

Décision n°2002-C/C-67 du 11 septembre 2002

Affaire CONC-C/C-02/0041: SA Onveco et SA Ets Fr. Colruyt / SA Diswel, SA Disbo, SA Disroche et SA Boucherie Pasquasy

Vu la notification de concentration déposée le 4 juillet 2002 au secrétariat du Conseil de la concurrence ;

Vu le dossier d'instruction et le rapport motivé du Corps des rapporteurs daté du 14 août 2002 ;

Entendu à l'audience du 11 septembre 2002 :

Monsieur Patrick Marchand, Rapporteur représentant le Corps des rapporteurs, accompagné par M. Géry Marlière et Mme Michèle Makoko du Service de la concurrence.

Maître Lefèbre, représentant commun des parties notifiantes.

1. Les parties en cause

1.1. Les acquéreurs

La S.A. Ets Fr. Colruyt, dont le siège social est établi à 1500 Halle, Edingensesteenweg 196, inscrite au registre de commerce de Bruxelles sous le numéro 12.121, est à la tête du "groupe Colruyt". Cette société de distribution à succursales multiples est active notamment dans le secteur alimentaire.

La S.A. Onveco dont le siège social est établi à 1500 Halle, Edingensesteenweg 196, inscrite au registre de commerce de Bruxelles sous le numéro 419.248 est une filiale du groupe Colruyt et s'occupe de la gestion immobilière du groupe.

1.2. Les vendeurs

Monsieur Guy PASQUASY domicilié à 6920 Wellin, rue Pâchis Lamkin n° 44D ;

Madame Claire WATTE domiciliée à 6920 Wellin, rue Pâchis Lamkin n° 44D ;

Madame Maria PASQUASY domiciliée à 6924 Lomprez, Grand Rue n° 30 ;

Monsieur Marc FORTUNE domicilié à 6920 Wellin, Mauvaise-Presle n° 168 ;

Madame Nicole FORTUNE domicilié à 6924 Lomprez, Grand Rue n° 10A.

1.3. Les sociétés cibles

La S.A. Diswel ayant son siège social situé rue de la Station 52 à 6920 Wellin, inscrite au registre de commerce de Neufchâteau sous le numéro RCN 16.646 et immatriculée à la TVA sous le numéro BE 430.862.122, exploite un magasin d'alimentation à Wellin à l'enseigne "Supermarché Pasquasy" ;

La S.A. Disbo ayant son siège social situé Grand Rue 30 à 6924 Lomprez-Wellin, inscrite au registre de commerce de Neufchâteau sous le numéro RCN 16.653 et immatriculée à la TVA sous le numéro BE 430.863.211, exploite un magasin d'alimentation dans la ville de Bouillon à l'enseigne "Supermarché Pasquasy" ;

La S.A. Disroche ayant son siège social situé rue Pachis Lamkin 44D à 6920 Wellin, inscrite au registre de commerce de Neufchâteau sous le numéro RCN 16.657 et immatriculée à la TVA sous le numéro BE 430.986.638, exploite un magasin d'alimentation à Rochefort à l'enseigne "Supermarché Pasquasy" ;

La S.A. Boucherie Pasquasy ayant son siège social situé rue de la Station 52 à 6920 Wellin, inscrite au registre de commerce de Neufchâteau sous le numéro RCN 21.974 et immatriculée à la TVA sous le numéro BE 459.426.741 exploite le rayon boucherie dans les trois magasins susmentionnés.

2. L'opération notifiée

La notification a pour objet l'acquisition par les sociétés Onveco et Ets Fr. Colruyt de la totalité des actions des quatre sociétés cibles. La S.A. Ets Fr. Colruyt acquiert une action de ces quatre sociétés et la S.A. Onveco acquiert les autres actions. Ces actions sont actuellement détenues par les vendeurs mieux identifiés sous le point 1.2.

Ces 4 sociétés seront intégrées comme telles dans l'organigramme du groupe Colruyt et feront partie plus spécifiquement de Colruyt Distribution.

L'objectif du groupe Colruyt est de renforcer sa présence dans les provinces de Namur et de Luxembourg.

3. Délais

La notification a été effectuée le 4 juillet 2002 mais a, à juste titre, été considérée comme incomplète par le Corps des rapporteurs qui a dès lors invité le représentant des parties notifiantes à la compléter.

La notification n'a ainsi été considérée comme complète qu'après réception des renseignements complémentaires fournis par courrier du 25 juillet 2002, reçu le 26 juillet 2002.

Le délai visé à l'article 33 de la loi du 5 août 1991 sur la protection de la concurrence économique prend par conséquent cours à la date du 29 juillet 2002 conformément à l'art. 21, §§1 et 3 de l'arrêté royal du 15 mars 1993 relatif aux procédures en matière de protection de la concurrence économique modifié par les arrêtés royaux du 22 janvier 1998, 11 mars 1999 et 28 décembre 1999, et la décision du Conseil de la concurrence prise en application de l'article 33, § 2 de cette loi doit dès lors être rendue pour le 13 septembre 2002 au plus tard.

4. Champ d'application

Les sociétés précitées sont des entreprises au sens de l'article 1er de la loi du 5 août 1991 sur la protection de la concurrence économique et l'opération notifiée est une opération de concentration au sens de l'article 9 de cette loi.

Sur la base des indications fournies par les parties dans leur notification, les seuils de chiffres d'affaires visés à l'article 11 de cette loi sont atteints.

5. Marchés en cause

5.1. Secteur économique concerné

Le secteur économique concerné est celui du commerce de détail en magasins non spécialisés à prédominance alimentaire (NACE 52.11).

5.2. Marchés de produits en cause

Dans le secteur de la distribution, deux marchés de produits en cause peuvent être distingués:

le marché de la distribution des biens de consommation courante et le marché de l'approvisionnement. Cette distinction a été reprise par le Conseil de la concurrence dans sa décision 2001-C/C-53 du 1^{er} octobre 2001 (en cause de N.V. Gebroeders DELHAIZE en Cie "De Leeuw / N.V. DELIMMO) et par le Président du Conseil dans sa décision en mesures provisoires n° 2002-V/M-43 du 13 juin 2002 (en cause de INTERDAMO S.A. / ITM Belgium S.A. et Société Centrale d'Approvisionnement en Produits régionaux S.A.).

5.2.1 Le marché de la distribution des biens de consommation courante

Selon les parties notifiantes, le marché de produits en cause en l'espèce est le marché de la vente d'une gamme de produits alimentaires et complémentaires par des supermarchés en commerce de détail.

Il convient de situer ce marché de produits en cause et de distinguer dans le secteur de la vente alimentaire de détail, à l'instar de la Commission européenne (cf. e.a. décision du 25 janvier 2001, Carrefour/Promodès, pt. n°9. décision du 3 février 1999, Rewe/Meinl, pt. n°10), trois marchés distincts :

- le marché de la distribution au détail de produits alimentaires et d'articles ménagers non alimentaires répondant aux besoins récurrents des ménages. Ces points de vente assurent la vente d'un ensemble de biens appartenant au panier des biens de consommation courante. Il s'agit du commerce de détail à prédominance alimentaire (épiceries, supermarchés, hypermarchés, ...);
- le commerce de détail dont la vente de produits alimentaires n'est pas dominante (stations service);
- le commerce de détail de produits alimentaires spécialisés (boucherie, boulangerie, ...).

Au sein du marché de la distribution de biens de consommation courante, il est également possible comme le rappelle la Commission (e.a. dans la décision Carrefour/Promodès, op. cit., pt. n° 10) d'identifier différentes formes de distribution qui se distinguent entre elles selon des critères tels que la surface du point de vente, le degré d'assortiment des produits, le nombre de gammes et de références, le service offert, les articles de marque et les prix. C'est ainsi qu'une distinction peut être réalisée entre les petits commerces de proximité (petits libres services, supérettes) souvent caractérisés par une surface restreinte de vente et un assortiment réduit, les supermarchés et les hypermarchés dans lesquels l'offre de produits est souvent très importante. La séparation entre ces formes de distribution n'est pas étanche. C'est ainsi que certains supermarchés ont tendance à se rapprocher du petit commerce de proximité, tandis que d'autres sont plus proches de l'hypermarché.

Il convient également d'avoir égard aux magasins de type « *maxi discounts* » qui occupent dans la plupart des cas une surface identique à celle d'un supermarché. Par contre, le nombre de produits offerts est beaucoup plus réduit que dans un supermarché. Les services offerts par ce type de magasins sont par ailleurs moins complets que ceux offerts par les supermarchés et les hypermarchés. Les magasins *maxi discounts* pratiquent des « prix bas ». Il y a toutefois lieu de considérer à l'instar de la Commission (cf. Carrefour/Promodès, pt. n° 12 op.cit.) que le rapport de concurrence entre d'une part les supermarchés et les hypermarchés et d'autre part les magasins *maxi discounts*, est limitée. Dans certaines circonstances, il est toutefois possible que des magasins *maxi discounts* soient en concurrence directe avec les hypermarchés.

Le marché de la distribution de biens de consommation courante peut en outre être envisagé de deux façons:

- soit chaque forme de distribution est envisagée comme un marché distinct (absence de substituabilité entre ces différentes formes);
- soit dans sa globalité. Dans cette hypothèse, le marché de la distribution de biens de consommation courante comprend les différentes formes de distribution.

Il n'y a pas lieu pour l'analyse de cette concentration d'opérer une distinction entre ces différentes formes de distribution.

Dans le cadre de l'examen de la présente notification, il convient d'effectuer l'analyse concurrentielle en tenant compte de l'ensemble des concurrents présents dans les différentes zones de chalandise concernées sans faire de distinction entre le petit commerce de proximité, les supermarchés, les hypermarchés et les maxi discounts.

Il y a en outre lieu de considérer que la superficie d'un petit commerce de proximité est inférieure à 400 m², celle d'un supermarché est comprise entre 400 et 2.499 m² et la superficie d'un hypermarché est supérieure à 2.500 m².

5.2.2. le marché de l'approvisionnement

Sur le marché de l'approvisionnement, l'offre émane des producteurs de biens de consommation courante et la demande émane de grossistes, détaillants et autres entreprises (cafés, hôtels et restaurants).

Ni Colruyt, ni le « groupe Pasquasy » ne sont présents sur ce marché en tant que fournisseurs.

Depuis septembre 2000, Colruyt est membre du groupement d'achats Europartners. Tandis que le groupe Pasquasy est membre des centrales d'achats SAMGO et INTERRING.

Il n'y a dès lors pas lieu d'examiner plus avant ce marché.

5.3. Marché géographique de la distribution de biens de consommation courante

Les acquisitions qui seront réalisées par le Groupe Colruyt sont situées dans une zone géographique bien déterminée. Colruyt est présent sur l'ensemble du territoire belge. Les magasins Pasquasy sont situés dans la province de Namur (ville de Rochefort) et dans la province du Luxembourg (villes de Wellin et Bouillon).

La distance entre ces trois magasins est de +/- 30 km et leur zone de chalandise est de +/- 20 km à partir de chaque point de vente.

Le marché de la distribution de biens de consommation courante est dans la plupart des cas, un marché local délimité par les zones de chalandise. La zone de chalandise correspond à un rayon de 10 à 30 minutes de transport, à partir du point de vente donné. Les critères qui permettent de déterminer les zones de chalandise sont: la taille du point de vente, les infrastructures commerciales associées à ce point de vente, les voies de communication et la qualité de leur desserte, la taille des ménages, le temps disponible des ménages et la capacité de déplacement.

Le marché géographique peut néanmoins, dans certains cas, être plus large que le marché local et s'étendre à une région voire même au territoire national (cf. e.a. décision du président du Conseil de la concurrence n° 2002-V/M-43 du 13 juin 2002 INTERDAMO S.A. / ITM Belgium S.A. et Société Centrale d'Approvisionnement en Produits régionaux S.A et la décision de la Commission du 20 novembre 1996, IV/M. 784 - Kesko/Tuko, pt. n° 21, J.O. 26.04.97, N° L 110/53. Rewe).

En effet, dans les grandes chaînes de supermarchés et d'hypermarchés:

- la structure de l'assortiment, du moins de base, peut faire l'objet d'une décision centrale;
- les campagnes publicitaires sont souvent menées à l'échelle nationale;
- la collaboration avec les fournisseurs s'élaborent plutôt au niveau national;
- les actions de promotions, le lancement d'un nouveau produit ainsi que la politique de fidélisation sont menés au niveau national.

6. Analyse concurrentielle

6. 1. Le marché de la distribution de biens de consommation courante

6.1.1. Chiffre d'affaires du secteur concerné et parts de marché des parties

Le chiffre d'affaires total réalisé en 2000 dans le secteur de la distribution en Belgique s'élevait à 644 milliards de BEF.

