

**Décision n° 14-DCC-164 du 13 novembre 2014
relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe Carrefour d'un
portefeuille de six galeries commerciales auprès la société Unibail-
Rodamco**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 8 octobre 2014, relatif à la prise de contrôle exclusif par le groupe Carrefour d'un portefeuille de six galeries commerciales auprès de la société Unibail-Rodamco, formalisée par une lettre d'offre en date du 30 juillet 2014 et un projet de protocole d'accord en date du 24 septembre 2014 ;

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 éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Carrefour SA est la société holding du groupe Carrefour, actif dans la distribution à dominante alimentaire (ci-après « Carrefour »). En France, le groupe Carrefour exploite des hypermarchés, des supermarchés, et des magasins de proximité sous différentes enseignes. Carrefour est également actif dans la détention et la gestion d'actifs immobiliers pour compte propre. Au 31 décembre 2013, le groupe exploitait ainsi 16,2 millions de mètres carrés dans le monde grâce à ses magasins sous enseignes¹. Carrefour détient la majorité de ses points de vente. Son patrimoine immobilier en France, en Espagne et en Italie est géré par sa filiale Carrefour Property.
2. La cible de l'opération est composée de six galeries commerciales. Parmi celles-ci, les actifs « Bay 1 » et « Bay 2 » situés en Ile-de-France, « Bab 2 » situé à Bayonne et « Labège 2 » situé à Toulouse sont actuellement détenus à 100 % par Unibail-Rodamco (ci-après

¹ Document de Référence, Rapport Financier Annuel du groupe Carrefour, 2012.

« Unibail »), groupe spécialisé dans l'immobilier commercial. L'actif « Cité Europe », situé à Calais, est codétenu par Unibail et la société Imfra Immobilière France, elle-même entièrement détenue par le fonds Adia. Enfin, l'actif « Place d'Arc », situé à Orléans, est codétenu par Unibail et la société Assurbail Patrimoine. Les galeries commerciales cibles sont adossées à des hypermarchés sous enseigne Carrefour détenus par le groupe Carrefour. Ce dernier détient en outre une minorité des surfaces de vente dans ces galeries commerciales².

3. Aux termes de la lettre d'offre du 30 juillet 2014, la société par action simplifiée Carmila (ci-après « Carmila »), acquerra la pleine propriété des actifs cibles. Le capital de Carmila sera indirectement détenu par 8 actionnaires, parmi lesquels Carrefour qui détiendra 42,22 % du capital, les autres actionnaires détenant individuellement moins de [...] % du capital³. En vertu de la composition du conseil d'administration et des règles de prise de décisions qui le gouvernent, prévues par le pacte d'associés de Carmila, Carrefour sera seul en mesure de bloquer l'adoption de décisions stratégiques, incluant la révision, l'actualisation ou le renouvellement du plan d'affaires ainsi que l'approbation du budget annuel de la société.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif par Carrefour des six galeries commerciales cibles, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées ont réalisé ensemble un chiffre d'affaires hors taxes consolidé sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros au cours du dernier exercice clos (Carrefour : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; actifs cibles : [...] d'euros pour le même exercice). Chacune d'entre elles a réalisé en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Carrefour : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2012 ; actifs cibles : [...] d'euros pour le même exercice). 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 mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatives à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

6. L'opération envisagée concerne le secteur de la gestion immobilière pour compte propre de centres commerciaux.

A. DÉLIMITATION DES MARCHÉS DE PRODUITS ET DE SERVICES

7. Les autorités de concurrence nationale et communautaire ont envisagé, tout en laissant la question ouverte, différentes segmentations dans le secteur des services immobiliers⁴ selon (i)

² Une unité commerciale dans le centre commercial Place d'Arc à Orléans, deux unités commerciales dans le centre commercial Labège 2 à Toulouse et quatre unités commerciales dans le centre commercial Bay 2 situé en Ile-de-France.

³ Les sept autres actionnaires dans Carmila sont [confidentiel].

⁴ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-80 du 3 juillet 2013 relative à la prise de contrôle conjoint du pôle de compétences urbaines de Bordeaux par la société Midi Foncière 2 et la Caisse des Dépôts et Consignations ; n° 11-DCC-178 du 13 décembre 2011 relative à la prise de contrôle conjoint par la Caisse des Dépôts et Consignations et CNP Assurances de la société Althazar

les destinataires des services (particuliers ou entreprises), (ii) le mode de fixation des prix (immobilier résidentiel libre et logements sociaux ou intermédiaires aidés⁵), (iii) le type d'activité exercée dans les locaux (bureaux, locaux commerciaux et autres locaux d'activités⁶) et (iv) la nature des services ou biens offerts⁷.

8. Concernant la segmentation selon la nature des services ou des biens offerts, la pratique décisionnelle a envisagé la distinction entre :
 - (i) la promotion immobilière qui comprend les activités de construction et de vente de biens immobiliers ;
 - (ii) la gestion d'actifs immobiliers pour compte propre ;
 - (iii) la gestion d'actifs immobiliers pour compte de tiers ;
 - (iv) l'administration de biens immobiliers qui recouvre les activités de gestion des immeubles pour le compte de propriétaires et qui peut être segmentée entre la gestion locative et la gestion de copropriété ;
 - (v) l'expertise immobilière ;
 - (vi) le conseil immobilier ;
 - (vii) l'intermédiation dans les transactions immobilières, activité au sein de laquelle il peut être distingué entre la vente et la location d'immeubles⁸.
9. En l'espèce, les parties sont simultanément présentes sur le marché de la détention et de la gestion d'actifs immobiliers pour compte propre de locaux commerciaux.
10. La pratique décisionnelle française, tout en laissant la question ouverte, a envisagé une segmentation entre centres commerciaux et locaux commerciaux en pied d'immeuble⁹, ainsi qu'une segmentation des centres commerciaux selon leur taille, à savoir¹⁰ :
 - (i) les petits centres commerciaux (« PCC »), dont la surface commerciale utile est comprise entre 5000 et 20 000 m² et qui contiennent entre 20 et 40 boutiques (magasins et services) ;

SAS ; n° 10-DCC-112 du 17 septembre 2010 relative à la prise de contrôle conjoint par Prédica et Altarea de la société Alta Marigny Carré de Soie ; la décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-13 du 29 janvier 2010 relative à la prise de contrôle exclusif par Icade S.A. de la Compagnie la Lucette S.A ; la lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi C2008-79 du 22 août 2008, aux conseils des sociétés CDC et Eurosic, relative à une concentration dans le secteur de l'immobilier.

⁵ Voir la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2002-112 du 8 novembre 2002 aux conseils de la société Gecina relative à une concentration dans le secteur des actifs immobiliers.

⁶ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-178 du 13 décembre 2011, précitée ; les lettres du ministre de l'économie C 2007-85 du 16 juillet 2007 aux conseils de la société Compagnie Altarea Habitation, relative à une concentration dans le secteur de la promotion immobilière résidentielle et C 2006-151 du 10 janvier 2007 au conseil du groupe Société Nationale Immobilière, relative à une concentration dans le secteur du développement et de la gestion de parc immobilier à vocation essentiellement résidentielle ; la décision de la Commission européenne COMP/M.3370 du 9 mars 2004, BNP Paribas / Ari.

⁷ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-178 du 13 décembre 2011 et n° 10-DCC-112 du 17 septembre 2010, précitées et la lettre du ministre de l'économie C2007-52 du 22 mai 2007 aux conseils de la société Unibail, relative à une concentration dans le secteur des services immobiliers.

⁸ Voir la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2005-126 précitée.

⁹ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-178 du 13 décembre 2011 et la lettre du ministre de l'économie C2007-52 du 22 mai 2007, précitées.

¹⁰ La segmentation des centres commerciaux entre petits, grands et régionaux repose sur un double critère, à savoir : la taille du centre commercial dans son ensemble (intégrant donc la superficie des hypermarchés et de manière plus générale celles des surfaces auto-occupées), et le nombre de boutique. Lorsque l'un des deux critères n'est pas rempli la partie notificante a classé le centre dans la catégorie inférieure (de grand centre il passe ainsi à petit centre par exemple). Ainsi, à Bayonne quatre PCC deviennent des galeries et un CCR devient un GCC. A Calais deux GCC deviennent des PCC. A Orléans, trois PCC deviennent des galeries. A Toulouse, trois PCC deviennent des galeries, deux GCC des PCC et deux CCR des GCC.

- (ii) les grands centres commerciaux (« GCC »), dont la surface commerciale utile est comprise entre 20 000 et 40 000 m² et qui contiennent entre 40 et 80 boutiques ;
 - (iii) les centres commerciaux régionaux (« CCR »), dont la surface commerciale utile est supérieure à 40 000 m² et dont le nombre de boutiques est supérieur à 80 ; et
 - (iv) les centres à thèmes spécialisés (« CCT »), par exemple, dans l'équipement de la maison et les boutiques de fabricant.
11. Les réponses au test de marché confirment très largement cette approche. La partie notifiante considère cependant que ces délimitations peuvent présenter un caractère arbitraire. Elle indique ainsi que certaines petites galeries marchandes attenantes à de grands magasins de distribution, dont la surface commerciale utile et/ou le nombre de boutiques est inférieur aux seuils des PCC, peuvent entrer en concurrence avec les centres commerciaux de dimension supérieure. Elle considère également que des configurations de boutiques de centre ville peuvent être intégrées dans les marchés des centres commerciaux.
 12. En l'espèce, il n'y a pas lieu de trancher définitivement la question de la délimitation exacte des marchés de la gestion pour compte propre de centres commerciaux car l'analyse concurrentielle demeure inchangée quelle que soit la solution retenue.
 13. les actifs repris concernent des surfaces destinées aux boutiques de GCC (Bab 2, Place d'Arc), de CCR (Cité Europe, Labège 2, Bay 2) et de centre à thème (Bay 1¹¹).

B. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE DES MARCHÉS

14. La pratique décisionnelle française a considéré que les marchés de la gestion pour compte propre de centres commerciaux pouvaient être de dimension nationale ou infranationale, tout en laissant la question ouverte.
15. Au niveau national, la pratique décisionnelle a déjà relevé qu'une partie de la demande provient de groupes d'envergure nationale suivant une stratégie d'implantation dans des centres commerciaux selon une logique de maillage de l'ensemble du territoire. En outre, elle a considéré, tout en laissant la question ouverte, que le marché des services immobiliers est de dimension nationale lorsque les investissements sont réalisés par d'importants investisseurs professionnels¹².
16. Au niveau infranational, deux niveaux d'analyse ont jusqu'à présent été retenus : la région et l'agglomération, l'analyse étant généralement menée au niveau régional lorsque la taille de l'aire urbaine est trop réduite pour permettre une véritable analyse concurrentielle. Une large majorité des répondants au test de marché ont confirmé la pertinence de cette segmentation.
17. En ce qui concerne spécifiquement l'Ile-de-France, la pratique décisionnelle retient que « *la région parisienne possède des propriétés particulières de continuité des zones urbaines. En effet, il existe une vaste zone très urbanisée et homogène recouvrant la majeure partie de l'Ile-de-France, desservie par un réseau global de transport ; les habitants sont toujours en mesure d'arbitrer entre différentes parties de la région. Cette substituabilité entraîne une*

¹¹ Le centre commercial Bay 1 abrite un grand complexe de cinéma et une majorité de restaurants (16 restaurants sur les 30 points de vente)

¹² Décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-112 du 17 septembre 2010 et les lettres du ministre de l'économie C2007-85 du 16 juillet 2007 et C2007-52 du 22 mai 2007, précitées.

convergence au niveau des prix. Dès lors le niveau régional est le plus approprié pour l'analyse concurrentielle »¹³.

18. Au cas d'espèce, l'analyse sera menée au niveau national, régional et local.

III. Analyse concurrentielle

19. La partie notifiante présente les parts de marché de la nouvelle entité exprimées en surface de vente. La partie notifiante n'ayant pas été en mesure de fournir les parts de marché de la nouvelle entité selon la taille des centres commerciaux au niveau national et régional, cette segmentation sera présentée pour l'analyse au niveau local uniquement.
20. Aux fins de l'estimation des parts de marché de la nouvelle entité au niveau local, la partie notifiante a retiré les surfaces dites « auto-occupées » c'est-à-dire les surfaces commerciales détenues et exploitées par Carrefour et ses concurrents dans le cadre de leurs activités de distribution alimentaires, non susceptibles d'être louées à des tiers et non disponibles sur le marché¹⁴. Aux niveaux national et régional, en l'absence de statistiques permettant de distinguer entre les surfaces commerciales auto-occupées et les surfaces louées à des tiers, Carrefour a considéré que les surfaces des hypermarchés étaient toujours contrôlées et occupées par leur exploitant (sauf exceptions concernant Carrefour ou connues sur la base d'informations publiques).

A. ANALYSE CONCURRENTIELLE AUX NIVEAUX NATIONAL ET RÉGIONAL

21. Au niveau national, la part de marché de la nouvelle entité sur le marché de la gestion pour compte propre des centres commerciaux¹⁵, tous types de centres commerciaux confondus, sera de l'ordre de [10-20] %, avec un incrément limité de [0-5] %.
22. Au niveau régional, la partie notifiante a estimé que les parts de marché¹⁶ étaient les suivantes :

Régions	PDM Carrefour	PDM Actifs cibles	Cumul
Aquitaine	[10-20] %	[0-5] %	[20-30] %
Centre	[10-20] %	[0-5] %	[20-30] %

¹³ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-178 du 13 décembre 2011, précitée.

¹⁴ Voir la décision n°14-DCC-36 du 18 mars 2014 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe Carrefour d'un portefeuille de 57 galeries commerciales auprès de la société Klépierre

¹⁵ Incluant les surfaces « auto-occupées ».

¹⁶ Incluant les surfaces « auto-occupées ».

Ile-de-France	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
Midi-Pyrénées	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
Nord-Pas-de-Calais	[10-20] %	[0-5] %	[20-30] %

23. Il ressort de ce tableau que les parts de marché de la nouvelle entité seront inférieures à 25 % dans les cinq régions concernées par l'opération envisagées, avec des incréments limités compris entre [0-5] % et [0-5] %.
24. Compte tenu de ce qui précède, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés nationaux ou régionaux de la gestion pour compte propre de centres commerciaux.

B. ANALYSE CONCURRENTIELLE AU NIVEAU LOCAL

25. L'opération emporte un chevauchement d'activités dans les agglomérations de Toulouse, Orléans, Bayonne et Calais.

1. L'AGGLOMÉRATION DE TOULOUSE

26. Sur les marchés de la gestion des centres commerciaux pour compte propre, quelle que soit la segmentation envisagée, l'opération conduit à des parts de marché cumulées inférieures à 25 % dans l'agglomération de Toulouse. Dans cette agglomération, l'incrément de parts de marché est en outre d'ampleur limitée, d'environ [5-10] % sur un marché englobant l'ensemble des centres commerciaux et [0-5] % sur un marché comprenant uniquement les CCR.
27. La partie notificante signale que l'agglomération de Toulouse fait l'objet de plusieurs projets d'agrandissement et de création de centres commerciaux. En ce qui la concerne, elle rapporte un projet d'extension de la galerie commerciale de l'actif cible Labège 2 ainsi que la création d'un nouveau PCC dénommé Les Marouines. En ce qui concerne ses concurrents, elle identifie notamment un projet d'extension du GCC Espace Fenouillet qui deviendrait un CCR ainsi que la création de Val Tolosa, un nouveau CCR. En tout état de cause, même en prenant en compte ces projets qui devraient selon la partie notificante voir le jour à l'horizon 2016/2017, la nouvelle entité conserverait, quelle que soit la segmentation envisagée, une part de marché cumulée inférieure à 25 % dans l'agglomération de Toulouse¹⁷.

