.

71. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché national de la distribution au détail de jouets.

2. ANALYSE CONCURRENTIELLE AU NIVEAU LOCAL

a) Critères d'analyse des zones locales

72. Afin d'apprécier si une opération de concentration est susceptible de porter atteinte à la concurrence sur un marché, les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence indiquent que deux critères peuvent être examinés : (i) les parts de marché de la nouvelle entité et (ii) le degré de concentration du marché³⁵. Ces deux critères sont appréciés au cas par cas par l'Autorité de la concurrence en fonction des caractéristiques et de la structure concurrentielle des marchés analysés.
73. En l'espèce, une analyse locale a été menée à la fois sur les zones centrées sur les 256 magasins du réseau JouéClub situés en France et sur les zones centrées sur les 120 magasins du réseau Ludendo situés en France et inclus dans les actifs cibles (qui regroupent 89 magasins intégrés situés en France métropolitaine, 22 magasins exploités par l'intermédiaire de contrats de franchise situés en France métropolitaine et neuf magasins exploités par l'intermédiaire de concession commerciale situés dans les DROM-COM).

La méthode d'estimation des parts de marché

74. L'intégration des ventes en ligne au marché de la vente au détail au niveau local nécessite de retenir une méthodologie appropriée au cas d'espèce pour l'estimation des parts de marché. Dans sa pratique l'Autorité de la concurrence a intégré à un marché de la vente au détail de jouets, les ventes en ligne réalisées par les distributeurs traditionnels exploitant un site de distribution sur internet et celles des acteurs spécialisés dans la vente en ligne³⁶. Une telle démarche a également été retenue en l'espèce. À cet effet, l'Autorité a d'abord estimé les parts de marché en valeur des opérateurs présents localement, puis a intégré les ventes en ligne exprimées en valeur au niveau local.

L'estimation des parts de marché en valeur

75. À cet effet, appliquant la méthodologie retenue dans les décisions n° 19-DCC-65 et n° 21-DCC-144 précitées, l'Autorité de la concurrence a d'abord retenu le chiffre d'affaires réalisé par les magasins de la nouvelle entité dans la zone de chalandise concernée.
76. Puis, partant des surfaces de vente des magasins des opérateurs concurrents estimées par la partie notificante à partir de données publiques ou obtenues via un test de marché, les chiffres d'affaires en magasin des opérateurs concurrents ont été déterminés en multipliant la surface de vente par un chiffre d'affaires moyen par mètre carré estimé par l'Autorité, grâce aux données obtenues dans le cadre du test de marché et à des données publiques.
77. S'agissant des GSA et des magasins de culture-loisirs, seule a été retenue la surface de vente dédiée aux jouets. Conformément à sa pratique décisionnelle et compte tenu des réponses au test de marché qui ont confirmé la pertinence de cette approche, l'Autorité de la concurrence a retenu une surface équivalente à 2 % de la surface totale de vente des GSA.

³⁵ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, paragraphe 565.

³⁶ Décisions n° 19-DCC-65 et n° 21-DCC-144 précitées.

78. S'agissant des enseignes de culture-loisirs, les données retenues ont été estimées à partir des informations issues du test de marché, de données publiques et des informations fournies par la partie notifiante.
79. Enfin, aux chiffres d'affaires en magasin a été ajouté le chiffre d'affaires en ligne. Pour ce faire, le chiffre d'affaires des ventes en ligne de chaque zone a été affecté à chaque concurrent, au prorata de ses parts de marché en vente en ligne au niveau national, y compris pour les acteurs spécialisés dans la vente en ligne. Cette méthode de calcul repose sur l'hypothèse, confirmée par la partie notifiante, selon laquelle la pression concurrentielle exercée par les ventes en ligne est homogène dans l'ensemble des zones locales de chalandise concernées.
80. Une fois déterminés les chiffres d'affaires de chaque enseigne présente sur la zone, les parts de chiffre d'affaires, en magasin et en ligne, du groupe acquéreur et des actifs cibles ont pu être calculées, étant rappelé que, comme précisé *supra*, seuls les magasins concurrents disposant d'une surface de vente dédiée aux jouets de plus de 200 m² sont retenus pour ce calcul.

La méthode de filtrage des zones de chalandise

81. Les lignes directrices précitées précisent que « l'existence de parts de marché d'une grande ampleur est un élément important dans l'appréciation du pouvoir de marché d'une entreprise. Des parts de marché post-opération élevées, de l'ordre de 50 % et plus, peuvent faire présumer l'existence d'un pouvoir de marché important »³⁷. L'Autorité de la concurrence considère ainsi qu'une part de marché supérieure à 50 % est en général susceptible de conférer un pouvoir de marché et qu'un examen plus approfondi de la structure concurrentielle du marché concerné doit être réalisé, afin de déterminer notamment s'il existe des alternatives crédibles et suffisantes à la nouvelle entité. Les lignes directrices disposent également que « lorsque 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.
82. Conformément à ces principes, et dans la continuité de sa pratique décisionnelle, l'Autorité a écarté, au cas d'espèce, tout risque d'atteinte à la 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, aucune circonstance particulière ne la rendant nécessaire.
83. Lorsque la part de marché de la nouvelle entité est comprise entre 25 % et 50 %, l'Autorité a procédé à une analyse de la structure concurrentielle locale³⁹. Afin de prendre un compte le poids des sites de vente en ligne (Amazon, Cdiscount) et des GSA dans la vente au détail de jouets, l'Autorité a ainsi considéré que tout risque d'atteinte à la concurrence pouvait être écarté dès lors que la nouvelle entité faisait face à la concurrence (i) d'au moins deux GSS de dimension nationale ou (ii) d'au moins une GSS de dimension nationale et une GSA ou d'une enseigne de culture-loisirs disposant d'une surface de vente dédiée aux jouets supérieure à 200 m². En effet, si les GSA et les enseignes de culture-loisirs dont la surface de vente est supérieure à 200 m² exercent une pression concurrentielle sur les GSS, il n'en demeure pas moins que l'offre qu'elles proposent est moins étoffée que celles des enseignes

³⁷ Lignes directrices précitées, para. 622.

³⁸ Lignes directrices précitées, para. 624.

³⁹ À l'instar de ce qui a été fait, notamment, dans les décisions n° 21-DCC-144 précitée et n° 19-DCC-137 du 17 juillet 2019 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Établissements Louis Mazet par le groupe Tempo One.

spécialisées. En conséquence, l'absence de GSS concurrente de la nouvelle entité dans une zone doit faire l'objet d'une analyse spécifique.

84. Enfin, pour les zones qui ne remplissaient aucune des conditions énumérées ci-dessus, ou pour lesquelles la part de marché cumulée de la nouvelle entité est supérieure à 50 %, des analyses approfondies ont été réalisées.
85. L'opération ne donne lieu à aucun chevauchement d'activité entre les magasins du réseau JouéClub et les actifs cibles dans 192 zones centrées autour des magasins JouéClub et 58 zones centrées autour des magasins cibles.
86. À l'inverse, l'opération donne lieu à des chevauchements d'activité dans 64 zones centrées autour des magasins JouéClub et 62 zones centrées autour des magasins cibles.

a) Application des critères d'analyse : zones non problématiques

Zones où la part de marché cumulée de la nouvelle entité est inférieure à 25 %

87. Pour 15 zones de chalandise centrées sur les magasins JouéClub et 23 zones centrées sur les magasins La Grande Récré, la part de marché combinée de la nouvelle entité est inférieure à 25 %. Ces zones sont identifiées dans le tableau 3.

Tableau 3: Zones pour lesquelles les parts de marché sont inférieures à 25 %

Zone (ciblage JouéClub)	Part de marché combinée
JouéClub Belleville (69)	[20-30] %
JouéClub Bouliac (33)	[10-20] %
JouéClub Herblay (95)	[20-30] %
JouéClub Hyères (83)	[10-20] %
JouéClub Labège (31)	[10-20] %
JouéClub Les Pennes Mirabeau (13)	[20-30] %
JouéClub Mareuil-les-Meaux (77)	[10-20] %
JouéClub Mondeville (14)	[10-20] %
JouéClub Paris 17 (75)	[10-20] %
JouéClub Portet sur Garonne (31)	[10-20] %
JouéClub Rouffiac-Tolosan (31)	[20-30] %
JouéClub Saint-Chamond (42)	[10-20] %
JouéClub Soyaux (16)	[10-20] %
JouéClub Terville (57)	[20-30] %
JouéClub Villenave d'Ornon (33)	[10-20] %
Zone (ciblage La Grande Récré)	Part de marché combinée
LGR Aix La Pioline (13)	[20-30] %
LGR Arcueil (94)	[10-20] %
LGR Bry-sur-Marne (94)	[20-30] %
LGR Cabriès (13)	[10-20] %
LGR Caen (14)	[10-20] %
LGR Champniers (16)	[20-30] %
LGR Courbevoie (92)	[20-30] %
LGR Créteil (94)	[20-30] %
LGR Dorlisheim (67)	[10-20] %
LGR Geispolsheim (67)	[10-20] %

LGR Givors (69)	[10-20] %
LGR Herblay (95)	[10-20] %
LGR Le Blanc Mesnil (93)	[10-20] %
LGR L'Etrat (42)	[20-30] %
LGR Levallois (92)	[10-20] %
LGR L'Isle Adam (95)	[10-20] %
LGR Metz Semécourt Fèves (57)	[20-30] %
LGR Paris La Boétie (75)	[10-20] %
LGR Quimper (29)	[10-20] %
LGR Strasbourg Rivetoile (67)	[20-30] %
LGR Thionville (57)	[10-20] %
LGR Toulon La Garde (83)	[5-10] %
LGR Villeneuve la Garenne (92)	[10-20] %

88. Pour toutes ces zones, tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté.

Zones pour lesquelles la part de marché cumulée de la nouvelle entité est supérieure à 25 % et inférieure à 50 %, mais où tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté

89. Dans ces zones, dans lesquelles la part de marché cumulée de la nouvelle entité est supérieure à 25 % et inférieure à 50 %, la présence d'au moins deux GSS de dimension nationale ou d'au moins une GSS de dimension nationale et d'une GSA ou d'une enseigne de culture-loisirs disposant d'une surface de vente dédiée aux jouets supérieure à 200 m² suffit à écarter tout risque d'atteinte à la concurrence.

90. En retenant les critères d'analyse détaillés ci-dessus, l'Autorité a pu écarter tout risque d'atteinte à la concurrence pour les zones ci-après :

Tableau 4: Zones pour lesquelles les parts de marché sont inférieures à 50 %

Zone (ciblage JouéClub)	Part de marché combinée	Nombre de GSS de dimension nationale	Nombre de GSA et magasins culture-loisirs disposant d'une surface de vente de dédiée aux jouets supérieure à 200 m²
JouéClub Aix en Provence (13)	[20-30] %	2	5
JouéClub Andrézieux (42)	[30-40] %	3	2
JouéClub Angers (49)	[30-40] %	1	3
JouéClub Annemasse (74)	[20-30] %	3	2
JouéClub Bourg-en-Bresse (01)	[30-40] %	2	0
JouéClub Chambray (37)	[20-30] %	1	6

JouéClub Cholet (49)	[30-40] %	1	1
JouéClub Colomiers (31)	[20-30] %	4	7
JouéClub Craponne (69)	[40-50] %	2	2
JouéClub Davézieux (07)	[20-30] %	1	1
JouéClub Les Abrets en Dauphiné (38)	[20-30] %	2	0
JouéClub Marsac sur l'Isle (24)	[20-30] %	1	1
JouéClub Marzy (58)	[20-30] %	1	1
JouéClub Narbonne (11)	[30-40] %	1	1
JouéClub Nice 1 (06)	[30-40] %	1	3
JouéClub Nice 2 (06)	[40-50] %	1	1
JouéClub Nîmes (30)	[30-40] %	1	3
JouéClub Périgueux (24)	[20-30] %	1	1
JouéClub Quimperlé (29)	[30-40] %	2	0
JouéClub Saint-Aunès (34)	[30-40] %	3	6
JouéClub Saint-Jean de Védas (34)	[30-40] %	2	6
JouéClub Saint-Maur (36)	[20-30] %	1	1
JouéClub Sélestat (67)	[30-40] %	3	1
JouéClub Vendenheim (67)	[20-30] %	3	7
JouéClub Villefranche s/ Saône (69)	[30-40] %	1	1
JouéClub Vincennes (94)	[20-30] %	4	9
Zone (ciblage La Grande Récré)	Part de marché combinée	Nombre de GSS de dimension nationale	Nombre de GSA / magasins culture-loisirs disposant d'une surface de vente de dédiée aux jouets supérieure à 200 m²
LGR Angers Anjou (49)	[30-40] %	1	3

LGR Cagnes sur Mer (06)	[40-50] %	2	2
LGR Cholet (49)	[30-40] %	1	1
LGR Jacou (34)	[30-40] %	1	6
LGR Limonest (69)	[40-50] %	1	2
LGR Lorient (56)	[20-30] %	2	0
LGR Lyon Part-Dieu (69)	[30-40] %	3	2
LGR Narbonne (11)	[30-40] %	1	1
LGR Nevers (58)	[20-30] %	1	1
LGR Neydens (74)	[30-40] %	2	1
LGR Nice Cap 3000 Saint-Laurent du Var (06)	[40-50] %	3	4
LGR Nice Etoile (06)	[40-50] %	1	1
LGR Nîmes (30)	[30-40] %	1	3
LGR Paris 16 Passy (75)	[20-30] %	4	3
LGR Périgueux Trélissac (24)	[20-30] %	1	1
LGR Rosny-sous-Bois (93)	[20-30] %	8	17
LGR Saint-Maur (36)	[20-30] %	1	1
LGR Salaise sur Sanne (38)	[20-30] %	1	1
LGR Tours Centre (37)	[20-30] %	1	6
LGR Tours Nord (37)	[20-30] %	1	6
LGR Villefranche sur Saône (69)	[30-40] %	1	1
LGR Viriat (01)	[30-40] %	2	0

91. À l'issue de la mise en œuvre des filtres d'analyse précédemment décrits, l'ensemble des zones ci-dessus ne présentent pas de risques d'atteinte à la concurrence du fait de l'opération.

Zones ayant fait l'objet d'une analyse approfondie

92. 22 zones de chalandise centrées sur les magasins JouéClub et 17 zones de chalandise centrées sur les magasins cibles ont fait l'objet d'une analyse locale approfondie, au moins l'un des critères rappelés au paragraphe 90 *supra* n'étant pas rempli. Les zones centrées autour des magasins JouéClub et des magasins cibles situées dans la même agglomération ou dans le même département sont étudiées ensemble, en tenant compte des spécificités locales, et également repris dans le tableau ci-dessous.

Tableau 5: Concordance géographique des zones de chalandise

Département	Nom de la zone	Magasins JouéClub	Magasins LGR
06	Alpes-Maritimes	JouéClub de Cannes	LGR Cannes la Bocca
		JouéClub Mandelieu	LGR Grasse
		JouéClub Antibes 1	
		JouéClub Antibes 2	
		JouéClub de Grasse	
07	Aubenas	JouéClub Aubenas 1	LGR Aubenas
		JouéClub Aubenas 2	
12	Rodez	JouéClub d'Espalion	LGR Onet le Château
		JouéClub Rodez	
20	Corse Nord	JouéClub de Bastia	LGR de Borgo
		JouéClub de Furiani	
20	Corse Sud	JouéClub de Porto-Vecchio	LGR Porto Vecchio
30	Alès	JouéClub Alès	LGR Alès
31	Saint Gaudens	JouéClub Saint-Gaudens	LGR Estancarbon
34	Montpellier	JouéClub Saint-Aunès	LGR Montpellier Odysseum
		JouéClub Saint-Jean de Vedas	LGR Montpellier Polygone
40	Mont de Marsan	JouéClub de Saint-Pierre-du-Mont	LGR Saint-Pierre-du-Mont
47	Agen	JouéClub de Boé	LGR Agen
		JouéClub d'Agen	
50	Manche	JouéClub Coutances	LGR Agneaux
73	Pont de Beauvoisin	JouéClub Abrets-en-Dauphiné	LGR Pont de Beauvoisin
75	Paris	JouéClub Vincennes	LGR Paris
		JouéClub de Paris Nation	
83	Var	JouéClub de Sainte-Maxime	LGR Cogolin
972	Martinique	JouéClub de Ducos	LGR Fort-de-France
		JouéClub de Fort-de-France	
974	La Réunion	JouéClub de Saint-Louis	Starjouet Piton Saint-Leu
			Starjouet Saint-Pierre
			LGR Saint-Pierre

93. Des analyses locales approfondies ont été menées pour les zones d' « Agen », d' « Alès », des « Alpes Maritimes », de la « Manche », de « Martinique », de « Mont-de-Marsan », de

« Montpellier », de « Paris », de « Pont de Beauvoisin » et du « Var ». Celles-ci ont permis d'écarter tout risque d'atteinte à la concurrence dans ces zones.

Zone « Agen »

94. Dans l'agglomération d'Agen, la nouvelle entité exploite trois magasins : un magasin sous enseigne JouéClub à Agen ainsi qu'un autre à Boé et un magasin sous enseigne La Grande Récré à Agen.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface >200m2 jouets
JouéClub Agen	3	[40-50] %	1	1
JouéClub Boé	3	[40-50] %	1	1
LGR Agen	3	[40-50] %	1	1

95. La nouvelle entité fait face à la concurrence d'un magasin King Jouet situé à Boé et d'un hypermarché Casino, dont la surface de vente dédiée aux jouets est proche du seuil des 200 m².
96. En outre, le magasin Cultura d'Agen, disposant d'une surface de vente dédiée aux jouets estimée à [100-200] m², et l'hypermarché Intermarché d'Agen, disposant d'une surface de vente dédiée aux jouets estimée à [100-200] m² sont situés à proximité des magasins de la nouvelle entité à Agen.
97. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence dans la zone d'« Agen ».

Zone « Alès »

98. Dans l'agglomération d'Alès, la nouvelle entité exploite un magasin sous enseigne JouéClub, ainsi qu'un magasin sous enseigne La Grande Récré.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface >200m2 jouets
JouéClub Alès	2	[50-60] %	1	1
LGR Alès	2	[50-60] %	1	1

99. La nouvelle entité fait face à la concurrence d'un magasin King Jouet situé à Alès et d'un hypermarché Cora, dont la surface de vente dédiée aux jouets est proche du seuil des 200 m². En outre, le magasin Fnac d'Alès, disposant d'une surface de vente dédiée aux jouets estimée à [100-200] m², est situé à proximité directe des magasins JouéClub et La Grande Récré d'Alès.

100. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence dans la zone d' « Alès ».

Zone « Alpes Maritimes »

101. Dans le département des Alpes Maritimes, la nouvelle entité exploite plusieurs magasins situés à Antibes, Cannes, Mandelieu et Grasse.

102. Les zones centrées autour des magasins JouéClub de Cannes, Mandelieu, Antibes et Grasse, ainsi qu'autour des magasins La Grande Récré de Cannes la Bocca et Grasse correspondent à la même zone géographique et seront étudiées ensemble.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface >200m2 jouets
JouéClub Antibes 1	5	[50-60] %	1	1
JouéClub Antibes 2	5	[50-60] %	1	1
JouéClub Cannes	3	[50-60] %	1	2
JouéClub Mandelieu	6	[50-60] %	0	2
JouéClub Grasse	6	[50-60] %	0	2
LGR Cannes La Bocca	6	[50-60] %	0	2
LGR Grasse	6	[50-60] %	0	2

103. S'agissant premièrement des zones de chalandise des deux magasins JouéClub d'Antibes, la nouvelle entité fait face à la concurrence du magasin King Jouet de Villeneuve-Loubet, ainsi que d'un hypermarché Carrefour disposant d'une surface de vente moyenne dédiée aux jouets estimée à [200-300] m².

104. S'agissant du magasin JouéClub de Cannes, celui-ci fait face à la concurrence du magasin King Jouet de Villeneuve-Loubet, ainsi que des magasins Cultura de Mandelieu et Carrefour d'Antibes, de surface de vente dédiées aux jouets respectives estimées à [200-300] m² et [200-300] m².

105. S'agissant à présent des zones de chalandise centrées autour des magasins JouéClub Mandelieu et Grasse, et La Grande Récré de Cannes La Bocca, la nouvelle entité fait face à la concurrence des magasins Cultura de Mandelieu et Carrefour d'Antibes, de surface de vente dédiées aux jouets respectives estimées à [200-300] m² et [200-300] m².

106. Ces zones comptent par ailleurs plusieurs GSA et magasins de culture-loisirs avec des espaces dédiés aux jouets, parmi lesquels le magasin Fnac de Cannes, avec une surface de jouets proche de 200 m² (estimée à [100-200] m²), ou l'hypermarché Auchan de Grasse avec une surface de [100-200] m².

107. Les consommateurs disposeront donc d'alternatives crédibles aux magasins de la nouvelle entité et à même d'exercer sur ces derniers une pression concurrentielle. L'opération n'est

donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence dans les différentes zones de chalandise des magasins JouéClub et La Grande Récré des Alpes-Maritimes.

Zone « Manche »

108. La nouvelle entité exploite, dans le département de la Manche les magasins JouéClub de Coutances et La Grande Récré d'Agneaux.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de L&C d'une surface jouets >200m2
JouéClub Coutances	2	[30-40] %	0	1
LGR Agneaux	2	[30-40] %	1	1

109. Dans la zone de chalandise du magasin La Grande Récré d'Agneaux, la nouvelle entité fait face à la concurrence d'un magasin Sajou ainsi que d'un centre E. Leclerc disposant d'une surface de vente dédiée aux jouets de [300-400] m².
110. Par conséquent, tout problème de concurrence peut être écarté dans la zone de chalandise du magasin La Grande Récré d'Agneaux.
111. Dans la zone de chalandise du magasin JouéClub de Coutances, la nouvelle entité ne fait face à la concurrence d'aucune GSS nationale. En revanche, elle fait face à la pression concurrentielle du centre E. Leclerc d'Agneaux précité, mais aussi du centre E. Leclerc situé à Coutances.
112. En tout état de cause, il ressort des empreintes réelles des deux magasins de la nouvelle entité fournies par la partie notifiante, que les activités des deux magasins ne se chevauchent pas.
113. Dans ces conditions, l'opération ne modifie pas la structure concurrentielle de ces zones, et tout risque d'atteinte à la concurrence peut donc être écarté dans la zone de la « Manche ».

Zone « Martinique »

114. La nouvelle entité exploite trois magasins à la Martinique, dont deux sous enseigne JouéClub, situés à Ducos et Fort-de-France, ainsi qu'un magasin sous enseigne La Grande Récré, situé à Fort-de-France.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface jouets >200m2
JouéClub Fort de France	3	[40-50] %	2	0

LGR Fort de France	3	[40-50] %	2	0
JouéClub Ducos	3	[40-50] %	2	0

115. La nouvelle entité dispose, à la Martinique, de parts de marché inférieures à 50 %, et fait face à la concurrence de King Jouet, ce dernier disposant d'une forte implantation locale.
116. Deux magasins King Jouet, de surfaces de vente respectives de [300-400] m² et [800-900] m² sont en effet situés dans chacune des zones de chalandise de la nouvelle entité.
117. Tout risque d'atteinte à la concurrence à la Martinique peut donc être écarté.

Zone « Mont-de-Marsan »

118. La nouvelle entité exploite, dans l'agglomération de Mont-de-Marsan, un magasin sous enseigne JouéClub et un magasin La Grande Récré, tous deux situés à Saint-Pierre-du-Mont.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface jouets >200m ²
JouéClub de Saint-Pierre-du-Mont	2	[30-40] %	2	1
LGR Saint-Pierre-du-Mont	2	[30-40] %	2	1

119. Quel que soit le ciblage considéré, deux GSS viennent concurrencer la nouvelle entité : un magasin Sajou d'une surface de vente de [150-250] m², ouvert au cours de l'année 2022, et une enseigne E. Leclerc Jouets, GSS dédiée aux jouets, qui a ouvert ses portes à la fin du mois d'octobre 2023 à Mont-de-Marsan et qui occupe une surface totale de vente de [700-900] m²⁴⁰, soit une surface comparable à celle des magasins JouéClub et La Grande Récré dans cette zone (respectivement [800-900] et [700-800] m²).
120. En outre, l'analyse approfondie de la zone, a permis de mettre en évidence trois hypermarchés. Parmi ces hypermarchés, un centre E. Leclerc, comprenant une surface dédiée aux jouets supérieure à 200 m², est présent à Saint-Pierre-du-Mont.
121. Tout risque d'atteinte à la concurrence peut donc être écarté dans la zone de « Mont-de-Marsan ».

Zone « Montpellier »

122. L'opération donne lieu à un chevauchement d'activité dans quatre zones de chalandises situées à Montpellier, autour des magasins La Grande Récré de Montpellier Odysseum et Polygone, et des magasins JouéClub Saint-Aunès et Saint-Jean de Vedas.

⁴⁰ Avant l'ouverture de ces deux magasins, les parts de marché de la nouvelle entité dans la zone sont estimées à 47 %.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface jouets >200m2
LGR Montpellier Odysseum	4	[40-50] %	0	5
LGR Montpellier Polygone	3	[40-50] %	0	5
JouéClub Saint-Aunès	5	[30-40] %	3	6
JouéClub Saint-Jean de Vedas	4	[30-40] %	2	6

123. Dans les zones de chalandise des magasins JouéClub de Saint-Aunès et Saint Jean de Védas, la nouvelle entité fait notamment face à la concurrence d'au moins deux magasins King Jouet, situés à Saint-Clément-de-Rivière et Lunel, de sorte que tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté.
124. S'agissant des zones de chalandise des magasins La Grande Récré situés à Montpellier, la nouvelle entité fait face à la concurrence d'un nombre conséquent de GSA et de magasins culture-loisirs, dont les magasins Cultura de Saint-Aunès, Fnac de Montpellier ainsi que les hypermarchés Auchan de Pérols, Carrefour de Lattes et Casino Odysseum, disposant chacun d'une surface de vente de jouets estimée supérieure à 200 m².
125. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence dans la zone de Montpellier.

Zone « Paris »

126. La nouvelle entité exploite à Paris les magasins JouéClub de Paris Nation et de Vincennes et La Grande Récré Porte des Lilas.

Ciblage	Part de marché cumulée de la nouvelle entité
JouéClub Paris Nation	[30-40] %
JouéClub Vincennes	[20-30] %
LGR Paris	[20-30] %
Part de marché Paris Intramuros	[20-30] %

127. L'opération n'emporte aucun chevauchement dans les zones de 15 minutes à pieds autour de chaque magasin de la nouvelle entité. Dans une zone de 15 minutes en voiture autour du JouéClub de Paris Nation, la nouvelle entité détient une part de marché combinée inférieure à 40 % et fait face à la concurrence de nombreuses enseignes, tant des GSS que des GSA et des magasins de culture-loisirs avec des surfaces de jouets supérieures à 200 m².

128. En étendant la zone à tout Paris *intra-muros*, pour une meilleure prise en compte des spécificités locales, la part de marché de la nouvelle entité est inférieure à 25 %, de sorte que tout risque d'atteinte à la concurrence peut être exclu.