Les parts de marché du groupe Colruyt au niveau national s'élevaient en 2000 à *{... entre 10 et 20 % : Secrets d'affaires}* et au niveau régional, dans la zone 5 concernée par la présente concentration, à *{... entre 5 et 15 % : Secrets d'affaires}*.

Le groupe Pasquasy a réalisé en 2000 un chiffre d'affaires de 710.744.928 BEF.

Les parts de marché du groupe Pasquasy s'élèvent à *{... entre 0 et 3 % : Secrets d'affaires}*

Il n'y a dès lors pas de marché concerné au sens de la loi du 5 août 1991 sur la protection de la concurrence économique puisque les parts de marché cumulées des parties sont inférieures à 25%.

Les parts de marchés au niveau national des 10 chaînes les plus importantes

Les parts de marché au niveau national des dix chaînes les plus importantes s'établissent comme suit :

	2000	Evolution par rapport à 1999
Carrefour F1	Entre 10 et 20% Secrets d'affaires	Secrets d'affaires
Delhaize superm.	Entre 10 et 20% Secrets d'affaires	Secrets d'affaires
Colruyt	Entre 10 et 20% Secrets d'affaires	Secrets d'affaires
Aldi	Entre 5 et 15% Secrets d'affaires	Secrets d'affaires
Aff. Delhaize	Entre 5 et 15% Secrets d'affaires	Secrets d'affaires
GB Partner +Contact	Entre 5 et 15% Secrets d'affaires	Secrets d'affaires
Cora	Entre 0 et 10% Secrets d'affaires	Secrets d'affaires
Alvo	Entre 0 et 10% Secrets d'affaires	Secrets d'affaires
GR. Mestdagh	Entre 0 et 10% Secrets d'affaires	Secrets d'affaires
Match	Entre 0 et 10% Secrets d'affaires	Secrets d'affaires
TOTAL		Secrets d'affaires

6.1.3. Les parts de marché au niveau régional:

{... Secrets d'affaires} la Belgique peut être divisée en 5 zones et la zone 5 comprend les provinces de Liège, Luxembourg et Namur. Les acquisitions du groupe Colruyt sont situées dans les provinces de Namur et du Luxembourg.

En 2000, une quotité de *{... entre 15 et 25 % : Secrets d'affaires}* du chiffre d'affaires réalisé dans le secteur du commerce de détail, a été réalisée dans cette région.

Le chiffre d'affaires total réalisé dans la région est de {... entre 115 et 120: Secrets d'affaires} milliards de BEF. Le groupe Pasquasy a réalisé un chiffre d'affaires de 710.744.928 BEF. Ce qui fait une part de marché de {... entre 0 et 3 % : Secrets d'affaires}%.

Les parts de marchés des 10 chaînes les plus importantes dans la zone 5 s'établissent comme suit :

Carrefour F1	{... entre 15 et 20 % : Secrets d'affaires}
Delhaize	{... entre 10 et 20 % : Secrets d'affaires}
Aff. Delhaize	{... entre 10 et 20 % : Secrets d'affaires}
GB Partner+Contact	{... entre 5 et 15 % : Secrets d'affaires}
Colruyt	{... entre 5 et 15 % : Secrets d'affaires}
Aldi	{... entre 5 et 15 % : Secrets d'affaires}
Cora	{... entre 5 et 15 % : Secrets d'affaires}
ITM	{... entre 0 et 10 % : Secrets d'affaires}
Match	{... entre 0 et 10 % : Secrets d'affaires}
Laurus. Spar (F2+F3)	{... entre 0 et 10 % : Secrets d'affaires}
TOTAL	{... entre 80 et 100 % : Secrets d'affaires}

Ces 10 chaînes se partagent {... entre 80 et 100 % : Secrets d'affaires} du marché.

