L'Autorité de la concurrence autorise, sous conditions, l'acquisition en Martinique d'un hypermarché Géant Casino par Groupe Bernard Hayot

Publié le 23 août 2018

Le 20 juin 2018, Groupe Bernard Hayot (« GBH ») a notifié à l'Autorité de la concurrence son projet d'acquisition d'un hypermarché *Géant Casino* et de sa galerie commerciale, implantés sur la commune du Robert, en Martinique (972).

GBH, un acteur important et intégré de la distribution en Martinique

GBH est présent en Martinique au stade de la distribution de détail à dominante alimentaire, notamment via trois hypermarchés franchisés sous enseigne *Carrefour*, et au stade de la vente en gros et de l'approvisionnement des grandes et moyennes surfaces de l'île.

Compte tenu des spécificités de fonctionnement des marchés ultramarins, l'Autorité a procédé à un examen attentif de cette opération de concentration, qui permet à un acteur verticalement intégré de se renforcer sur le marché de la distribution de détail à dominante alimentaire en Martinique.

L'Autorité a identifié des problèmes de concurrence que résolvent les engagements proposés par GBH

Dans le secteur de la distribution de détail à dominante alimentaire en Martinique, GBH exploite trois hypermarchés sous enseigne *Carrefour*, tous situés à plus de quinze minutes en voiture de l'hypermarché *Géant Casino* du Robert qu'il rachète. Bien que GBH ne soit pas présent dans une zone de moins de 15 minutes en voiture autour de cet hypermarché, un autre groupe franchisé *Carrefour* est actif via deux supermarchés à l'enseigne *Carrefour Market*. Sur cette zone de quinze minutes, après l'acquisition du *Géant Casino* qui passerait sous enseigne *Carrefour*, la part de marché de l'enseigne *Carrefour* aurait été particulièrement significative.

GBH exploitera l'hypermarché racheté sous enseigne Euromarché et disposera d'une autonomie commerciale vis-à-vis de *Carrefour*

Afin de remédier au risque d'atteinte à la concurrence engendré par un tel niveau de parts de marché, GBH s'est engagé à ne pas exploiter l'hypermarché sous une enseigne *Carrefour*, mais sous l'enseigne *Euromarché*. Le contrat conclu avec *Carrefour*, à qui appartient l'enseigne *Euromarché*, confère une autonomie commerciale à ce magasin, que ce soit en termes d'assortiment de produits ou de politique tarifaire.

Cet engagement permettra donc à GBH de concurrencer efficacement, par les prix, la qualité et la variété des produits offerts, les supermarchés *Carrefour* de la zone, ainsi que les deux autres magasins concurrents exploités sous les enseignes *Ecomax* et *Leader Price*.

À l'amont, GBH s'engage, en sa qualité de grossiste-importateur, à allouer sans discrimination les budgets de coopération commerciale entre ses propres magasins et ceux de ses concurrents

Compte tenu des activités de grossiste-importateur de GBH à l'amont, l'Autorité a identifié un autre risque anticoncurrentiel lié à l'accès et à l'allocation des budgets de coopération commerciale[1] destinés à ses clients.

GBH, 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 qui distribuent leurs produits. L'Autorité a estimé qu'à la suite de l'opération GBH pourrait être incité à favoriser ses propres magasins, au détriment de ses concurrents, lors de la répartition de ces budgets de coopération commerciale et également être favorisé par l'utilisation d'informations sur les campagnes de promotion préparées par ses concurrents.

Une telle problématique avait été identifiée en 2011, à l'occasion de l'examen d'une précédente acquisition de GBH en Martinique[2]. Les engagements souscrits en 2011 par GBH pour remédier à ce risque d'atteinte à la concurrence ont toutefois pris fin en 2017. Dans la mesure où cette problématique demeure, l'Autorité considère que des engagements similaires doivent être repris.

Ainsi, GBH s'est engagé à ce que les budgets de coopération commerciale 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.

GBH s'est également engagé à exploiter de manière autonome ses activités de grossiste-importateur et ses activités de distribution au détail. En particulier, le groupe s'engage à ce que les informations collectées en sa qualité de grossiste et relatives 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 lesquels celles-ci portent et leur ampleur.

[1]Ces budgets, accordés par les fournisseurs permettent aux enseignes de réaliser des opérations de promotion ou des animations commerciales valorisant les produits des fournisseurs.
[2]Voir la décision de l'Autorité de la concurrence 11-DCC-134 du 2 septembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Louis Delhaize par la société Groupe Bernard Hayot et le communiqué de presse.

DÉCISION 18-DCC-142 DU 23 AOÛT 2018

relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés SDRO et Robert II par la société Groupe Bernard Hayot

Consulter le texte intégral

Contact(s)

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