2. L'AGGLOMÉRATION D'ORLÉANS

28. A Orléans, l'opération consiste dans la prise de contrôle par Carrefour du GCC Place d'Arc qui représente environ [30-40] % des surfaces de galeries disponibles en centres commerciaux. Avant l'opération, Carrefour détient déjà le GCC Saran qui représente environ [10-20] % des surfaces de galeries disponibles en centres commerciaux à Orléans. A l'issue

¹⁷ Cette part de marché demeure inférieure à 25 % même dans l'hypothèse où on ne prend pas en compte le projet de création du CCR Val Tolosa dont le permis de construire fait l'objet d'un appel pendant devant la Cour administrative d'appel de Bordeaux.

de l'opération, la nouvelle entité détiendra donc environ [40-50] % des surfaces de galeries disponibles dans l'agglomération d'Orléans. Sur le segment des GCC, la nouvelle entité détiendra une part de marché d'environ [60-70] % avec un incrément de l'ordre de [20-30] %.

29. La nouvelle entité continuera néanmoins à faire face à la concurrence de trois centres commerciaux : le GCC Val de Loire détenu par Immochan qui représente avec [20-30] % des surfaces de galeries disponibles le deuxième centre commercial le plus important de l'agglomération, derrière le GCC Place d'Arc. Outre ces centres commerciaux, l'agglomération d'Orléans comprend également les PCC Leclerc Checy détenu par Checy Distribution, un adhérent de Leclerc ([10-20] %), et Les Halles Chatelet ([10-20] %).
30. Par ailleurs, l'actif cible est localisé dans le centre ville d'Orléans. Il se situe ainsi dans le prolongement de la rue de la République qui constitue, selon la partie notifiante, la principale rue commerçante d'Orléans et abrite plusieurs enseignes nationales. La partie notifiante compte 666 boutiques en pied d'immeuble dans le centre ville d'Orléans parmi lesquelles 40 % sont occupées par des enseignes nationales, soit 269 boutiques. Elle note qu'en comparaison le centre commercial cible comprend 65 boutiques parmi lesquelles 94 % sont occupés par des enseignes nationales, soit 61 boutiques.
31. Selon la partie notifiante, du point de vue des enseignes de distribution, l'implantation d'un magasin en centre ville d'Orléans n'est pas complémentaire à l'implantation d'un magasin dans un centre commercial mais bien concurrente en raison de sa localisation géographique. Elle rapporte ainsi que seulement 17 boutiques sont présentes à la fois en pied d'immeuble et dans les centres commerciaux situés dans le centre ville d'Orléans (Place d'Arc et Les Halles Châtelet), soit seulement 2,5 % du total des boutiques. La grande majorité des répondants au test de marché estiment ainsi que les boutiques situées en pied d'immeuble dans le centre-ville d'Orléans exercent une pression concurrentielle sur le centre commercial Place d'Arc. La proximité d'un centre ville qui comporte une offre importante d'enseignes nationales exerce donc une pression concurrentielle significative sur le centre commercial cible Place d'Arc.
32. De plus, dans sa réponse au test de marché, la société Checy Distribution qui gère pour le compte du groupe Leclerc le PCC Leclerc Checy indique qu'elle a pour projet de créer 20 boutiques supplémentaires et d'agrandir la surface de vente de l'hypermarché qu'elle accueille de 1 500m². Selon ses termes, le centre commercial PCC Leclerc Checy sera ainsi « *en concurrence avec les centres commerciaux Carrefour* ».
33. Enfin, la totalité des concurrents et une majorité de locataires ayant répondu au test de marché estiment que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence dans l'agglomération d'Orléans.

3. L'AGGLOMÉRATION DE BAYONNE

34. A Bayonne, l'opération consiste dans la prise de contrôle par Carrefour de l'actif Bab 2, l'unique GCC de l'agglomération, qui y représente environ [70-80] % des surfaces de galeries disponibles en centres commerciaux. Avant l'opération, Carrefour détient le PCC Tarnos-Océan qui représente environ [10-20] % de ces surfaces. A l'issue de l'opération, la nouvelle entité détiendra donc environ [80-90] % des surfaces de galeries disponibles dans l'agglomération de Bayonne.
35. Cette part de marché doit toutefois être nuancée. Premièrement, Bab 2 est le seul GCC de Bayonne, ce qui signifie que l'opération ne donne lieu à aucun chevauchement si l'on considère une segmentation du marché par type de centre commercial.

36. Deuxièmement, la partie notifiante fait valoir que deux nouveaux centres commerciaux, en cours de construction ou existant au stade de projet, devraient exercer, dans un avenir proche, une pression concurrentielle significative sur Carrefour :
- le CCR Zone d'Ametzondo développé par Inter Ikea Centre Group France (ci après « Inter Ikea ») qui comportera un magasin Ikea, un supermarché Carrefour, ainsi qu'une zone commerciale de plus de 80 boutiques et une dizaine de restaurant ;
 - le CCR Les Allées Shopping développé par le groupe Sodec qui concerne un centre commercial d'une superficie de 70 000 m² GLA comprenant un hypermarché Auchan ainsi qu'une offre de 150 à 200 points de vente.
37. La partie notifiante rapporte également que l'actif cible Bab 2 devrait être transformé en CCR avec la création prochaine de 36 unités supplémentaires correspondant à une surface GLA additionnelle de 10 684 m². Il ressort toutefois de l'instruction que la décision d'autorisation de la Commission Nationale d'Aménagement Commercial (« CNAC ») relative à ce projet fait l'objet d'un recours en annulation devant la cour administrative d'appel de Bordeaux et que le permis de construire fait également l'objet d'un recours pendant devant le tribunal administratif de Pau. Eu égard à l'incertitude de sa réalisation, ce projet ne peut donc pas être pris en compte dans l'analyse concurrentielle.
38. S'agissant du CCR Zone d'Ametzondo, la partie notifiante rapporte qu'Inter Ikea a déposé une demande d'autorisation auprès de la Commission Département d'Aménagement Commercial (« CDAC ») pour modifier la répartition intérieure des surfaces de vente dans son futur centre commercial. Cette autorisation modificative lui a été accordée par une décision qui a ensuite été annulée par la CNAC. La partie notifiante estime toutefois que quelque soit l'issue du recours qui pourrait être engagé contre cette décision devant le Conseil d'Etat, la réalisation du projet ne sera pas remise en cause. Selon la partie notifiante, soit la modification sera finalement acceptée et le projet, dont la surface totale restera inchangée, comportera la nouvelle répartition interne, soit elle sera finalement refusée et c'est le projet initialement prévu et pour lequel Inter Ikea a obtenu les autorisations (sans recours possible) qui sera réalisé.
39. Inter Ikea a confirmé dans le cadre de l'instruction que la décision d'annulation de la CNAC n'entraîne pas de retard sur le calendrier d'origine qui prévoit l'ouverture au public du centre commercial [confidentiel]. Le projet de GCR zone d'Ametzondo est donc certain et son ouverture au public est suffisamment rapprochée dans le temps pour être pris en compte dans l'analyse concurrentielle de l'opération présente.
40. S'agissant du CCR Les Allées Shopping, l'ensemble des autorisations administratives ont été obtenues et les délais de recours sont écoulés. Cependant, malgré l'obtention définitive de ces autorisations, il demeure une certaine incertitude quant à la date d'ouverture qui pourrait ne pas intervenir dans un délai suffisamment rapide pour constituer une source de pression concurrentielle effective sur le nouvel ensemble¹⁸. Néanmoins, il n'y a pas lieu de se prononcer de manière ferme sur ce projet dans la mesure où sa prise en compte n'est pas de nature à modifier l'analyse concurrentielle.
41. En effet, dans une approche conservatrice prenant uniquement en compte le projet dont la réalisation est certaine (le CCR Zone Ametzondo), la part de marché de la nouvelle entité dans l'agglomération de Bayonne sera d'environ [30-40] % à un horizon de deux années¹⁹. Le

¹⁸ Paragraphe 443 des lignes directrices de l'autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations.

¹⁹ Si l'on prend en compte en plus du CCR Zone d'Ametzondo, l'extension de l'actif cible qui, sous réserve des recours contre les décisions administratives, doit faire de Bab 2 un CCR, la part de marché de la partie notifiante sera de l'ordre de [40-50] % (environ [40-50] % pour Bab 2 et [5-10] % pour Tarnos Océan), Inter Ikea demeurant le leader du marché avec une part d'environ [50-60] %.

nouveau CCR Zone d'Ametzondo sera le centre commercial le plus important de l'agglomération de Bayonne, avec environ [60-70] % des surfaces de galeries disponibles en centres commerciaux devant l'actif cible (environ [30-40] %), le PCC Tarnos Océan (environ [5-10] %) et le PCC Leclerc Urrugne (environ [5-10] %).

42. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence dans l'agglomération de Bayonne.

4. L'AGGLOMÉRATION DE CALAIS

43. A Calais, l'opération consiste dans la prise de contrôle par Carrefour de l'unique CCR, Cité Europe, qui représente environ [40-50] % des surfaces de galeries disponibles en centres commerciaux. Carrefour détient avant l'opération le PCC Calais Mivoix qui représente environ [0-5] % de ces surfaces. L'opération confèrera donc à la nouvelle entité environ [50-60] % des surfaces de galeries disponibles dans l'agglomération de Calais, en n'entraînant toutefois qu'un incrément de part de marché limité ([0-5] %). En outre, il n'existe aucun autre CCR à Calais, si bien que l'opération ne donne lieu à aucun chevauchement si l'on considère une segmentation du marché par type de centre commercial.
44. En outre, l'opération diminuera le niveau de concentration du marché. Préalablement à l'opération, Unibail détient en effet les deux centres commerciaux les plus importants de l'agglomération (l'actif cible et le centre à thème Channel Outlet Store) alors que Carrefour ne détient qu'un PCC de taille relativement modeste. La part de marché de la nouvelle entité demeurera ainsi à un niveau inférieur à celle d'Unibail avant l'opération et le niveau de concentration sur le marché diminuera du fait de l'opération. L'indice Herfindahl-Hirschmann (IHH) sur le marché de la gestion pour compte propre des centres commerciaux dans l'agglomération de Calais est en effet de [...] avant l'opération, du fait de la forte position d'Unibail. A l'issue de l'opération, l'IHH passera à [...], l'opération entraînant une variation négative de l'indice de [...]. Conformément aux lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, il est par conséquent peu probable que l'opération entraîne un problème horizontal de concurrence dans la mesure où, malgré un niveau d'IHH supérieur à 2 000 après l'opération, le delta est en réalité négatif²⁰ *.
45. De plus, la nouvelle entité continuera à faire face à la concurrence du PCC Les Deux Caps détenu par Immochan ([10-20] % des surfaces) et du PCC Les Quatre Boulevards détenu par la mairie de Calais ([10-20] % des surfaces). Elle sera également en concurrence avec le centre à thème Channel Outlet Store (anciennement L'Usine Cote d'Opale), un centre de magasins d'usine détenu par Unibail, dont 81 % des unités accueillent des enseignes d'équipement de la personne (prêt-à-porter, chaussures, etc.), les unités restantes étant consacrées à l'équipement de la maison (14 %) et à la restauration (4 %). La partie notifiante précise qu'un certain nombre d'enseignes présentes dans le centre Channel Outlet Store sont traditionnellement présentes en centre commercial classique (à titre d'exemple, Leonidas, Little Marcel, Desigual, Le temps des Cerises et Bananamoon). Ce centre à thème représente [20-30] % des surfaces de galeries disponibles en centres commerciaux dans l'agglomération de Calais.

²⁰ L'indice IHH sur le marché de la gestion pour compte propre des centres commerciaux dans l'agglomération de Calais est de [...] avant l'opération et de [...] après l'opération avec un delta négatif de [...]. Aux termes du paragraphe 386 des lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations : « Il est également peu probable que la Commission conclue à l'existence de problèmes de concurrence horizontaux lorsque l'IHH à l'issue de l'opération est compris entre 1 000 et 2 000 et que le delta est inférieur à 250, ou lorsque l'IHH à l'issue de l'opération est supérieur à 2 000 et que le delta est inférieur à 150 ».

* Rectification d'erreur matérielle.