L'évolution des parts de marchés des 10 chaînes les plus importantes dans la zone 5 peut être schématisé comme suit :

	1998		1999		2000
Carrefour F1	Secrets d'affaires	Carrefour F1	Secrets d'affaires	Carrefour F1	Secrets d'affaires
Delhaize	Secrets d'affaires	Delhaize	Secrets d'affaires	Delhaize	Secrets d'affaires
Aff. Delhaize	Secrets d'affaires	Aff. Delhaize	Secrets d'affaires	Aff. Delhaize	Secrets d'affaires
Colruyt	Secrets d'affaires	Colruyt	Secrets d'affaires	GB Part+Cont	Secrets d'affaires
Aldi	Secrets d'affaires	GB Part+Cont	Secrets d'affaires	Colruyt	Secrets d'affaires
Unic+Nopri	Secrets d'affaires	Aldi	Secrets d'affaires	Aldi	Secrets d'affaires
GB Part+Cont	Secrets d'affaires	Cora	Secrets d'affaires	Cora	Secrets d'affaires
Cora	Secrets d'affaires	ITM	Secrets d'affaires	ITM	Secrets d'affaires
ITM	Secrets d'affaires	Match	Secrets d'affaires	Match	Secrets d'affaires
Match	Secrets d'affaires	Echo	Secrets d'affaires	Laur. Spar(F2+F3)	Secrets d'affaires

L'évolution du nombre de magasins peut être schématisée sous forme du tableau suivant :

	Nombre de magasins 1999	Nombre de magasins 2000
Carrefour F1	- 1	- 1
Delhaize	+ 1	
Aff. Delhaize	+ 1	+ 5
GB Partn+Cont	+ 21	+ 7
Aldi	+2	
ITM	+ 1	+ 1
Laurus. Spar		+ 9
Echo	+3	
Total	+ 28	+ 29

6.1.4. Les parts de marché par catégories au niveau national

{ ...Secrets d'affaires : On } distingue 4 catégories de magasins:

- F1 : la grande distribution qui comprend le groupe Colruyt, Delhaize (supermarchés), le groupe Carrefour Belgium (super GB, Carrefour hypermarchés), le groupe Louis Delhaize (Cora et Match) et le groupe Mestdagh (super M et Champion);
- F2 I: la distribution intégrée en surface moyenne il s'agit des entreprises à succursales multiples, qui comprend Aldi, Delhaize (Delhaize 2 et Delhaize City), Lidl, le groupe Louis Delhaize (Profi et Smatch) et Laurus (Battard, Central Cash).

- F2 NI : la distribution non intégrée en surface moyenne (supermarchés indépendants, les franchisés et les affiliés) qui comprend notamment les supermarchés indépendants dont la superficie est supérieure à 400 m².
- F3 : les magasins libre-service et traditionnel d'une surface inférieure à 400 m².

L'évolution des parts de marché par catégorie s'établit comme suit :

Catégories	1998	1999	2000
F1	{... entre 50 et 60 % : Secrets d'affaires}	{... entre 50 et 60 % : Secrets d'affaires}	{... entre 50 et 60 % : Secrets d'affaires}
F2 I	{... entre 10 et 20 % : Secrets d'affaires}	{... entre 10 et 20 % : Secrets d'affaires}	{... entre 10 et 20 % : Secrets d'affaires}
F2 N.I.	{... entre 20 et 30 % : Secrets d'affaires}	{... entre 20 et 30 % : Secrets d'affaires}	{... entre 20 et 30 % : Secrets d'affaires}
F3	{... entre 5 et 15 % : Secrets d'affaires}	{... entre 5 et 15 % : Secrets d'affaires}	{... entre 5 et 15 % : Secrets d'affaires}

Colruyt est un « *discounter* » et appartient à la catégorie F1. Les supermarchés Pasquasy appartiennent à la catégorie F2 N.I.

Par « *discounter* », il faut entendre une entreprise qui pratique une méthode de vente au détail fondée sur la pratique permanente et généralisée de prix et de marges systématiquement bas, inférieurs à ceux de la concurrence; elle est rendue possible grâce à l'augmentation du volume de vente et la réduction des charges (par un équipement simplifié du magasin, un assortiment limité, une rotation rapide des stocks et un service réduit offert au client);

Le nombre de magasins (classifiés par catégories) dans la zone 5 a connu une évolution qui peut se résumer comme suit :

En 2000, il y avait {... Secrets d'affaires}magasins dont {... Secrets d'affaires} de la catégorie F1, {... Secrets d'affaires} de la catégorie F2 I, {... Secrets d'affaires} de la catégorie F2 NI et {... Secrets d'affaires} de la catégorie F3.

Entre 1999 et 2000, il y a un magasin de type F1 de plus, 2 magasins de type F2 I en moins, 6 magasins de type F2 NI de plus et 126 magasins de type F3 en moins.

6.1.5. Evolution du marché de la distribution

Selon les parties notifiantes, le marché de la distribution en Belgique a évolué de la façon suivante:

- il a connu l'entrée de chaînes étrangères (Aldi et Lidl: chaînes allemandes et Intermarché: chaîne française);
- il a connu la reprise de grands groupes (la reprise de GB par Carrefour);
- enfin, il a connu des changements d'enseignes (des magasins Nopri et Unic sont devenus des affiliés de GB Partner et AD Delhaize).

Les parties notifiantes estiment par ailleurs que l'entrée d'une nouvelle chaîne de distribution est difficile car le marché est saturé.

6.1.6. Réactions des marchés en cause

Les opérateurs présents sur les différents marchés de produits en cause qui ont répondu à la demande du Service, ont formulé diverses observations à l'égard de la présente concentration

Le point de vente AD Delhaize à Beauraing (à +/- 2km de Wellin) soutient que la venue de Colruyt va rendre la concurrence encore plus rude et est dès lors néfaste pour la santé commerciale et sociale de la région.

Le Proxy Delhaize à Corbion (+/- 5km de Bouillon) affirme que la venue de Colruyt aura certaines répercussions comme ce fut le cas lorsque Aldi est venu s'implanter dans la région. Mais ces répercussions doivent être relativisées dans la mesure où il n'y a pas de nouvelle implantation mais un changement d'enseigne.

Aldi estime que l'arrivée de Colruyt va provoquer un déséquilibre dans la région entre les distributeurs discounts et les distributeurs généralistes. Aldi et Lidl sont en effet déjà présents dans la région.

Laurus a répondu pour le supermarché Central Cash situé à Wellin et pour le supermarché Spar situé à Rochefort. Selon lui, l'arrivée de Colruyt aura des conséquences néfastes pour ces supermarchés ainsi que pour le commerce local (boucherie, boulangerie et petits magasins de quartier), notamment en raison de la politique de prix très agressive menée par Colruyt. Il confirme, sur base de l'étude Nielsen, que les parts de marché de Colruyt tant au niveau national que régional sont inférieures à 25%

Le super GB Partner situé à Bertrix n'a pas répondu à la demande de renseignements.

Les concurrents interrogés ont surtout insisté sur le renforcement de la concurrence dans la région que va provoquer la venue de Colruyt et les conséquences économiques et sociales qui s'ensuivront.

L'objectif de Colruyt est d'améliorer sa présence dans une région où il n'est que peu représenté. Sur 160 magasins en Belgique (156 Colruyt et 4 Okay), 5 à 6 sont situés dans la province de Namur et il en va de même pour la province du Luxembourg, alors que plus de 15 magasins Colruyt sont recensés dans la province du Hainaut.

6. 2. Le marché de l'approvisionnement

Etant donné (comme déjà signalé supra) que ni Colruyt, ni le groupe Pasquasy ne sont actifs sur ce marché, il n'y a pas lieu d'examiner ce marché.

7. Conclusion

L'analyse des informations disponibles montre que la part de marché cumulée des parties sur les différents marchés en cause n'atteint pas 25%. Il n'y a dès lors pas de marché concerné au sens de la loi.

La concentration en cause tombe dans le champ d'application de la loi et doit être déclarée admissible, conformément aux articles 33 § 1^{er} et 33, §2, 1.a de la loi du 5 août 1991 sur la protection de la concurrence économique .

La concentration notifiée n'aura pas pour effet l'acquisition ou le renforcement d'une position dominante qui entrave de manière significative une concurrence effective sur les marchés belges en cause ou sur une partie substantielle de ceux-ci.

PAR CES MOTIFS,

Le Conseil de la concurrence

- Constate que la concentration en cause tombe dans le champ d'application de la loi;
- Constate qu'elle n'aura pas pour effet l'acquisition ou le renforcement d'une position dominante qui entrave de manière significative une concurrence effective sur les marchés belges en cause ou sur une partie substantielle de ceux-ci ;
- La déclare admissible conformément aux articles 33 § 1^{er} et 33, §2, 1.a de la loi.

Ainsi décidé le 11 septembre 2002 par la chambre du Conseil de la concurrence composée de Monsieur Patrick De Wolf, Président de Chambre, de Madame Dominique Smeets et de Messieurs David Szafran et Roger Ramaekers, Membres.