Zone « Pont de Beauvoisin »

129. La nouvelle entité exploite, dans la zone de Pont de Beauvoisin, un magasin JouéClub situé à Abrets-en-Dauphiné (38) et un magasin La Grande Récré situé à Pont-de-Beauvoisin (73).

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface jouets >200m2
JouéClub Abrets-en-Dauphiné	2	[20-30] %	2	0
LGR Pont-de-Beauvoisin	2	[50-60] %	0	0

130. S'agissant de la zone de chalandise du magasin JouéClub des Abrets-en-Dauphiné, la nouvelle entité fait face à la concurrence de deux GSS de dimension nationale et dispose de parts de marché proches de [20-30] %, de sorte que tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté.
131. Dans la zone de chalandise du magasin La Grande Récré de Pont-de-Beauvoisin, la nouvelle entité dispose d'une part de marché de [50-60] %.
132. Elle fait face à un magasin sous enseigne Hyper U comprenant un espace U Culture attenant. Celui-ci dispose d'une surface de vente de jouets inférieure à 200 m² en moyenne. Une autre GSA, sous enseigne Carrefour Market disposant d'une surface de vente dédiée aux jouets d'environ [50-100] m² est située à moins de 15 min du magasin de Pont-de-Beauvoisin.
133. Ces enseignes exerceront une pression concurrentielle insuffisante sur les magasins de la nouvelle entité.
134. Cependant, au cours de l'instruction de la présente opération, la société exploitant le magasin Jouéclub des Abrets-en-Dauphiné a informé JouéClub de son souhait de ne pas renouveler le bail commercial de son magasin et de le fermer définitivement [confidentiel].
135. En raison de la fermeture prochaine du magasin JouéClub des Abrets-en-Dauphiné, et donc de l'absence de chevauchement d'activités qui en découlera, tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté dans la zone « Pont-de-Beauvoisin ».

Zone « Var »

136. La nouvelle entité exploite dans le Var les magasins JouéClub de Sainte-Maxime et La Grande Récré de Cogolin.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface jouets >200m2
---------	--	--	---------------------------------------	---

JouéClub Sainte Maxime	2	[60-70] %	0	0
LGR Cogolin	2	[60-70] %	0	0

137. La nouvelle entité ne fait face à aucune GSS et aucune GSA ou magasin de culture-loisirs disposant de surfaces dédiées aux jouets supérieures à 200 m².
138. Cependant, les villes de Cogolin et de Sainte-Maxime correspondent chacune à un bassin d'activités distinct.
139. De fait, l'analyse des empreintes réelles des deux magasins produite par la partie notifiante indique que les deux magasins ne sont pas présents dans les mêmes zones de chalandise.
140. Dans ces conditions, en l'absence de chevauchement entre les deux magasins, tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté dans la zone du « Var ».

b) Application des critères d'analyse : zones considérées comme problématiques

141. Dans les zones « Aubenas », « Corse Nord », « Corse Sud », « La Réunion », « Rodez » et « Saint-Gaudens », l'Autorité a également mené une analyse approfondie. Néanmoins, celle-ci n'a pas permis d'écarter tout risque d'atteinte à la concurrence.

Zone « Aubenas »

142. La nouvelle entité exploite deux magasins JouéClub et un magasin La Grand Récré dans la zone d'Aubenas.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface jouets >200m²
JouéClub Aubenas 1 et 2	3	[60-70] %	0	0
LGR Aubenas	3	[60-70] %	0	0

143. La nouvelle entité ne fait face à la concurrence d'aucune GSS et d'aucun autre acteur qui dispose d'une surface de vente de jouets supérieure à 200 m² dans les zones de chalandise des magasins d'Aubenas.
144. La nouvelle entité fait ainsi face à une concurrence insuffisante dans la zone d'« Aubenas », de sorte que tout risque d'atteinte à la concurrence ne peut pas être écarté.

Zone « Corse Nord »

145. Dans le nord de la Corse, la nouvelle entité exploite deux magasins sous enseigne JouéClub, à Bastia et Furiani, ainsi qu'un magasin sous enseigne La Grande Récré, à Borgo.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface jouets >200m2
JouéClub Bastia	3	[40-50] %	1	0
JouéClub Furiani	3	[40-50] %	1	0
LGR Borgo	3	[40-50] %	1	0

146. Les magasins de la nouvelle entité situés dans la zone « Corse Nord » font face à la concurrence d'un magasin King Jouet, disposant localement d'une part de marché de [10-20] %.
147. Les GSA et magasins de culture-loisirs actifs dans la zone disposent tous de surfaces de vente dédiées aux jouets bien inférieures au seuil de 200 m². La pression concurrentielle qu'ils exercent sur la nouvelle entité est insuffisante pour écarter tout risque d'atteinte à la concurrence.
148. Au vu de la présence d'un seul concurrent susceptible d'exercer une pression concurrentielle suffisante dans la zone, tout risque d'atteinte à la concurrence ne peut être écarté dans la zone « Corse Nord ».

Zone « Corse Sud »

149. La nouvelle entité exploite deux magasins à Porto-Vecchio, l'un sous enseigne JouéClub, l'autre sous enseigne La Grande Récré.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de L&C d'une surface jouets >200m2
JouéClub Porto-Vecchio	2	[60-70] %	0	0
LGR Porto-Vecchio	2	[60-70] %	0	0

150. Aucune autre GSS n'est active dans la zone de chalandise des magasins de la nouvelle entité, et aucune des GSA présentes dans la zone ne dispose d'une surface de vente dédiée aux jouets supérieure à 200 m².
151. En conséquence, tout risque d'atteinte à la concurrence ne peut être écarté dans la zone « Corse Sud ».

Zone « La Réunion »

152. L'opération donne lieu à des chevauchements autour de quatre magasins à la Réunion, dont un magasin sous enseigne JouéClub, situé à Saint Louis ainsi que, s'agissant des actifs

Ludendo, deux sous enseigne Starjouet, situés à Saint Pierre et au Piton Saint-Leu, et un magasin La Grande Récré, situé à Saint-Pierre⁴¹.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de L&C d'une surface jouets >200m2
Starjouet Piton-Saint-Leu	5	[80-90] %	0	0
StarJouet Saint Pierre	4	[80-90] %	0	0
JouéClub Saint Louis	4	[80-90] %	0	0
LGR Saint-Pierre	4	[80-90] %	0	0

153. Dans ces zones, la nouvelle entité ne fait face à la concurrence d'aucune GSS nationale et d'aucune GSA ou magasin de culture-loisirs disposant d'une surface de vente dédiée aux jouets supérieure à 200 m².

154. L'éventuelle prise en compte des enseignes locales indépendantes spécialistes du jouet, disposant d'une surface de vente supérieure à 200 m² ne suffit pas à écarter tout risque d'atteinte à la concurrence dans les différentes zones de chalandise concernées. La nouvelle entité disposerait en effet de parts de marché importantes, estimées à [60-70] % dans la zone du Piton Saint-Leu et à [70-80] % dans les zones de Saint-Pierre et de Saint-Louis.

155. Tout risque d'atteinte à la concurrence ne peut donc pas être écarté à la Réunion.

Zone « Rodez »

156. La nouvelle entité exploite trois magasins dans la zone de « Rodez » : les magasins JouéClub d'Espalion et de Rodez ainsi que le magasin La Grande Récré d'Onet-le-Château.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface jouets >200m2
JouéClub Espalion	2	[60-70] %	0	0
JouéClub Rodez	2	[30-40] %	1	0
LGR Onet-le-Château	3	[30-40] %	1	0

⁴¹ La nouvelle entité exploite également un magasin sous enseigne La Grande Récré à Saint-Paul et un magasin sous enseigne Starjouet au Port. Ces magasins étant situés à plus de 25 minutes en voiture du magasin JouéClub de Saint Louis, l'opération ne donne lieu à aucun chevauchement d'activités entre les parties.

157. S'agissant de la zone de chalandise du magasin JouéClub d'Espalion, la nouvelle entité ne fait face à la concurrence d'aucune GSS ni d'aucune GSA dont la surface de vente dédiée aux jouets dépasse 200 m².
158. S'agissant des zones de chalandises des magasins JouéClub de Rodez et La Grande Récré d'Onet le Château, les parts de marché de la nouvelle entité sont respectivement de [30-40] % et de [30-40] %.
159. Dans les zones de chalandise des magasins La Grande Récré et JouéClub de Rodez, la nouvelle entité ne fait face qu'à la concurrence d'une enseigne King Jouet située à Rodez. Aucune des GSA ni des magasins de culture-loisirs présents dans la zone ne disposent d'une surface de vente dédiée aux jouets proche ou supérieure à 200 m².
160. Au regard de ce qui précède, tout risque d'atteinte à la concurrence ne peut être écarté dans la zone de « Rodez ».

Zone « Saint-Gaudens »

161. La nouvelle entité exploite deux magasins dans la zone de Saint-Gaudens : JouéClub à Saint-Gaudens et La Grande Récré à Estancarbon.

Ciblage	Nombre de magasins de la nouvelle entité	Part de marché cumulée de la nouvelle entité	Nombre de GSS nationales concurrentes	Nombre de GSA ou de C&L d'une surface jouets >200m²
JouéClub Saint-Gaudens	2	[60-70] %	0	0
LGR Estancarbon	2	[60-70] %	0	0

162. La nouvelle entité dispose d'une part de marché de [60-70] % dans chaque zone. Elle ne fait face à la concurrence d'aucune enseigne de GSS nationale ni d'aucune GSA ou magasin de culture-loisirs disposant d'une surface dédiée aux jouets d'au moins 200 m². Dans ces zones, la nouvelle entité est uniquement confrontée à la concurrence d'un magasin spécialiste des jouets, Le Carrousel, disposant d'une surface de [0-50] m², ainsi que de 4 hypermarchés avec des surfaces dédiées aux jouets inférieures à 200 m².
163. Dans ce contexte, tout risque d'atteinte à la concurrence ne peut être écarté dans la zone de « Saint-Gaudens ».

IV. L'exception de l'entreprise défaillante

164. Au cas présent, la partie notifiante considère que l'exception de l'entreprise défaillante trouverait à s'appliquer, de sorte que l'opération projetée devrait être autorisée sans condition.
165. En effet, dans des cas exceptionnels, une opération qui porte atteinte à la concurrence et dont la contribution au progrès économique n'est pas suffisante pour compenser cette atteinte,

peut tout de même être autorisée sans condition si l'exception dite « *de l'entreprise défaillante* » est retenue⁴².

166. En droit français, les conditions dans lesquelles l'exception de l'entreprise défaillante peut trouver à s'appliquer ont été précisées par le Conseil d'État dans sa décision du 6 février 2004 relative à la concentration Seb/Moulinex⁴³, aux termes de laquelle : « *s'agissant de la reprise, par un concurrent, d'une société en difficulté, [l'autorité nationale en charge du contrôle des concentrations] doit autoriser l'opération sans l'assortir de prescriptions lorsqu'il apparaît au terme de ce bilan que les effets de cette opération sur la concurrence ne seraient pas plus défavorables que ceux qui résulteraient de la disparition de l'entreprise en difficulté.* »
167. Après avoir rappelé quelles sont les règles encadrant l'appréciation de cette exception par l'Autorité (A), l'Autorité appréciera leur application au cas d'espèce (B).

A. RAPPEL DES CRITERES D'APPLICABILITE DE L'EXCEPTION DE L'ENTREPRISE DEFAILLANTE

168. Il ressort des lignes directrices de l'Autorité relatives au contrôle des concentrations que l'exception de l'entreprise défaillante s'applique en cas de reprise par un concurrent d'une entreprise qui disparaîtrait à brève échéance si l'opération n'était pas réalisée. Dans ces conditions, l'Autorité peut envisager d'autoriser l'opération sans condition, même si elle porte atteinte à la concurrence.
169. Dans sa décision du 6 février 2004 relative à la concentration Seb/Moulinex précitée, le Conseil d'État a rappelé les trois critères cumulatifs définis par la Cour de justice dans l'arrêt du 31 mars 1998⁴⁴ pour l'application de l'exception de l'entreprise défaillante :
- « *en premier lieu, [...] [les difficultés] [auxquelles l'entreprise est confrontée] entraîneraient la disparition rapide de la société en l'absence de reprise* » (critère n° 1) ;
- « *en deuxième lieu, [...] il n'existe pas d'autre offre de reprise moins dommageable pour la concurrence, portant sur la totalité ou une partie substantielle de l'entreprise* » (critère n° 2) ;
- « *en troisième lieu, [...] la disparition de la société en difficulté ne serait pas moins dommageable pour les consommateurs que la reprise projetée* » (critère n° 3).
170. Les trois critères mentionnés par le Conseil d'État doivent s'analyser selon un enchaînement logique, et visent, in fine, à établir que la dégradation de la situation concurrentielle se serait produite même en l'absence de la concentration⁴⁵.

⁴² Lignes directrices, para. 785.

⁴³ Conseil d'État, Section du contentieux, du 6 février 2004, 249267, publié au recueil Lebon.

⁴⁴ CJCE, Kali & Salz du 31 mars 1998, C-68/94.

⁴⁵ Lignes directrices, para. 789.

171. La charge de la preuve de ces trois conditions cumulatives repose sur la partie notificante⁴⁶. En outre, la réunion de ces trois conditions est appréciée strictement⁴⁷.
172. Lorsque ces trois critères sont cumulativement réunis, on peut considérer que la dégradation de la situation concurrentielle qui résulte de l'opération notifiée ne serait pas pire que celle qui se serait passée en l'absence de l'opération : celle-ci peut alors être autorisée sans condition.

i. LA DISPARITION RAPIDE DE LA SOCIETE CIBLE EN L'ABSENCE DE L'OPERATION (CRITERE N° 1)

173. Le premier critère exige d'établir que la société en difficulté n'était pas en mesure de poursuivre son activité en l'absence de reprise par un tiers. Le fait que la ou les sociétés cibles étaient en situation de cessation de paiement et avaient fait l'objet d'une procédure collective devant un tribunal de commerce suffit, en général, à démontrer que ce critère est satisfait⁴⁸.

ii. L'ABSENCE D'OFFRE ALTERNATIVE MOINS DOMMAGEABLE (CRITERE N° 2)

174. Le deuxième critère permet d'établir qu'aucune autre offre moins dommageable pour la concurrence n'aurait permis d'assurer la continuité de l'activité de l'entreprise cible. Il s'agit d'identifier d'éventuelles offres alternatives et, le cas échéant, de les apprécier.

1. L'identification des offres alternatives

175. S'agissant de l'identification des offres alternatives, la partie notificante doit démontrer que le processus de cession garantit une publicité suffisante, afin qu'il puisse être présumé que la totalité des offres alternatives pertinentes ont été effectivement identifiées.
176. Les procédures encadrées par le tribunal de commerce permettent en général de présumer un niveau suffisant de publicité⁴⁹.
177. Cependant, si, lorsqu'elle apprécie l'existence d'offres alternatives, l'Autorité peut s'appuyer sur les recherches de repreneurs réalisées par les parties prenantes au processus de cession (notamment les conciliateurs ou les tribunaux de commerce), elle n'est pas tenue par les conclusions de ces procédures. En effet, l'Autorité analyse de manière autonome et au cas par cas, les procédures pour estimer si un ou plusieurs repreneurs alternatifs crédibles se sont manifestés, puisque l'appréciation qu'elle porte sur le processus de reprise repose sur des critères concurrentiels, qui peuvent être distincts de ceux retenus par les autres parties prenantes à la procédure de cession⁵⁰.

⁴⁶ Lignes directrices, para. 787. Voir également la décision de la Commission européenne du 26 juin 1997, IV/M.890 – Blokker/Toys « R » Us et para. 91 des Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises (2004/C31/03).

⁴⁷ Lignes directrices, para. 787.

⁴⁸ Lignes directrices, para. 791.

⁴⁹ Lignes directrices, para. 793.

⁵⁰ Lignes directrices, para. 794.

178. En outre, en fonction des évolutions de la structure de marché, par exemple du fait de l'entrée ou de la sortie d'opérateurs concurrents postérieurement aux procédures encadrées par le tribunal de commerce, il pourra être nécessaire que les parties démontrent qu'aucune offre alternative n'ait pu émerger entre le jour où l'opération notifiée a présenté un caractère suffisamment abouti pour pouvoir faire l'objet d'une notification et le jour où l'Autorité adopte sa décision relative à l'opération notifiée. En effet, de manière générale, en matière de contrôle des concentrations, l'analyse concurrentielle à laquelle procède l'Autorité doit prendre en compte les évolutions de la structure de marché, que celles-ci soient constatées en cours d'instruction ou anticipées, dès lors qu'elles revêtent un caractère suffisamment certain⁵¹. De même, dans le cadre de l'entreprise défaillante, l'Autorité devra logiquement prendre en compte les évolutions de la structure de marché dans son analyse.

2. L'appréciation des offres alternatives

179. S'agissant de l'appréciation des offres alternatives, afin d'être retenue par l'Autorité, l'offre alternative doit présenter les caractéristiques suivantes⁵² :

- être crédible ;
- porter sur l'ensemble du périmètre repris ou sur une partie substantielle de ce périmètre ;
- être moins dommageable pour la concurrence que celle des parties.

180. L'Autorité de la concurrence procède à une analyse autonome, propre à chaque cas d'espèce, du caractère abouti des offres et de leur impact sur la concurrence. En ce sens, l'Autorité, dans le cadre de l'instruction ayant donné lieu à la Décision n° 22-DCC-78 du 28 avril 2022 relative à l'acquisition du contrôle exclusif des actifs de Conforama France par le groupe Mobilux, a demandé aux différents acteurs présents sur le marché s'ils avaient envisagé la reprise de l'ensemble ou d'une partie des actifs de Conforama France ou s'ils étaient intéressés par une telle reprise⁵³. En effet, comme indiqué ci-dessus, l'Autorité prend en compte dans son analyse l'ensemble des offres, et ce, jusqu'à la date de sa décision.

181. L'Autorité ne prend pas uniquement en compte les offres équivalentes. Elle peut également prendre en compte une offre moins-disante, dès lors que celle-ci porte sur l'ensemble du périmètre repris ou sur une partie substantielle de celui-ci⁵⁴.

182. Par ailleurs, pour être considérée comme une offre alternative crédible, une offre ne doit pas nécessairement avoir le même degré d'aboutissement que l'offre présentée par les parties⁵⁵. En particulier, le dépôt d'une offre devant le tribunal de commerce dans le cadre d'une procédure formelle de reprise ne saurait être considéré ni comme un critère nécessaire, ni comme un critère suffisant, pour qu'une offre soit considérée comme crédible au sens du

⁵¹ Voir, par extension, les paragraphes 448, 504 et 518 des lignes directrices. Voir également la décision du Conseil d'État du 21 mars 2016, Numéricable – Groupe Canal Plus.

⁵² Lignes directrices, para. 792.

⁵³ Décision n° 22-DCC-78 précitée, para. 410.

⁵⁴ Lignes directrices, para. 795.

⁵⁵ Décision n° 18-DCC-95 du 14 juin 2018 relative à la prise de contrôle exclusif d'une partie du pôle plats cuisinés ambiants du groupe Agripole par la société Financière Cofigeo.

deuxième critère d'applicabilité de l'exception de l'entreprise défaillante⁵⁶. Les offres de ces opérateurs seront en revanche intégrées dans l'analyse du troisième critère.

3. LE CARACTERE MOINS DOMMAGEABLE DE L'OPERATION PAR RAPPORT A UN SCENARIO DE DISPARITION DE L'ACTIVITE CIBLE (CRITERE N° 3)

183. Le troisième critère doit être examiné dans l'hypothèse où les deux premiers critères sont remplis. Il poursuit l'analyse du lien de causalité entre l'opération et la dégradation de la situation concurrentielle sur le marché, en comparant les effets sur la concurrence de l'opération notifiée et ceux des différents scénarios envisageables dans le cas où celle-ci n'aurait pas lieu. Au niveau de la jurisprudence européenne, la Cour de justice fait référence à la « neutralité » pour le jeu de la concurrence (point 116, arrêt CJCE Kali & Salz⁵⁷). En France, la pratique se réfère à la « *neutralité pour le consommateur* » comme en témoigne l'expression reprise dans les lignes directrices⁵⁸.
184. Les lignes directrices de l'Autorité, reprenant l'arrêt du Conseil d'État Seb/Moulinex précité, précisent qu'il convient de s'assurer plus largement que la disparition de la société en difficulté (dans sa configuration antérieure à l'opération) n'est pas moins dommageable pour le consommateur que l'opération notifiée⁵⁹. Dans cette dernière hypothèse, le troisième critère repose donc sur l'analyse des scénarios contrefactuels crédibles en cas de non-réalisation de la concentration. En particulier, si des offres ont été écartées au titre du deuxième critère, en raison de leur manque de crédibilité ou de leur caractère partiel, elles peuvent être prises en compte au stade de ce troisième critère.
185. L'Autorité considère⁶⁰ qu'il est nécessaire de démontrer que les effets de la disparition des actifs cibles sur chacun des marchés sur lesquels l'Autorité a identifié un risque d'atteinte à la concurrence ne seraient pas moins dommageables pour les consommateurs que l'opération envisagée. L'examen se fait marché par marché. Une telle démonstration suppose dans un premier temps de démontrer que les actifs auraient inéluctablement disparu et dans un second temps de comparer les effets pour le consommateur d'une telle disparition avec ceux de l'opération projetée, et ce, sur chaque marché concerné.
186. Dans sa décision n° 22-DCC-78 précitée, l'Autorité a considéré que l'appréciation de ce troisième critère devait « *nécessairement se faire au moment de l'examen mené par l'Autorité (et ce jusqu'à la date de la décision)* »⁶¹.
187. L'analyse du troisième critère d'applicabilité de l'exception de l'entreprise défaillante consiste donc à identifier des scénarios contrefactuels alternatifs crédibles en cas de non-réalisation de l'opération notifiée. Sur cette base, l'Autorité analyse les effets de ces

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ « Dès lors, le critère de l'absorption des parts de marché, bien qu'il ne soit pas considéré par la Commission elle-même comme suffisant à lui seul pour exclure le caractère préjudiciable de l'opération de concentration pour le jeu de la concurrence, concourt à assurer la neutralité de cette opération par rapport à la dégradation de la structure concurrentielle du marché, ce qui est conforme à la notion de causalité figurant à l'article 2, paragraphe 2, du règlement. » (point 116)

⁵⁸ Lignes directrices, para. 796.

⁵⁹ Conseil d'État, arrêt du 6 février 2004 précité.

⁶⁰ Décision n° 22-DCC-78 précitée, para. 424.

⁶¹ Ibid. para. 429.

scénarios sur la structure du marché. Les résultats de cette analyse sont enfin comparés aux résultats de l'analyse concurrentielle de l'opération notifiée⁶².

188. Pour que ce troisième critère soit satisfait, il est donc nécessaire de démontrer qu'aucun des scénarios alternatifs ne conduirait à une situation concurrentielle plus favorable que celle qui résulterait de l'opération notifiée.

B. APPLICATION AU CAS D'ESPECE

1. SUR LE RISQUE DE DISPARITION RAPIDE DE LA SOCIETE CIBLE EN L'ABSENCE DE L'OPERATION

189. Le groupe Ludendo faisait face à de « graves difficultés financières » depuis plusieurs années, ayant notamment conduit à un état de cessation de paiement des sociétés Ludendo Commerce France, Ludendo SAS, Jouetland et La Grande Récré International et à l'ouverture d'une procédure de liquidation judiciaire avec poursuite de l'activité le 27 avril 2023.
190. Ces difficultés ont commencé en 2015, alors que le groupe Ludendo a eu recours à [confidentiel] et a sollicité l'ouverture d'une procédure de sauvegarde financière accélérée ayant permis l'adoption d'un plan de sauvegarde en février 2016.
191. Ce plan de sauvegarde n'a pas été suffisant puisque, par jugements du 13 mars 2018, le tribunal de commerce de Paris a prononcé l'ouverture de procédures de redressement judiciaire à l'égard de huit sociétés du groupe, dont Ludendo Commerce France, Ludendo SAS, Jouetland et Ludendo Industries. L'endettement du groupe Ludendo s'élevait alors à environ [confidentiel]. d'euros.
192. Par jugements en date du 2 octobre 2018, le tribunal de commerce de Paris a arrêté des plans de redressement comprenant notamment plusieurs mesures opérationnelles ainsi qu'un volet capitalistique avec l'entrée au capital de la société Financière Immobilière Bordelaise (« FIB »).
193. Anticipant l'impossibilité de faire face à l'échéance de février 2023 de son plan de redressement, la société Ludendo Commerce France a sollicité la désignation d'un conciliateur afin de bénéficier de l'assistance et des conseils d'un spécialiste des entreprises en difficulté. Par ordonnance du 10 janvier 2023, le Président du tribunal de commerce de Paris a ouvert une procédure de conciliation au bénéfice de la société Ludendo Commerce France.
194. Compte tenu de l'état de cessation de paiement des sociétés Ludendo SAS, Ludendo Commerce France, Jouetland et LGRI constaté au cours de l'exécution de leur plan de redressement, celles-ci ont sollicité du tribunal l'ouverture d'une procédure collective. Dans le respect de l'article L. 631-20 du code de commerce, le Tribunal de commerce de Paris a, par jugements du 27 avril 2023, ouvert des procédures de liquidation judiciaire à l'encontre de ces sociétés avec maintien provisoire d'activité à leur bénéfice, permettant d'organiser la reprise de leurs actifs en plan de cession judiciaire.

⁶² Sur la méthode retenue par l'Autorité de la concurrence dans l'analyse du troisième critère d'applicabilité de l'exception de l'entreprise défaillante, voir notamment la décision n° 17-DCC-216 du 18 décembre 2017 relative à la prise de contrôle exclusif des actifs des sociétés Lilnat, Vutura et Agora Distribution par la société Groupe Philippe Ginestet.

195. Cette procédure de liquidation a permis la présentation le 9 juin 2023 d'une offre de rachat par JouéClub des actifs cibles.
196. Au vu de ce qui précède, l'Autorité considère qu'en l'absence de reprise des actifs cibles, ceux-ci auraient fait face à des difficultés risquant d'entraîner leur disparition rapide. Elle considère donc que la première condition est satisfaite.

2. SUR L'ABSENCE D'OFFRE ALTERNATIVE MOINS DOMMAGEABLE POUR LA CONCURRENCE, PORTANT SUR LA TOTALITE OU UNE PARTIE SUBSTANTIELLE DE L'ENTREPRISE

197. L'Autorité considère que le deuxième critère est rempli dès lors que la procédure de recherche de repreneurs a fait l'objet d'une publicité suffisante et qu'aucune offre de reprise n'a été présentée sur une partie substantielle du périmètre repris dans le cadre de la procédure de liquidation judiciaire mentionnée ci-avant et qu'aucune marque d'intérêt portant sur une partie substantielle du périmètre repris n'a été exprimée postérieurement.
198. S'agissant de la publicité de la recherche, le processus de recherche de repreneurs pour les actifs détenus par les sociétés Ludendo SAS, Ludendo Commerce France, Jouetland et LGRI s'est déroulé entre janvier et juin 2023, d'abord dans le cadre d'une procédure de conciliation puis dans le cadre d'une procédure de liquidation judiciaire devant le Tribunal de commerce de Paris.
199. Par ailleurs, les difficultés financières de La Grande Récré et le souhait du président de la FIB, de trouver de nouveaux investisseurs, ont fait l'objet de nombreux articles de presse⁶³. Par exemple, France Info a titré « *La Grande Récré : le roi du jouet en difficulté* »⁶⁴.
200. S'agissant de l'absence d'offres alternatives, aucun repreneur, à l'exception de JouéClub, ne s'est présenté pour acquérir tout ou une partie substantielle des actifs Ludendo dans le cadre de la procédure devant le tribunal de commerce.
201. Plus précisément, le 14 avril 2023, à la date limite de dépôt des offres, deux candidats avaient formulé des offres de reprise qui s'inscrivaient dans le cadre d'un plan de cession : EPSE JouéClub et la société Distritoys (King Jouet), qui proposait de reprendre 45 fonds de commerce correspondant à des magasins intégrés exploités par le groupe Ludendo. Deux offres, ne s'inscrivant pas dans le cadre d'un plan de cession total ont également été présentées : Chaussea et Jour de Fête, qui se sont positionnés sur la reprise de 22 et 15 fonds de commerce respectivement.
202. À la date d'examen des offres par le tribunal de commerce de Paris, King Jouet avait renoncé à soutenir son projet de reprise de sorte que, le 9 juin 2023, le tribunal a arrêté les plans de cession des sociétés Ludendo SAS, Ludendo Commerce France, Jouetland et LGRI en retenant la seule offre de reprise présentée, celle d'EPSE JouéClub.
203. Ainsi, aucune des trois offres identifiées ne couvrait « la totalité ou une partie substantielle » des actifs repris par EPSE JouéClub. Pour mémoire, le périmètre des actifs repris concerne

⁶³<https://www.lefigaro.fr/flash-eco/la-grande-recre-a-la-recherche-de-nouveaux-investisseurs-20230322;>
<https://www.sudouest.fr/economie/conso-distribution/empire-ohayon-la-grande-recre-a-son-tour-en-difficulte-14525817.php> et <https://www.capital.fr/entreprises-marches/dans-lempire-ohayon-cest-au-tour-de-la-grande-recre-de-chercher-de-nouveaux-investisseurs1463664#:~:text=%22J'ai%20pris%20l',et%20destin%C3%A9%20%C3%A0%20l'encadrement> .

⁶⁴ https://www.francetvinfo.fr/culture/jouets/la-grande-recre-le-roi-du-jouet-en-difficulte_5764916.html

137 magasins au total (dont 120 en France). En comparaison, le périmètre des offres présentées par Jour de Fête, Chaussea et King Jouet était beaucoup plus limité à savoir respectivement 15, 22 et 45 fonds de commerce. Ainsi, l'offre au périmètre le plus large couvrirait moins d'un tiers de l'offre de reprise d'EPSE JouéClub.

204. Par ailleurs, dans le cadre de l'instruction de la présente opération, l'Autorité a lancé une consultation publique afin d'apprécier les éventuelles évolutions du marché depuis la procédure devant le tribunal de commerce et plus particulièrement pour savoir si des opérateurs tiers pouvaient aujourd'hui être intéressés par la reprise de tout ou partie des actifs cibles.
205. En réponse à cette consultation, plusieurs opérateurs ont manifesté leur intérêt pour la reprise de certains magasins cibles ou contrat de franchise ou de concession commerciale pour exercer une activité de vente au détail de jouets. Toutefois, aucune des intentions d'offres émises dans le cadre de cette consultation ne portait sur la totalité ou une partie substantielle des actifs cibles⁶⁵.
206. En définitive, l'Autorité considère que dès lors que la recherche de candidats a fait l'objet d'un niveau de publicité suffisant pour permettre aux repreneurs potentiels de manifester leur intérêt pour les actifs cibles et qu'aucune offre de reprise sur une partie substantielle du périmètre repris par la partie notifiante n'a été présentée à la date de la présente décision, la condition tenant à l'absence d'offre moins dommageable pour la concurrence est, par conséquent, satisfaite.

3. SUR LE CARACTERE MOINS DOMMAGEABLE DE L'OPERATION PAR RAPPORT A UN SCENARIO DE DISPARITION DE L'ACTIVITE

207. L'Autorité considère que l'analyse des différents scénarios contrefactuels pour le troisième critère doit porter sur chacun des marchés pertinents où des problèmes de concurrence ont été identifiés.
208. Par conséquent, sur chacune des six marchés locaux de la distribution au détail de jouets pour lesquels l'Autorité considère que tout risque d'atteinte à la concurrence ne peut être exclu, elle a identifié les scénarios contrefactuels crédibles, puis a comparé les effets de ces scénarios sur la structure concurrentielle des marchés concernés avec ceux résultant de l'opération.
209. Pour cette analyse, l'Autorité s'est fondée sur les offres de reprise déposées dans le contexte de la procédure de cession encadrée par le tribunal de commerce de Paris en 2023, ainsi que sur les résultats de la consultation du marché menée au cours de l'instruction.
210. Il en ressort que, pour l'ensemble des zones problématiques identifiées, à l'exception de la zone de « Rodez », un concurrent des parties a manifesté un intérêt à la reprise des actifs cibles présents dans ces zones. Une reprise par cet opérateur des magasins concernés conduirait à une situation plus favorable sur le plan concurrentiel que celle résultant de l'opération notifiée dans les zones problématiques identifiées.
211. Ainsi, en cas de non-réalisation de l'opération notifiée, un scénario contrefactuel crédible porte sur la reprise des magasins cibles dans les zones problématiques, par un concurrent, et ce scénario a un meilleur impact sur la structure du marché dans les zones concernées que

⁶⁵ Les offres portaient sur moins de 50 % du périmètre cible.

l'opération notifiée. Ce scénario concerne les zones de « Aubenas », « Corse Nord », « Corse Sud », « La Réunion » et « Saint-Gaudens ».

212. En revanche, concernant la zone de « Rodez », aucun repreneur n'a manifesté d'intérêt à la reprise de l'actif cible présent dans cette zone⁶⁶.
213. Il résulte de ce qui précède que l'exception de l'entreprise défaillante ne peut pas être appliquée à la présente opération, les conditions cumulatives n'étant pas remplies sauf pour la zone de « Rodez » dans laquelle les risques d'atteinte à la concurrence identifiés sont préférables à l'absence de reprise du point de vente de la cible par l'acquéreur. Dans cette zone, la disparition du magasin La Grande Récré d'Onet-le-Château aurait pour effet une réduction de l'offre, ainsi qu'une augmentation du temps de parcours pour les consommateurs. Étant donné l'absence de repreneurs intéressés, il apparaît peu probable que les effets négatifs liés à la diminution de l'offre puissent être rapidement compensés.

V. Les engagements

214. Afin d'écartier tout risque d'atteinte significative à la concurrence, résultant de la présente opération, sur les marchés locaux des zones « d'Aubenas », de la « Corse Nord » et « Corse Sud », de « Saint-Gaudens » et de « La Réunion », la partie notifiante a déposé le 22 mai 2024 une proposition d'engagements. Le 11 juin 2024, la partie notifiante a proposé une deuxième version de ces engagements, amendés le 17 juin 2024 (ci-après, « les engagements finaux »). Le texte de ces engagements, joint en annexe, fait partie intégrante de la présente décision.

A. LES ENGAGEMENTS PROPOSES

215. Les engagements finaux proposés portent sur 6 points de vente dans 5 zones de chalandise. Ils contiennent deux volets répondant chacun à une problématique liée au réseau de distribution de la nouvelle entité :
216. La première série d'engagements consiste en la cession des magasins La Grande Récré d'Aubenas et de Saint-Gaudens.
217. La deuxième série d'engagements porte sur les magasins La Grande Récré en Corse Nord et Corse Sud ainsi que, s'agissant de La Réunion, sur les magasins actuellement sous enseigne Starjouet situés à Saint-Leu et Saint-Pierre. Ils ont pour objectif la cession des fonds de commerce des magasins précités ou la conclusion d'un nouveau contrat de franchise, de concession ou assimilé au profit d'une enseigne concurrente à la nouvelle entité.
218. La partie notifiante dispose d'un délai de [confidentiel] mois à compter de la présente décision afin de se conformer aux engagements proposés.

⁶⁶ L'Autorité précise que l'analyse de l'entreprise défaillante suppose de prendre comme scénario contrefactuel la disparition de l'entreprise cible en l'absence de l'opération notifiée. Dans ce contexte, la question de la cession d'un des magasins de l'acquéreur dans cette zone ne se pose pas.

219. Afin d'assurer l'efficacité de ces engagements, la partie notifiante s'engage à ne pas acquérir à nouveau les magasins cédés, ni acquérir sur ceux-ci une influence directe ou indirecte, pour une durée de 10 ans.
220. Ces engagements s'accompagnent de la désignation d'un mandataire en charge du contrôle des engagements. À l'issue d'une première période de cession expirant [confidentiel] mois après la date de la décision, si les points de vente n'ont pas été cédés par la partie notifiante ou, pour les zones concernées, que les exploitants de magasin n'ont pas pu signer de nouveaux contrats, un mandataire en charge de la réalisation de ces engagements sera désigné, afin qu'il procède lui-même respectivement à la cession des magasins ainsi qu'à la conclusion des éventuels contrats de franchise visés par les engagements.

B. APPRECIATION DES ENGAGEMENTS PROPOSES

1. SUR L'OBJECTIF DES ENGAGEMENTS

221. S'agissant d'une concentration horizontale, l'Autorité de la concurrence recherche en priorité des mesures correctives 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 concurrents. Les engagements proposés par la partie notifiante ont pour effet, en l'espèce, de régler les risques concurrentiels identifiés.
222. En outre, l'efficacité des remèdes dépend du transfert des actifs concernés à un ou plusieurs acquéreurs appropriés. Pour rétablir des conditions de concurrence suffisantes, le ou les repreneurs devront être capables de concurrencer la nouvelle entité de manière effective sur les marchés concernés. Ceci suppose que les repreneurs présentent toutes les garanties de viabilité et d'indépendance, tant juridique que commerciale, vis-à-vis de la partie notifiante.
223. Les repreneurs potentiels devront donc être actifs dans le secteur de la distribution au détail de jouets, à la fois indépendants de la nouvelle entité, sur toute la chaîne de valeur, de l'approvisionnement à la vente au détail, et capables d'assurer l'exploitation pérenne des actifs cédés.
224. Enfin, l'acquisition du point de vente 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'ADEQUATION DES MESURES PROPOSEES

225. Les engagements proposés par la partie notifiante consistent soit en la cession au profit d'un tiers actif dans le secteur de la distribution au détail de jouets de fonds de commerce présents dans les zones des chalandises dans lesquelles l'opération risque de porter atteinte à la concurrence soit en la signature par l'exploitant d'un nouveau contrat de franchise, concession, affiliation ou assimilé en remplacement du contrat de concession ou de franchise actuel, avec un tiers actif dans le secteur de la distribution au détail de jouets.
226. La partie notifiante s'engage notamment à rechercher des repreneurs intéressés et à accompagner la société exploitant le magasin concerné dans le cadre des négociations avec ces acteurs.
227. Les points de vente concernés par les engagements sont les suivants :

Zone	Enseigne	Nature de l'engagement	Adresse du point de vente
Aubenas	La Grande Récré	Cession du fonds de commerce	2 Rue des Châtaignes, 07200 Aubenas
Saint-Gaudens	La Grande Récré	Cession du fonds de commerce	Centre commercial Leclerc, avenue du Cagire, 31800 Estancarbon
Corse Nord	La Grande Récré	Signature d'un nouveau contrat de franchise (ou assimilé) ou cession du fonds de commerce par l'exploitant du magasin	CC Santa Devota, 20290 Borgo
Corse Sud	La Grande Récré	Signature d'un nouveau contrat de franchise (ou assimilé) ou cession du fonds de commerce par l'exploitant du magasin	Avenue Georges Pompidou, 20137 Porto-Vecchio
La Réunion	Starjouet	Signature d'un nouveau contrat de franchise (ou assimilé) ou cession du fonds de commerce par l'exploitant du magasin	Centre commercial Casabona, 22 Allée De La Piscine, Saint-Pierre 97410, La Réunion
La Réunion	Starjouet	Signature d'un nouveau contrat de franchise (ou assimilé) ou cession du fonds de commerce par l'exploitant du magasin	ZAC Portail, 23 Rue du Moulin, Saint-Leu 97424, La Réunion

228. Dans leur principe, de tels engagements sont adéquats en ce qu'ils rompent tout lien entre les points de vente concernés et la nouvelle entité en permettant à des enseignes concurrentes

de concurrencer de manière active la nouvelle entité sur le marché de la distribution au détail de jouets.

229. Plus précisément, s'agissant des zones « d'Aubenas », « Saint-Gaudens », « Corse Nord » et « Corse Sud », les engagements concernés auront pour effet de supprimer tout chevauchement d'activité. Dans la zone de « La Réunion », la cession des fonds de commerce ou la signature, par les actuels adhérents de la nouvelle entité, de contrats de franchise ou assimilés avec un autre opérateur actif dans le secteur du commerce de détail des jouets ramènera la part de marché de la nouvelle entité à moins de 50 %, avec la présence d'au moins deux enseignes concurrentes.
230. En outre, la partie notifiante s'engage à ce que les engagements interviennent dans un délai de [confidentiel] mois, ce qui permettra de rétablir suffisamment rapidement une concurrence efficace sur les marchés concernés.
231. Pour ce qui est de la mise en œuvre des engagements, la partie notifiante proposera à l'Autorité de la concurrence la nomination d'un mandataire en charge du contrôle des engagements qui aura pour mission de veiller au respect des obligations résultant de la présente décision. Il devra notamment s'assurer de la préservation de la viabilité économique, de la valeur marchande et de la compétitivité des points de vente faisant l'objet des engagements. Il devra également examiner et évaluer les acquéreurs potentiels ainsi que l'état d'avancement des engagements.
232. Par ailleurs, si la partie notifiante ne trouve pas d'acquéreurs dans les [confidentiel] mois après la date d'effet des engagements, un mandataire en charge de la cession sera missionné pour trouver les acquéreurs et négocier avec eux, pour le compte de la partie notifiante les conditions de la cession, ce qui renforce la crédibilité des engagements souscrits par la partie notifiante.
233. 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 dans les zones concernées.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 23-123 est autorisée sous réserve des engagements décrits aux paragraphes 215 à 233 ci-dessus et annexés à la présente décision.

Le président,

Benoît Cœuré

© Autorité de la concurrence

Engagements d'EPSE JouéClub dans le cadre de l'acquisition du contrôle exclusif d'actifs détenus par les sociétés Ludendo Commerce France, Ludendo SAS, Jouetland et La Grande Récré International**(affaire n°23-123)**

Conformément à l'article L. 430-5, II du Code de commerce, EPSE JouéClub (ci-après la « **Partie Notifiante** ») soumet par la présente les engagements suivants (ci-après les « **Engagements** ») en vue de permettre à l'Autorité de la concurrence (ci-après « **l'Autorité** ») d'autoriser l'acquisition par EPSE JouéClub du contrôle exclusif d'actifs détenus par les sociétés Ludendo Commerce France, Ludendo SAS, Jouetland et La Grande Récré International (ci-après ensemble les « **Actifs LGR** ») par une décision fondée sur l'article L. 430-5, III du Code de commerce (ci-après la « **Décision** »).

Les Engagements prendront effet à la date de notification de la Décision.

Ce texte sera interprété à la lumière de la Décision, dans la mesure où les Engagements constituent des conditions et obligations qui y sont attachées, du cadre général du droit français, et en particulier du code de commerce, et en référence aux lignes directrices de l'Autorité relatives au contrôle des concentrations.

I. DÉFINITIONS

1. Dans le cadre de ces Engagements, les termes ci-dessous auront le sens suivant, qu'ils soient utilisés au singulier ou au pluriel :

EPSE JouéClub : la société EPSE JOUECLUB ENTENTE DES PROFESSIONNELS SPECIALISTES DE L'ENFANT, société de droit français, dont le siège social est situé au 26 rue Roger Touton, 33 300 Bordeaux, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Bordeaux sous le numéro 457 207 249, agissant tant en son nom propre qu'au nom et pour le compte de l'ensemble de ses Filiales.

Acquéreur : la ou les entité(s) approuvée(s) par l'Autorité conformément aux critères définis à l'article 2.8 ci-après en tant que repreneur d'un ou plusieurs Actifs Cédés aux termes d'un Contrat.

Actif(s) Cédé(s) : les magasins identifiés en Annexes 1 à 5.

Contrat : contrat par lequel un Actif Cédé est cédé à un Acquéreur, ou contrat de franchise, concession, affiliation (ou assimilé) conclu entre la société exploitant un Actif Cédé et un Acquéreur.

Date d'effet : la date de notification de la Décision.

Exigences requises de l'Acquéreur : critères cumulatifs mentionnés à l'article 2.8.1 des présents Engagements que devra respecter chaque Acquéreur d'un Actif Cédé.

Filiale : entreprise contrôlée par les parties et/ou par les sociétés qui contrôlent les parties, conformément à l'article L. 430-1 du code de commerce et à la lumière des lignes directrices de l'Autorité relatives au contrôle des concentrations.

Mandataire(s) : le Mandataire chargé du contrôle et le Mandataire chargé de la cession.

Mandataire chargé du contrôle : une ou plusieurs personnes(s) morale(s), représentée(s) par une plusieurs personne(s) physique(s), indépendante(s) des parties, approuvé(s) par l'Autorité et désigné(s) par EPSE JouéClub et qui est (sont) chargée(s) de vérifier le respect par cette dernière des conditions et obligations annexées à la décision.

Mandataire chargé de la cession : une ou plusieurs personnes(s) morale(s), représentée(s) par une plusieurs personne(s) physique(s), indépendante(s) des parties, approuvée(s) par l'Autorité et désignée(s) par EPSE JouéClub et qui a (ont) reçu de cette dernière le mandat exclusif de mener à bien la cession des Actifs Cédés, ou leur reprise par un franchiseur (ou assimilé) concurrent.

Période de cession : période de [confidentiel] mois à partir de la Date d'effet.

Phase d'intervention du Mandataire chargé de la cession : période de [confidentiel] mois commençant à la date d'expiration de la Première période de cession.

Première période de cession : période de [confidentiel] mois à partir de la Date d'effet.

Personnel : l'ensemble du personnel actuellement employé pour l'exploitation des Actifs Cédés.

Réalisation de l'opération : le transfert à un Acquéreur du bénéfice de l'exploitation du ou des Actif(s) Cédé(s) ou l'entrée en vigueur du contrat de franchise, concession, affiliation (ou assimilé) conclu entre la société exploitant un Actif Cédé et un Acquéreur.

II. ENGAGEMENTS D'EPSE JOUECLUB

2. Afin de répondre aux préoccupations de concurrence identifiées par l'Autorité dans les zones de Saint-Gaudens, d'Aubenas, de Corse Nord, de Corse Sud et de la Réunion, EPSE JouéClub s'engage à se séparer, dans chaque zone concernée, du ou des magasin(s) identifié(s) en Annexes 1 à 5, selon les modalités prévues aux sections 2.1 à 2.6 des présents Engagements.

2.1. Principe

3. EPSE JouéClub s'engage à conclure ou à faire en sorte que soit conclu, avant la fin de la Période de cession, avec un ou plusieurs Acquéreur(s), un ou plusieurs Contrat(s) portant, pour chaque zone locale concernée, sur le ou les magasin(s) identifié(s) en Annexes 1 à 5 et approuvé(s) par l'Autorité conformément à la procédure décrite à l'article 2.8.2 des présents Engagements.

4. Les Actifs Cédés ne comprennent pas les enseignes et les droits de propriété intellectuelle (y compris les marques) détenus par EPSE JouéClub ou ses Filiales, ni les contrats écrits ou verbaux conclus entre les Actifs Cédés et EPSE JouéClub ou ses Filiales (approvisionnement, informatique, fidélisation, etc., auxquels il sera mis un terme à la date de Réalisation de l'opération).
5. EPSE JouéClub sera réputée avoir respecté les présents Engagements si, (i) dans le cadre de la Période de cession, elle a conclu, ou fait en sorte que soit conclu, un ou plusieurs Contrat(s) portant, pour chaque zone locale concernée, sur le ou les magasin(s) identifié(s) en Annexes 1 à 5, (ii) si l'Autorité approuve le ou les Acquéreur(s) et les termes du (ou des) Contrat(s) et (iii) si, pour ce (ou chacun de ces) Contrat(s), la date de Réalisation de l'opération est intervenue dans un délai de trois (3) mois à compter de l'approbation de l'Acquéreur et des termes du Contrat par l'Autorité.
6. Dans le cas où la Réalisation de l'opération serait soumise à une condition suspensive liée à l'obtention par un (ou plusieurs) Acquéreur(s) d'une autorisation préalable au titre du contrôle des concentrations et que la levée de cette condition interviendrait au-delà de ce délai de trois mois, EPSE JouéClub sera réputée avoir respecté les présents Engagements si la Réalisation de l'opération est intervenue avant le dernier jour du mois suivant la date d'obtention de l'autorisation en question.

2.2. Objet des Engagements dans la zone de Saint-Gaudens

7. Afin de répondre aux préoccupations de concurrence identifiées par l'Autorité dans la zone de Saint-Gaudens, EPSE JouéClub s'engage à conclure un contrat de cession portant sur le fonds de commerce du magasin La Grande Récré d'Estancarbon, tel qu'identifié en Annexe 1.
8. L'Actif Cédé comprendra les éléments suivants :
 - a) toutes les immobilisations corporelles et incorporelles affectées à l'exploitation de l'Actif Cédé, qui contribuent au fonctionnement actuel ou sont nécessaires pour garantir la viabilité et la compétitivité de l'Actif Cédé ;
 - b) tous les licences, permis et autorisations délivrés par les organismes et administrations compétentes au bénéfice de l'Actif Cédé, pour autant qu'ils soient cessibles ;
 - c) le bénéfice et la charge de tous les contrats, baux, engagements et commandes de clients en cours dans le cadre de l'exploitation de l'Actif Cédé, pour autant qu'ils soient cessibles ;
 - d) le bénéfice et la charge de tous les contrats, droits et obligations afférents au Personnel de l'Actif Cédé.

2.3. Objet des Engagements dans la zone d'Aubenas

9. Afin de répondre aux préoccupations de concurrence identifiées par l'Autorité dans la zone d'Aubenas, EPSE JouéClub s'engage à conclure un contrat de cession portant sur le fonds de commerce du magasin La Grande Récré d'Aubenas, tel qu'identifié en Annexe 2.

10. Le paragraphe 8 s'applique *mutatis mutandis*.

2.4. Objet des Engagements dans la zone de Corse Nord

11. Afin de répondre aux préoccupations de concurrence identifiées par l'Autorité dans la zone de Corse Nord, EPSE JouéClub s'engage à se séparer du magasin La Grande Récré de Borgo, tel qu'identifié en Annexe 3.
12. L'engagement consistera, au choix d'EPSE JouéClub, en l'une ou l'autre des opérations suivantes :
- (i) la signature d'un nouveau contrat de franchise, concession, affiliation (ou assimilé) par la société exploitant le magasin La Grande Récré de Borgo, en remplacement de son contrat de concession actuel, lui permettant de poursuivre son activité dans le secteur du commerce de détail de jeux et jouets de manière viable et indépendante d'EPSE JouéClub et de ses Filiales ; OU
 - (ii) la signature d'un contrat de cession, portant sur le fonds de commerce du magasin La Grande Récré de Borgo (ou sur les titres de la société l'exploitant), par la société exploitant le magasin concerné (ou les détenteurs des titres de cette société) avec un opérateur actif dans le secteur du commerce de détail de jeux et jouets.
13. Dans l'hypothèse où EPSE JouéClub choisirait la modalité prévue au paragraphe 12(i) :
- a. EPSE JouéClub s'engage à rechercher, pour la société exploitant le magasin concerné, une solution de remplacement à son contrat de concession actuel lui permettant de poursuivre son activité de distribution au détail de jouets à Borgo en invitant les acteurs potentiellement intéressés par la conclusion d'un contrat de franchise, concession, affiliation (ou assimilé) avec la société concernée à manifester leur intérêt dans un délai de quatre (4) semaines à compter de la sollicitation d'EPSE JouéClub. Ces acteurs potentiellement intéressés doivent être actifs dans le secteur du commerce de détail de jeux et jouets ;
 - b. EPSE JouéClub indiquera aux acteurs intéressés la teneur du présent engagement et les éléments d'information nécessaires sur l'Actif Cédé pour qu'ils se positionnent ;
 - c. les propositions d'entrée en pourparlers, ou le cas échéant les propositions fermes, émanant des acteurs intéressés seront transmises dès réception par EPSE JouéClub à la société exploitant le magasin concerné ;

- d. afin de favoriser le succès de ces pourparlers, EPSE JouéClub s'engage également à :
- accompagner la société exploitant le magasin concerné dans le cadre des négociations avec les acteurs intéressés ;
 - le cas échéant, renoncer aux clauses de non-concurrence et à toutes autres dispositions contractuelles applicables, y compris celle concernant la résiliation, susceptibles de faire obstacle à la conclusion d'un contrat entre la société exploitant le magasin concerné et un acteur intéressé satisfaisant aux conditions des présents Engagements ;
 - informer par écrit la société exploitant le magasin concerné de la possibilité de saisir l'Autorité si elle estime qu'EPSE JouéClub ne respecte pas son engagement d'accompagnement en vue de la conclusion d'un nouveau contrat de franchise, concession, affiliation (ou assimilé) avec l'acteur intéressé choisi.

14. Dans l'hypothèse où EPSE JouéClub choisirait la modalité prévue au paragraphe 12(ii), le paragraphe 8 s'appliquera *mutatis mutandis*. Par ailleurs, [confidentiel].

2.5. Objet des Engagements dans la zone de Corse Sud

15. Afin de répondre aux préoccupations de concurrence identifiées par l'Autorité dans la zone de Corse Sud, EPSE JouéClub s'engage à se séparer du magasin La Grande Récré de Porto-Vecchio, tel qu'identifié en Annexe 4.

16. L'engagement consistera, au choix d'EPSE JouéClub, en l'une ou l'autre des opérations suivantes :

(i) la signature d'un nouveau contrat de franchise, concession, affiliation (ou assimilé) par la société exploitant le magasin La Grande Récré de Porto-Vecchio, en remplacement de son contrat de concession actuel, lui permettant de poursuivre son activité dans le secteur du commerce de détail de jeux et jouets de manière viable et indépendante d'EPSE JouéClub et de ses Filiales ; OU

(ii) la signature d'un contrat de cession, portant sur le fonds de commerce du magasin La Grande Récré de Porto-Vecchio (ou sur les titres de la société l'exploitant), par la société exploitant le magasin concerné (ou les détenteurs des titres de cette société) avec un opérateur actif dans le secteur du commerce de détail de jeux et jouets.

17. Dans l'hypothèse où EPSE JouéClub choisirait la modalité prévue au paragraphe 16(i), le paragraphe 13 s'appliquera *mutatis mutandis*.

18. Dans l'hypothèse où EPSE JouéClub choisirait la modalité prévue au paragraphe 16(ii), les paragraphes 8 et 14 s'appliqueront *mutatis mutandis*.

2.6. Objet des Engagements dans la zone de la Réunion

19. Afin de répondre aux préoccupations de concurrence identifiées par l'Autorité à la Réunion, EPSE JouéClub s'engage à se séparer des deux magasins identifiés en Annexe 5.
20. L'engagement consistera, au choix d'EPSE JouéClub, en l'une ou l'autre des opérations suivantes :
 - (i) la signature d'un nouveau contrat de franchise, concession, affiliation (ou assimilé) par la société exploitant les magasins concernés, en remplacement de son contrat de concession actuel lui permettant de poursuivre son activité dans le secteur du commerce de détail de jeux et jouets de manière viable et indépendante d'EPSE JouéClub et de ses Filiales ; OU
 - (ii) la signature d'un contrat de cession, portant sur le fonds de commerce de chacun des deux magasins identifiés en Annexe 5 (ou sur les titres de la société les exploitant), par la société exploitant les magasins concernés (ou les détenteurs des titres de cette société) avec un opérateur actif dans le secteur du commerce de détail de jeux et jouets.
21. Dans l'hypothèse où EPSE JouéClub choisirait la modalité prévue au paragraphe 20(i), le paragraphe 13 s'appliquera *mutatis mutandis*.
22. Dans l'hypothèse où EPSE JouéClub choisirait la modalité prévue au paragraphe 20(ii), les paragraphes 8 et 14 s'appliqueront *mutatis mutandis*.

2.7. Engagements liés

2.7.1 Préservation de la viabilité, de la valeur marchande et de la compétitivité des Actifs Cédés

23. À partir de la Date d'effet et jusqu'à la Réalisation de l'opération, EPSE JouéClub préservera la viabilité économique, la valeur marchande et la compétitivité des Actifs Cédés, conformément aux bonnes pratiques commerciales et fera ses meilleurs efforts pour éviter tout risque de perte de compétitivité des Actifs Cédés.
24. En particulier, EPSE JouéClub s'engage à :
 - a) ne pas mener d'actions sous sa propre responsabilité qui produiraient un effet négatif significatif sur la valeur, la gestion ou la compétitivité des Actifs Cédés, ou qui pourraient altérer la nature et le périmètre des Actifs Cédés, ou la stratégie commerciale ou industrielle ainsi que la politique d'investissement des Actifs Cédés ;
 - b) mettre à disposition des Actifs Cédés les ressources suffisantes nécessaires à leur exploitation, sur la base et dans la continuité des plans d'entreprise existant ;
 - c) entreprendre toutes les actions nécessaires pour encourager l'ensemble du Personnel essentiel à rester avec les Actifs Cédés.

2.7.2 *Non sollicitation du personnel*

25. EPSE JouéClub s'engage à ne pas solliciter et à s'assurer que ses Filiales ne sollicitent pas le Personnel transféré avec les Actifs Cédés, pendant un délai de vingt-quatre (24) mois après la Réalisation de l'opération.

2.7.3 *Examen préalable (« due diligence »)*

26. Afin de permettre aux acquéreurs potentiels de se livrer à un examen préalable des Actifs Cédés, sous réserve des précautions d'usage en matière de confidentialité et en fonction de l'avancement du processus de mise en œuvre des Engagements, EPSE JouéClub fournira aux acquéreurs potentiels les informations utiles leur permettant de faire une offre sur les Actifs Cédés.
27. EPSE JouéClub informera l'Autorité de la préparation de la documentation pour la salle des données (« *data room* »), ainsi que de l'état d'avancement du processus d'examen préalable (« *due diligence* ») et soumettra une copie des memoranda d'information à l'Autorité avant leur transmission aux acquéreurs potentiels.

2.7.4 *Etablissement de rapports*

28. EPSE JouéClub soumettra à l'Autorité et au Mandataire des rapports écrits en français concernant les acquéreurs potentiels des Actifs Cédés, ainsi que des informations sur l'évolution des négociations avec ces acquéreurs potentiels, au plus tard quinze jours après la fin de chaque mois suivant la Date d'effet (ou, le cas échéant, à la demande de l'Autorité).

2.8. L'Acquéreur

2.8.1 Exigences requises de l'Acquéreur

29. Chaque Acquéreur devra :
- a) ne pas être contrôlé au sens du droit des concentrations par EPSE JouéClub ou ses Filiales ;
 - b) posséder les ressources financières, les compétences adéquates confirmées, la motivation nécessaire pour pouvoir préserver et développer de manière viable la capacité de (ou des) Actif(s) Cédé(s) à concurrencer activement EPSE JouéClub et ses Filiales dans le secteur du commerce de détail de jeux et jouets ;
 - c) ne pas être susceptible, à la lumière des informations à la disposition de l'Autorité, de donner lieu à des problèmes de concurrence, en particulier être raisonnablement susceptible d'obtenir toutes les approbations nécessaires des autorités réglementaires compétentes pour l'acquisition de (ou des) Actif(s) Cédé(s).
30. Les critères mentionnés aux points (a) à (c) ci-dessus concernant l'Acquéreur sont ci-après dénommés « **Exigences requises de l'Acquéreur** ».

2.8.2 Approbation de l'Autorité

31. Lorsqu'EPSE JouéClub (ou le cas échéant la société exploitant un Actif Cédé) est parvenu à un accord avec un acquéreur potentiel, EPSE JouéClub doit soumettre à l'Autorité une proposition motivée et documentée accompagnée d'une copie de la version finale du projet de Contrat correspondant. EPSE JouéClub est tenu de démontrer à l'Autorité que l'acquéreur potentiel satisfait aux Exigences requises de l'Acquéreur et que les termes du contrat projeté pour la reprise de l'Actif Cédé sont conformes aux Engagements. Si EPSE JouéClub soumet à l'approbation de l'Autorité, dans une ou plusieurs zones, la réalisation d'un Engagement consistant en la conclusion par la société exploitant le magasin concerné (ou les détenteurs des titres de cette société) d'un Contrat avec un Acquéreur, et dans la mesure où les informations détenues par cette société et/ou par l'Acquéreur seraient confidentielles vis-à-vis d'EPSE JouéClub et donc inconnues par elle, EPSE JouéClub sera seulement tenue de demander à la société exploitant le magasin concerné d'adresser la copie de la version finale du projet de Contrat correspondant directement à l'Autorité.
32. Aux fins de cette approbation, l'Autorité vérifie que l'Acquéreur proposé remplit les Exigences requises de l'Acquéreur et que la reprise projetée de l'Actif Cédé est conforme aux Engagements. L'Autorité pourra approuver la cession partielle de l'Actif Cédé, c'est-à-dire le transfert d'une partie des actifs ou du personnel, à condition que cela n'affecte pas la viabilité et la compétitivité de l'Actif Cédé après sa cession, en tenant compte de l'Acquéreur proposé.
33. L'approbation d'un Acquéreur par l'Autorité, au sens de la présente section, n'implique pas une éventuelle approbation au titre du contrôle des concentrations. À cet effet, le Contrat pourra être conclu sous la condition suspensive de l'obtention par l'Acquéreur de toute autorisation préalable obligatoire au titre du contrôle des concentrations.

2.9. Garantie de l'efficacité des Engagements

34. Afin de préserver l'effet structurel des engagements, EPSE JouéClub ne pourra, pendant une période de dix (10) ans à compter de la Date d'effet, acquérir une influence directe ou indirecte sur tout ou partie des sociétés exploitant les Actifs Cédés ou leurs actifs, ni conclure de contrat de franchise, concession, affiliation (ou assimilé) avec lesdites sociétés, sauf accord préalable de l'Autorité en application de la section IV des présents Engagements.

III. MANDATAIRE

3.1. Procédure de désignation

35. EPSE JouéClub désignera un Mandataire chargé du contrôle pour accomplir les fonctions précisées dans les Engagements.

36. Si EPSE JouéClub (ou le cas échéant la société exploitant un Actif Cédé) n'a pas conclu de Contrat contraignant concernant tout ou partie des Actifs Cédés dans un délai d'un mois avant le terme de la Première Période de cession ou si l'Autorité a rejeté un Acquéreur proposé par EPSE JouéClub à cette date ou par la suite, EPSE JouéClub désignera un Mandataire chargé de la cession pour accomplir les fonctions précisées dans les Engagements. La désignation du Mandataire chargé de la cession prendra effet au début de la Phase d'intervention du Mandataire chargé de la cession.
37. Le Mandataire chargé du contrôle et, le cas échéant, le Mandataire chargé de la cession devront être indépendants d'EPSE JouéClub, posséder les qualifications requises pour remplir leur mandat (par exemple en tant que banque d'affaires, consultant ou société d'audit) et ne devront pas faire ou devenir l'objet d'un conflit d'intérêts. Chaque Mandataire sera rémunéré par EPSE JouéClub selon des modalités qui ne porteront pas atteinte à l'accomplissement indépendant et effectif de ses missions. En particulier, lorsque la rémunération du Mandataire chargé de la cession inclut une prime de résultat liée à la valeur de vente finale des Actifs Cédés, la prime devra aussi être liée à la réalisation de la (ou des) cession(s) durant la Phase d'intervention du Mandataire chargé de la cession.

3.1.1 Proposition par EPSE JouéClub

38. Au plus tard quatre semaines après la Date d'effet, EPSE JouéClub soumettra à l'Autorité, pour approbation, une liste d'au moins trois personnes ou institutions qu'EPSE JouéClub propose de désigner comme Mandataire chargé du contrôle. Le cas échéant au plus tard un mois avant la fin de la Première Période de cession, EPSE JouéClub soumettra à l'Autorité, pour approbation, une liste d'une ou plusieurs personnes ou institutions qu'EPSE JouéClub propose de désigner comme Mandataire chargé de la cession, étant entendu que le Mandataire chargé du contrôle et le Mandataire chargé de la cession pourront être les mêmes personnes.
39. La proposition devra comprendre les informations suffisantes pour permettre à l'Autorité de vérifier que le Mandataire proposé remplit les conditions détaillées au paragraphe 40 des présents Engagements et devra inclure :
- a) le texte intégral du projet de mandat, comprenant toutes les dispositions nécessaires pour permettre au Mandataire d'accomplir ses fonctions au titre des Engagements ;
 - b) l'ébauche de plan de travail décrivant la façon dont le Mandataire entend mener sa mission ;
 - c) une indication sur le point de savoir si le Mandataire proposé est destiné à agir comme Mandataire chargé du contrôle et comme Mandataire chargé de la cession ou si deux Mandataires distincts sont proposés pour les deux fonctions.

3.1.2 Approbation ou rejet par l'Autorité

40. L'Autorité disposera d'un pouvoir d'appréciation pour l'approbation ou le rejet du Mandataire proposé et pour l'approbation du mandat proposé, sous réserve de toutes modifications qu'elle estime nécessaires pour l'accomplissement de ses obligations. Si un seul nom est approuvé, EPSE JouéClub devra désigner ou faire désigner la personne ou l'institution concernée comme Mandataire, selon les termes du mandat approuvé par l'Autorité. Si plusieurs noms sont approuvés, EPSE JouéClub sera libre de choisir le Mandataire à désigner parmi les noms approuvés. Le Mandataire sera désigné dans un délai d'une semaine suivant l'approbation de l'Autorité selon les termes du mandat approuvé par l'Autorité.

3.1.3 Nouvelle proposition par EPSE JouéClub

41. Si tous les Mandataires proposés sont rejetés, EPSE JouéClub soumettra les noms d'au moins deux autres personnes ou institutions dans un délai d'une semaine à compter de la date à laquelle elle est informée du rejet par l'Autorité, selon les conditions et la procédure décrites en section 3.1.1 des présents Engagements.

3.1.4 Mandataire(s) désignés par l'Autorité

42. Si tous les Mandataires proposés dans cette nouvelle proposition sont rejetés par l'Autorité, cette dernière désignera elle-même un ou plusieurs Mandataire(s) avec lequel EPSE JouéClub conclura un mandat selon les termes approuvés par l'Autorité.

3.1.5 Communication à l'Autorité du contrat de mandat signé

43. Une fois le Mandataire identifié, EPSE JouéClub devra, dans un délai d'une semaine suivant l'approbation de l'Autorité, lui communiquer une version du contrat de mandat signé par EPSE JouéClub et par le Mandataire.
44. Une fois le mandat signé, EPSE JouéClub et le Mandataire ne pourront apporter aucune modification à ce mandat sans l'accord de l'Autorité.

3.2. Missions du Mandataire

45. Le Mandataire assumera ses obligations spécifiques afin d'assurer le respect des Engagements.
46. L'Autorité peut, de sa propre initiative ou à la demande du Mandataire ou de EPSE JouéClub, donner tout ordre ou instruction au Mandataire afin d'assurer le respect des conditions et obligations découlant de la Décision.

3.2.1 Devoirs et obligations du Mandataire chargé du contrôle

47. Le Mandataire chargé du contrôle devra :
- (i) proposer dans son premier rapport à l'Autorité un plan de travail détaillé décrivant comment il prévoit de vérifier le respect des obligations et conditions résultant de la Décision ;

- (ii) s'assurer de la préservation de la viabilité économique, de la valeur marchande et de la compétitivité des Actifs Cédés, et le respect par EPSE JouéClub des autres conditions et obligations définies en section 2.3 ;
- (iii) contrôler la gestion des Actifs Cédés en tant qu'entités distinctes et susceptibles d'être cédées ;
- (iv) proposer à EPSE JouéClub les mesures que le Mandataire chargé du contrôle juge nécessaires afin d'assurer le respect par EPSE JouéClub des conditions et obligations qui résultent des présents Engagements, en particulier le maintien de la viabilité, de la valeur marchande ou de la compétitivité des Actifs Cédés ;
- (v) examiner et évaluer les acquéreurs potentiels ainsi que l'état d'avancement de la mise en œuvre des Engagements et vérifier, en fonction de l'état d'avancement de la mise en œuvre des Engagements, que les acquéreurs potentiels reçoivent des informations suffisantes sur les Actifs Cédés et le Personnel, en particulier en examinant, si ces éléments sont disponibles dans la documentation contenue en salle des données (« *data room* »), les notes d'information et le processus d'examen préalable (« *due diligence* ») ;
- (vi) fournir, dans les deux semaines suivant la fin de chaque mois, un rapport écrit à l'Autorité, en transmettant, parallèlement et dans les mêmes délais, une version non confidentielle de ce rapport à EPSE JouéClub. Ce rapport couvrira l'exploitation et la gestion des Actifs Cédés de telle sorte que l'Autorité pourra examiner si les Actifs Cédés sont gérés conformément aux Engagements, l'état d'avancement de la mise en œuvre des Engagements, ainsi que les principales caractéristiques des acquéreurs potentiels. En plus de ces rapports, le Mandataire chargé du contrôle informera l'Autorité, par écrit et sans délai, en transmettant parallèlement et dans les mêmes délais à EPSE JouéClub une version non confidentielle des documents transmis à l'Autorité, s'il considère, sur la base d'éléments raisonnablement justifiés, qu'EPSE JouéClub manque au respect des Engagements ; et
- (vii) dans le délai d'une semaine à compter de la transmission par EPSE JouéClub au Mandataire chargé du contrôle d'une proposition documentée d'Acquéreur potentiel, remettre à l'Autorité un avis motivé sur le caractère approprié de l'Acquéreur proposé, sur la viabilité des Actifs Cédés après leur transfert et si cette proposition est réalisée de façon conforme aux conditions et obligations des présents Engagements et préciser en particulier, le cas échéant selon l'Acquéreur proposé, si le transfert des Actifs Cédés sans un ou plusieurs éléments d'actifs ou sans une partie du personnel affecte ou non la viabilité des Actifs Cédés après la cession, en prenant en considération l'Acquéreur proposé.

3.2.2 Devoirs et obligations du Mandataire chargé de la cession

48. Pendant la Phase d'intervention du Mandataire chargé de la cession, celui-ci doit conclure ou faire en sorte que soit conclu, sans qu'un prix minimum ne soit fixé, un ou plusieurs Contrat(s) concernant les Actifs Cédés restant à céder, avec un ou plusieurs Acquéreur(s), dès lors que l'Autorité aura approuvé le(s) Acquéreur(s) potentiel(s) et la version finale du ou des projet(s) de Contrat(s) selon la procédure énoncée à l'article 2.8.2. Le Mandataire chargé de la cession inclura ou fera en sorte que soit inclus dans le(s) Contrat(s) toutes les modalités et conditions qu'il estime appropriées afin que, pour chaque Actif Cédé concerné, la Réalisation de l'opération intervienne rapidement pendant la Phase d'intervention du Mandataire chargé de la cession. En particulier, lorsque l'engagement retenu prend la forme d'un contrat de cession, le Mandataire chargé de la cession pourra inclure dans le contrat de cession toutes les déclarations usuelles sur l'état de l'activité, les garanties et les indemnités requises afin d'effectuer la cession. Le Mandataire chargé de la cession protégera les intérêts financiers légitimes d'EPSE JouéClub sous réserve, lorsque l'engagement retenu prend la forme d'un contrat de cession, de l'obligation inconditionnelle d'EPSE JouéClub de procéder à la cession sans qu'un prix minimum ne soit fixé pendant la Phase d'intervention du Mandataire chargé de la cession.
49. Pendant la Phase d'intervention du Mandataire chargé de la cession ou, le cas échéant, à la demande de l'Autorité, le Mandataire chargé de la cession fournira à l'Autorité un rapport mensuel détaillé en français sur l'état d'avancement de la procédure de conclusion du ou des Contrat(s). Ces rapports seront soumis dans les deux semaines suivant la fin de chaque mois, une copie étant transmise parallèlement et dans les mêmes délais au Mandataire chargé du contrôle et une version non confidentielle à EPSE JouéClub.

3.3. Devoirs et obligations d'EPSE JouéClub

50. EPSE JouéClub, directement ou par l'intermédiaire de ses conseils, apportera au Mandataire coopération et assistance et lui fournira toute information raisonnablement requise par le Mandataire pour l'accomplissement de ses tâches. Le Mandataire aura un accès complet à l'ensemble des livres comptables, registres, documents, membres de direction ou du personnel, infrastructures, sites et informations techniques d'EPSE JouéClub ou des Actifs Cédés contrôlés par EPSE JouéClub et qui seraient nécessaires pour l'accomplissement de ses devoirs au titre des Engagements. EPSE JouéClub et les Actifs Cédés contrôlés par EPSE JouéClub fourniront au Mandataire, à sa demande, copie de tout document. EPSE JouéClub et les Actifs Cédés contrôlés par EPSE JouéClub mettront à la disposition du Mandataire un ou plusieurs bureaux au sein de leurs locaux et devront être disponibles pour des réunions afin de fournir au Mandataire les informations nécessaires à l'exécution de sa mission.

51. EPSE JouéClub fournira au Mandataire chargé du contrôle toute assistance administrative et de gestion que ce dernier pourra raisonnablement requérir dans l'exercice de ses missions. EPSE JouéClub fournira et fera fournir par ses conseils au Mandataire chargé du contrôle, à sa demande, les informations remises aux acquéreurs potentiels, en particulier la documentation de la salle des données (« *data room* »), et toute autre information mise à disposition des acquéreurs potentiels dans le cadre du processus d'examen préalable (« *due diligence* »). EPSE JouéClub informera le Mandataire chargé du contrôle sur les acquéreurs potentiels, lui fournira une liste de ces acquéreurs et tiendra le Mandataire chargé du contrôle informé de toute évolution de la procédure de mise en œuvre des Engagements.
52. EPSE JouéClub accordera ou fera accorder par ses Filiales au Mandataire chargé de la cession tous les pouvoirs, dûment authentiques, aux fins de la Réalisation de l'opération pour chaque Actif Cédé et toutes les actions et déclarations que le Mandataire chargé de la cession estime nécessaires ou appropriées aux fins de la Réalisation de l'opération pour chaque Actif Cédé, y compris la nomination de conseils pour l'assister dans le processus de Réalisation de l'opération. Si un engagement retenu prend la forme d'un contrat de cession, à la demande du Mandataire chargé de la cession, EPSE JouéClub prendra toutes les mesures juridiques nécessaires afin que les documents requis pour effectuer les transferts et le closing soient dûment authentifiés.
53. EPSE JouéClub indemnisera les Mandataires ainsi que leurs employés et agents (individuellement une « **Partie indemnisée** ») et garantira chaque Partie indemnisée contre toute responsabilité née de l'exécution des fonctions de Mandataire au titre des Engagements, sauf dans la mesure où cette responsabilité résulterait d'un manquement délibéré, d'une imprudence, d'une faute ou de la mauvaise foi du Mandataire, de ses employés ou de ses conseils et agents.
54. Aux frais d'EPSE JouéClub, le Mandataire pourra désigner des conseils (en particulier pour des avis juridiques ou financiers), sous réserve de l'accord d'EPSE JouéClub (qui ne pourra pas s'y opposer ou retarder son accord sans justification) dès lors qu'il considérera cette désignation comme nécessaire ou appropriée pour l'accomplissement de ses devoirs et obligations en vertu du mandat, et à la condition que les dépenses exposées par le Mandataire à cette occasion soient raisonnables. Si EPSE JouéClub refuse d'approuver les conseils proposés par le Mandataire, l'Autorité pourra, après avoir entendu EPSE JouéClub, approuver à sa place la désignation des conseils. Les dispositions du paragraphe précédent s'appliqueront *mutatis mutandis*. Durant la Phase d'intervention du Mandataire chargé de la cession, celui-ci pourra avoir recours aux mêmes conseils que ceux utilisés par EPSE JouéClub pendant la Première Période de cession s'il considère que c'est dans l'intérêt d'une Réalisation de l'opération rapide.

3.4. Remplacement, décharge et renouvellement de la nomination du Mandataire

55. Si un Mandataire cesse d'accomplir ses fonctions au titre des Engagements ou pour tout autre motif légitime, y compris pour des raisons de conflit d'intérêts du Mandataire :
- a) l'Autorité peut, après avoir entendu le Mandataire, exiger qu'EPSE JouéClub remplace le Mandataire ; ou
 - b) EPSE JouéClub peut, avec l'autorisation préalable de l'Autorité, remplacer le Mandataire en cause.
56. Il peut être exigé du Mandataire révoqué conformément au paragraphe précédent qu'il continue à exercer ses fonctions jusqu'à ce qu'un nouveau Mandataire, à qui le Mandataire révoqué aura transféré l'ensemble des informations et documents pertinents, soit en fonction. Le nouveau Mandataire sera désigné selon la procédure mentionnée en section 3.1.
57. Mis à part le cas de révocation au sens de la présente section, le Mandataire ne pourra cesser d'agir comme Mandataire qu'après que l'Autorité l'aura déchargé de ses fonctions, après la réalisation de tous les Engagements dont le Mandataire en question est chargé. Cependant, l'Autorité pourra à tout moment demander que le Mandataire chargé du contrôle soit à nouveau désigné si elle estime que les Engagements concernés n'ont pas été entièrement ou correctement mis en œuvre.

IV. CLAUSE DE REEXAMEN

58. L'Autorité pourra, le cas échéant et en réponse à une demande écrite d'EPSE JouéClub exposant des motifs légitimes :
- a) accorder une prolongation des délais prévus par les Engagements ; et/ou
 - b) lever, modifier ou remplacer un ou plusieurs Engagements si les circonstances de droit ou de fait prises en compte à l'occasion de l'examen de l'acquisition par EPSE JouéClub du contrôle exclusif des Actifs LGR venaient à être modifiées de manière significative au point de remettre en cause l'analyse concurrentielle sur les marchés concernés et donc la nécessité de tout ou partie des Engagements.
59. Parmi les circonstances nouvelles ou exceptionnelles qui, à la demande d'EPSE JouéClub, pourront être examinées au cas par cas par l'Autorité afin d'apprécier, après avoir entendu EPSE JouéClub, la pertinence d'une éventuelle demande de levée, modification ou remplacement de l'un (ou des) Engagement(s) au vu de l'analyse de la situation concurrentielle dans le marché pertinent menée par l'Autorité, figurent notamment toute évolution de la structure concurrentielle du ou des marchés concernés qui pourrait résulter par exemple de l'ouverture d'un point de vente concurrent.
60. Dans le cas où EPSE JouéClub demande une prolongation de délai, elle doit soumettre une requête dans ce sens à l'Autorité au plus tard un mois avant l'expiration du délai concerné, exposant ses motifs légitimes. EPSE JouéClub pourra demander une prolongation au cours du dernier mois du délai, seulement si des circonstances exceptionnelles le justifient.

Fait à Paris, le 17 juin 2024

Pour EPSE JouéClub

ANNEXE 1 – ACTIF CEDE DANS LA ZONE DE SAINT-GAUDENS

Dans la zone de Saint-Gaudens, l'Actif Cédé correspondra au magasin identifié dans le tableau ci-dessous.

Enseigne	Mode d'exploitation	Adresse
La Grande Récré	Magasin intégré	Centre commercial Leclerc, avenue du Cagire, 31800 Estancarbon

ANNEXE 2 – ACTIF CEDE DANS LA ZONE D'AUBENAS

Dans la zone d'Aubenas, l'Actif Cédé correspondra au magasin identifié dans le tableau ci-dessous.

Enseigne	Mode d'exploitation	Adresse
La Grande Récré	Magasin intégré	2 Rue des Châtaignes, 07200 Aubenas

ANNEXE 3 – ACTIF CEDE DANS LA ZONE DE CORSE NORD

Dans la zone de Corse Nord, l'Actif Cédé correspondra au magasin identifié dans le tableau ci-dessous.

Enseigne	Mode d'exploitation	Adresse
La Grande Récré	Magasin exploité par la société [confidentiel]	CC Santa Devota, 20290 Borgo

ANNEXE 4 – ACTIF CEDE DANS LA ZONE DE CORSE SUD

Dans la zone de Corse Sud, l'Actif Cédé correspondra au magasin identifié dans le tableau ci-dessous.

Enseigne	Mode d'exploitation	Adresse
La Grande Récré	Magasin exploité par la société [confidentiel]	Avenue Georges Pompidou, 20137 Porto-Vecchio

ANNEXE 5 – ACTIFS CEDES A LA REUNION

Dans la zone de la Réunion, les Actifs Cédés correspondront aux deux magasins identifiés dans le tableau ci-dessous.

Enseigne	Mode d'exploitation	Adresse
Starjouet	Magasin exploité par la société [confidentiel]	Centre commercial Casabona, 22 Allée De La Piscine, Saint-Pierre 97410, La Réunion
Starjouet	Magasin exploité par la société [confidentiel]	ZAC Portail, 23 Rue du Moulin, Saint-Leu 97424, La Réunion