L'Autorité de la concurrence autorise, sous réserve d'engagements, l'acquisition en Martinique d'un hypermarché Cora par le Groupe Bernard Hayot

Publié le 02 septembre 2011

L'Autorité de la concurrence rend aujourd'hui une décision par laquelle elle autorise, sous réserve d'engagements, l'acquisition par le Groupe Bernard Hayot d'un hypermarché actuellement exploité sous enseigne *Cora,* situé à Cluny (Martinique).

Le Groupe Bernard Hayot est présent en Martinique à la fois au stade de la vente au détail – par l'exploitation de deux hypermarchés sous enseigne *Carrefour* – et au stade de la vente en gros et de l'approvisionnement des grandes et moyennes surfaces[1] (GMS).

Compte tenu des spécificités de fonctionnement des marchés ultramarins, déjà soulignées par l'Autorité dans son avis relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les DOM[2], l'Autorité a procédé à un examen particulièrement attentif de cette opération qui permet à un acteur verticalement intégré de se renforcer sur le marché aval de la distribution au détail en Martinique.

L'Autorité a identifié des risques concurrentiels

L'Autorité a estimé que, sur la plaine foyalaise où se situe l'hypermarché concerné, la présence de plusieurs enseignes concurrentes laissait un choix suffisant aux consommateurs martiniquais, la part de marché du Groupe Bernard

Hayot sur cette zone de chalandise restant inférieure à 30 %. En revanche, le Groupe Bernard Hayot est également actif sur le marché de l'approvisionnement de la Martinique en produits de grande consommation et le renforcement, même limité, de sa position sur les marchés de détail de la distribution à dominante alimentaire de l'île accroît le risque qu'il soit en mesure de fausser le jeu de la concurrence sur ces marchés en dégradant les conditions d'exploitation des enseignes concurrentes, au dépens des consommateurs.

> en matière d'approvisionnement :

En tant que grossiste-importateur, le Groupe Bernard Hayot bénéficie d'exclusivités de distribution, de droit ou de fait, pour certains produits de marque, de la part d'importants fournisseurs nationaux sur l'ensemble du territoire martiniquais. L'Autorité a estimé qu'en se renforçant sur le marché aval, le Groupe Bernard Hayot pourrait être incité à restreindre l'approvisionnement des enseignes concurrentes en produits de marques nationales, produits qu'il leur fournit en tant que grossiste et pour lesquels ses concurrents ont peu ou pas d'alternatives d'approvisionnement.

> en matière de budgets de coopération commerciale :

L'enquête de marché menée a également révélé que le Groupe Bernard Hayot, comme la plupart des grossistes-importateurs agissant pour le compte de grandes marques nationales, est chargé de répartir les budgets de coopération commerciale octroyés par les fabricants nationaux entre les différentes enseignes distribuant leurs produits. L'Autorité a estimé que, à la suite de l'opération, l'acquéreur pourrait être incité à favoriser ses propres magasins lors de la répartition des budgets de coopération commerciale ou par l'utilisation d'informations sur les campagnes de promotion préparées par ses concurrents.

L'Autorité a autorisé l'opération sous réserve d'engagements

Afin de remédier aux risques d'atteintes à la concurrence, le Groupe Bernard Hayot a pris devant l'Autorité de la concurrence plusieurs engagements pour le compte de ses filiales actives dans l'approvisionnement des GMS :

1) Le groupe s'engage à **renoncer à toute clause d'exclusivité, contractuelle ou non, restreignant la liberté de ses fournisseurs** de commercialiser leurs produits auprès d'autres intermédiaires actifs sur les marchés de l'approvisionnement et de la vente en gros auprès des GMS, ou bien auprès de distributeurs concurrents.

2) Le groupe s'engage également à **s'abstenir de toute intervention dans les relations entre ses fournisseurs et les distributeurs concurrents** visant à obtenir une exclusivité de fait.

3) Le groupe s'engage à **s'assurer que les budgets de coopération commerciale** reçus par ses filiales de la part de leurs fournisseurs **soient alloués entre les magasins qu'il détient et ceux de ses concurrents sans discrimination** et sur la base de critères commerciaux transparents, objectifs et vérifiables. Une allocation non discriminatoire de ces budgets favorisera leur utilisation pour le financement d'opérations commerciales et l'animation de la concurrence entre les magasins de l'île de la Martinique.

4) Le groupe s'engage enfin à **assurer une exploitation autonome de ses activités de grossiste-importateur, qui soit distincte de celles de distribution au détail.** En particulier, le groupe s'engage à ce que les informations collectées ayant trait aux promotions commerciales des distributeurs concurrents ne fassent l'objet d'aucune communication aux entités en charge de la promotion commerciale dans ses magasins, notamment en ce qui concerne le calendrier des promotions, les produits sur lesquelles celles-ci portent et leur ampleur.

Un mandataire indépendant, agréé par l'Autorité de la concurrence, s'assurera de la bonne exécution de l'ensemble de ces engagements.

(1) Grandes et moyennes surfaces : supermarchés et hypermarchés
(2) Avis n°09-A-45 du 8 septembre 2009

11-DCC-134 DU 02 SEPTEMBRE 2011

relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Louis Delhaize par la société Groupe Bernard Hayot

Consulter le texte intégral de l'avis

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail