

## MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES

[C - 99/11289]

## CONSEIL DE LA CONCURRENCE

Décision n° 99-C/C-05 du 25 juin 1999

Vu la notification du 21 mai 1999;

Vu le rapport du Service de la concurrence transmis le 11 juin 1999 ainsi que le dossier;

Entendu Mes Van Bael, Faes et Levi ainsi que Monsieur Dehaspe, administrateur de la société cible, à l'audience du 22 juin 1999.

Les parties en cause

L'acquéreur est la société anonyme MARTORY, société de droit français filiale à 99,95% de la SA HAVAS, elle-même faisant partie du groupe VIVENDI (anciennement Compagnie Générale des Eaux).

Le vendeur est la société MEDIMEDIA INTERNATIONAL Limited, société de droit de Hong-Kong, société mère de l'entreprise acquise : MMI, société de droit hollandais qui contrôle directement la SA Medical Associates et la SA MediMedia Belgium, filiale active en Belgique.

La société Havas est un des principaux éditeurs de livres (Nathan, Bordas, Larousse, Le Robert, Harraps, etc.) et d'information professionnelle (Le Moniteur, Dalloz, etc.). Elle est aussi active dans le secteur des médias de proximité et sur le marché du multimédia.

La société MMI, contrôlée par Medimedia International, est active, comme les autres sociétés du groupe, dans la publication et la distribution d'index d'information thérapeutique, de revues médicales destinées aux médecins, vétérinaires, pharmaciens (environ 50 revues) et de revues d'information médicale destinées au grand public (environ 25 revues). Medimedia fournit également d'autres services spécifiques aux médecins, comme des carnets de prescription, des fiches signalétiques patients, etc.

L'opération

L'opération a pour objet l'acquisition par Martory de toutes les filiales actives du groupe Medimedia, transférées à la société MMI, vendues unique.

Le marché concerné

Attendu que, dans la notification de l'opération, les parties considèrent que le marché concerné est celui de l'édition médicale en général, en ce compris les livres, index, périodiques, brochures, cédéroms et outils de pratique quotidienne;

Qu'elles admettent que ce marché se divise en deux segments : le segment des livres médicaux et celui de la publicité médicale.

Attendu que le Service estime que le segment de la publicité médicale constitue un marché distinct.

Compte tenu des faits suivants :

- les revenus des entreprises actives dans ce seul secteur proviennent de la publicité insérée par les entreprises pharmaceutiques, les revues étant distribuées gratuitement aux médecins;
- les études de marché (Cam-Multimed) déposées par les parties, en font bien un marché distinct;
- les autres moyens de publicité utilisés par les clients (délégués médicaux, carnets de prescription, mailing) sont complémentaires aux revues et non substituables.

Discussion

Attendu que l'instruction de la cause à l'audience a pu démontrer que quelle que soit la définition de marché retenue, l'opération n'a pas pour effet le renforcement de la position dominante - non contestée - de MMI.

Qu'en effet, il est apparu :

— que les clients, puissantes sociétés pharmaceutiques, ont déclaré qu'il existait des alternatives intéressantes (même si la part de marché actuelle de MMI est très importante) qu'ils pouvaient passer facilement d'un fournisseur à l'autre et qu'ils exerçaient d'ailleurs une pression non négligeable sur les prix.

— que la crainte du Service de devoir constater plus une baisse des prix qu'une hausse, baisse que les concurrents ne pourraient suivre, ne paraît pas devoir être un obstacle suffisant à la concentration car aucun indice ne permet de croire actuellement que la politique de rabais systématiques pourrait être suivie et que si c'était le cas, le Service pourrait d'ailleurs se saisir sur base d'autres dispositions de la loi.

— que le Service craint également que, suite à la concentration, les parties n'offrent des contrats globaux au niveau européen à des clients eux-mêmes présents à ce niveau.

Que non seulement la conclusion de tels contrats n'a en soi rien de contraire aux lois sur la protection de la concurrence, mais encore, force est de constater qu'à l'heure actuelle, leur conclusion est freinée par les différences existant entre les législations nationales en matière de soins de santé (même médicament sous des noms ou des conditionnements différents dans les différents pays d'Europe, différence entre les remboursements des mêmes médicaments, usages et pratiques médicales différentes d'un pays à l'autre) :

- absence de barrières significatives à l'entrée de nouveaux concurrents et possibilité pour de grands groupes européens, actifs dans le secteur de l'édition médicale, soit de créer un nouveau média en Belgique, soit de pénétrer plus facilement le marché par le biais d'achat de titres existants;

- Havas est présent surtout sur le marché de l'édition médicale pure (non publicitaire) alors que MMI n'est active en Belgique que sur le marché de la publicité médicale;

- que les clients n'ont émis aucune critique à l'encontre de l'opération et si certains concurrents ont émis certaines craintes, elles relevaient plutôt d'une projection de ce qui pourrait se passer si les législations européennes s'harmonisaient totalement, ce qui n'est pas envisageable même à moyen terme.

Attendu que pour l'ensemble de ces raisons, le Conseil estime que la concentration n'aura pas pour effet le renforcement d'une position dominante qui entraverait de manière significative une concurrence effective sur les marchés belges concernés ou une partie de ceux-ci.

Par ces motifs,

Le Conseil de la concurrence,

Constate que la concentration ne soulève pas de doutes sérieux quant à son admissibilité et décide de ne pas s'y opposer.

Ainsi décidé le 25 juin 1999 par le Conseil de la concurrence, composé de Madame Marie-Claude Grégoire, Président, et de messieurs Jacques Schaar, Jean-François Cats et Paul Eeckman, membres.