46. Il convient enfin de relever que l'agglomération de Calais se caractérise, tous centres commerciaux confondus, par un taux moyen de vacance anormalement élevé. On constate ainsi aujourd'hui un taux moyen de vacance de 20 % de l'offre totale²¹, bien plus élevé que les taux constatés en moyenne dans des villes de taille comparable. A la fin 2013, un total de 64 emplacements sont ainsi vacants dans les centres commerciaux de l'agglomération de Calais. La partie notifiante estime que cette caractéristique place les preneurs en situation de force dans la négociation vis-à-vis de bailleurs qui cherchent à combler la vacance de leurs centres commerciaux. Cette situation est confirmée par les réponses au test de marché tant des concurrents bailleurs de la nouvelle entité que de ses locataires qui rapportent que les loyers pratiqués dans les centres commerciaux de Calais sont soit stables, soit en régression. Ils anticipent de la même manière une évolution stable ou en régression dans le futur.

IV. Les restrictions accessoires

47. L'article 16.1 du projet de Protocole d'accord prévoit que le cédant s'engage pour son compte et celui de ses affiliés, pendant un délai de [...] ans à compter de la date de transfert des actifs, à demander l'accord exprès de l'acquéreur, avant d'investir directement ou indirectement dans tout ou partie du projet de centre commercial « Les Allées Shopping » dans l'agglomération de Bayonne.
48. La partie notifiante estime que cette disposition constitue une restriction directement liée et nécessaire à la réalisation de la concentration au sens de la communication de la Commission européenne 2005/C 56/03 du 5 mars 2005. Elle précise ainsi que, s'agissant de Bab 2, l'opération concerne, outre la cession de la galerie du centre commercial, la transmission des baux conclus entre Unibail et les enseignes présentes dans Bab 2 ainsi que les autorisations administratives nécessaires au projet d'extension de Bab 2. La partie notifiante souligne la capacité d'Unibail, en raison de l'importance de son portefeuille de grands centres commerciaux en Europe, à convaincre des enseignes présentes dans Bab 2, ou pressenties pour être dans l'extension, de venir dans le projet concurrent « Les Allées Shopping ». Elle estime ainsi qu'en l'absence de clause de non concurrence, la valeur de l'actif Bab 2 pourrait être menacée. Elle souligne enfin que la fixation de la durée de la clause à [...] ans correspond à la date vraisemblable d'ouverture du centre « Les Allées Shopping ».
49. L'Autorité de la concurrence²² considère que si une clause de non concurrence peut apparaître comme étant nécessaire à l'acquéreur pour bénéficier d'une certaine protection contre la concurrence du vendeur, de manière à être notamment en mesure de fidéliser la clientèle, de telles clauses ne sont justifiées par l'objectif légitime de réalisation de la concentration que dans la mesure où leur durée, leur champ d'application territorial et leur portée matérielle et personnelle n'excède pas ce qui est raisonnablement nécessaire à cette fin. Compte tenu de la durée de la clause et de son objet, ces conditions sont remplies au cas d'espèce.

²¹ Le taux moyen de vacance est d'environ 12 % dans le CCR Cité Europe (fin 2013, 19 emplacements vacants) et le PCC Calais Mivoix (trois emplacements vacants), de 17 % dans le centre à thème Chanel outlet store (dix emplacements vacants), de 22 % dans le PCC Les deux caps (sept emplacements vacants) et de 50 % dans le PCC Les quatre boulevards (25 emplacements vacants).

²² Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-58 du 22 mai 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Constellium Extrusion France Saint Florentin et des actifs de la société Constellium Extrusion France SAS par la société OpenGate Capital Groupe Europe SARL et n° 13-DCC-24 du 1er mars 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Anvil Finance par le Groupe Charles André.

50. De plus, la limitation du droit du cédant d'acheter ou de détenir des parts d'une société qui est en concurrence avec l'activité cédée ne peut être considérée comme étant directement liée et nécessaire à la réalisation de la concentration, si elle empêche celui-ci d'acheter ou de détenir ces parts uniquement à des fins d'investissement, sans que cela lui confère, directement ou indirectement, des fonctions de direction ou une influence substantielle dans l'entreprise concurrente.
51. En l'espèce, la clause de non concurrence stipulée dans le contrat de cession constitue une restriction directement liée et nécessaire sous réserve qu'elle ne limite pas la possibilité du cédant d'acheter ou de détenir des parts de sociétés concurrentes de la nouvelle entité à des fins d'investissement, dans les limites énoncées au paragraphe précédent de la présente décision.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 14-158 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence