



**Décision n° 09-DCC-46 du 28 septembre 2009
relative à la prise en location-gérance par la société Distribution
Casino France d'un hypermarché détenu par la société Doremi**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 25 août 2009, relatif à la prise en location-gérance par la société Distribution Casino France d'un hypermarché détenu par la société Doremi, formalisé par un contrat de location-gérance signé le 22 juillet 2009 ;

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. La société Distribution Casino France est une filiale du groupe Casino Guichard Perrachon troisième acteur français de la distribution à dominante alimentaire. Le groupe Casino gère un parc de plus de 10 000 magasins (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, magasins discompteurs...) sous enseignes Casino, Franprix, Spar, Vival, Naturalia et Leader Price. Le groupe Casino détient également 50 % du groupe Monoprix. Il est de plus présent dans le secteur de la distribution sur internet de produits non alimentaires avec l'enseigne Cdiscount.
2. Le groupe Casino appartient au groupe Euris, lui-même contrôlé par Monsieur Jean-Charles Naouri. Le chiffre d'affaires total mondial hors taxes réalisé par le groupe Euris en 2008, dernier exercice clos, s'élève à 29 milliards d'euros, dont 19 milliards d'euros en France.
3. La société Doremi, est une société anonyme, dont le capital social est détenu en totalité par la famille Serra. La société Doremi exploite un hypermarché sous enseigne Hyper Casino, situé à La Varenne Saint Hilaire (94).
4. Le chiffre d'affaires total mondial hors taxes réalisé par la société Doremi en 2008, dernier exercice clos, s'élève à 16,4 millions d'euros, exclusivement réalisé en France.

5. Les parties ont conclu le 22 juillet 2009 un contrat par lequel la société Doremi donne en location-gérance à la société Distribution Casino France, l'hypermarché qu'elle exploite à La Varenne Saint Hilaire. Ledit contrat est conclu pour une durée de 5 ans, reconductible tacitement par période annuelle. Il convient de souligner que la mise en location-gérance ne s'accompagne d'aucune prise de participation du groupe Casino dans le capital de la société Doremi, celui-ci demeurant détenu dans sa totalité par la famille Serra.
6. S'agissant de prise de contrôle sur une base contractuelle, la Commission européenne a indiqué dans sa communication consolidée¹ que « *la prise de contrôle peut également être réalisée sur une base contractuelle. Afin de conférer un contrôle, le contrat doit conduire à un contrôle de la gestion et des ressources de l'autre entreprise équivalant à celui obtenu par l'acquisition d'actions ou d'éléments d'actifs. Outre le transfert du contrôle de la direction et des ressources, ces contrats doivent se caractériser par une durée extrêmement longue (habituellement sans possibilité de dénonciation anticipée par la parité octroyant les droits contractuels). Seul ce type de contrat peut induire une modification structurelle du marché. Des exemples de tels contrats sont les contrats organisationnels conclus en vertu du droit national des sociétés ou d'autres types de contrats revêtant par exemple la forme de convention de location-gérance des activités, par lesquels l'acquéreur acquiert le contrôle de la gestion et des ressources en dépit du fait que les droits de propriété ou les actions ne sont pas transférés* ». La Commission a, par ailleurs, indiqué qu'« *une durée déterminée n'exclut pas la possibilité d'une modification durable du contrôle lorsque [les] accords sont renouvelables* »².
7. S'agissant des contrats de location-gérance, définis par l'article L. 144-1 du code de commerce comme « *tout contrat ou convention par lequel le propriétaire ou l'exploitant d'un fonds de commerce ou d'un établissement artisanal en concède totalement ou partiellement la location à un gérant qui l'exploite à ses risques et périls* », le ministre de l'économie a relevé dans une décision antérieure³ que « *bien que le loueur puisse imposer au locataire de veiller à empêcher toute dépréciation, diminution de rendement ou cessation d'exploitation du fonds et que le locataire doive, a priori, sauf disposition contraire, respecter la destination du fonds, il peut être admis que, dans le cadre d'un contrat standard et d'une façon générale, le locataire-gérant contrôle bien la conduite de la stratégie de l'entreprise* ».
8. Au cas d'espèce, le contrat de location-gérance conclu par les parties prévoit que la société Distribution Casino France « *fera son affaire de l'approvisionnement et de l'écoulement des produits* », cette dernière exploitant l'hypermarché concerné « *en son nom propre et pour son propre compte* » étant précisé qu'elle « *en conservera les bénéfices et en supportera les pertes* ». Par ailleurs selon les termes dudit contrat, la société Distribution Casino France bénéficiera d'un droit de préemption en cas de cession du magasin concerné par Doremi.
9. De plus, le contrat de location-gérance conclu par les parties a une durée de 5 ans, et est tacitement renouvelable par période annuelle. Cette durée paraît suffisante pour considérer que le contrat de location-gérance, qui confère à la société Distribution Casino France le contrôle de la direction et des ressources de l'hypermarché détenu par Doremi, peut induire

¹ Paragraphe 18 de la communication consolidée sur la compétence de la commission en vertu du règlement (CE) no 139/2004 du Conseil relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises, publiée dans le Journal officiel de l'Union européenne du 16 avril 2008, rectifiée le 21 février 2009.

² Paragraphe 22 de la communication précitée.

³ Lettre du 20 mars 2003 du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, au conseil de la société Feu Vert, relative à une concentration dans le secteur de la réparation, de l'entretien et de la vente de pièces détachées et accessoires automobiles.

une modification structurelle des marchés de la distribution à dominante alimentaire⁴. Par conséquent la présente opération peut être considérée comme conduisant à une concentration au sens de l'article L. 430-1-I du code de commerce.

10. Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, elle ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle applicables au commerce de détail mentionnés à l'article L. 430-2-II du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

11. Les parties sont simultanément actives dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire dans le département du Val de Marne (94).
12. Les autorités de concurrence, aussi bien nationale que communautaire, distinguent⁵ deux catégories de marchés dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire : d'une part les marchés « aval », de dimension locale, qui mettent en présence les entreprises de commerce de détail et les consommateurs pour la vente de biens de consommation et, d'autre part, les marchés « amont » de l'approvisionnement des entreprises de commerce de détail en biens de consommation courante, de dimension nationale.

A. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION

1. MARCHÉS CONCERNÉS

13. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence, aussi bien communautaire que nationale⁶, distingue six catégories de commerce en utilisant plusieurs critères, notamment la taille des magasins, leurs techniques de vente, leur accessibilité, la nature du service rendu et l'ampleur des gammes de produits proposés : (i) les hypermarchés, (ii) les supermarchés, (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail, (v) les maxi discompteurs, (vi) la vente par correspondance.
14. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente égale ou supérieure à 2 500 m² ⁷. En l'espèce, le magasin pris en location-gérance par le groupe Casino occupe une surface de vente de 3 223 m². Il rentre donc dans la catégorie des hypermarchés.

⁴ A titre de comparaison, il peut être relevé que la Commission, pour l'opération Deutsche Bahn/ECT International/United Depots/JV intervenant dans un secteur différent de celui de la présente opération, a considéré qu'une durée de contrat de 8 ans étant suffisante pour induire une modification structurelle du marché.

⁵ Voir notamment les décisions de la Commission M.1221 Rewe/Meinl du 3 février 1999, M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000. Voir également la décision du ministre de l'économie C2005-98 Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005 ainsi que les décisions de l'Autorité de la concurrence 09-DCC-04 du 29 avril 2009 Carrefour/Noukat, 09-DCC-06 du 20 mai 2009 Evolis/ITM, 09-DCC-10 du 28 mai 2009 Frandis/Perdis, 09-DCC-24 du 23 juillet 2009 Carrefour/Floritime et 09-DCC-27 du 24 juillet 2009 Carrefour/FRG.

⁶ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence précitées 09-DCC-04, 09-DCC-06, 09-DCC-10, 09-DCC-24, 09-DCC-27.

⁷ Il convient cependant de rappeler que ce seuil, qui distingue supermarchés et hypermarchés, doit être utilisé avec précaution, et peut être adapté au cas d'espèce, compte-tenu que des magasins dont la surface est située à proximité du seuil, soit en-dessous, soit au-dessus, peuvent se trouver en concurrence directe dans les faits.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE DES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION

15. Dans les décisions récentes⁸ relatives à des opérations concernant le secteur de la distribution à dominante alimentaire, tant l'Autorité de la concurrence que le ministre de l'économie ont distingué deux types de marchés :
- un premier marché où se rencontrent la demande des consommateurs d'une zone et l'offre des hypermarchés auxquels ils ont accès en moins de 30 minutes de déplacement en voiture et qui sont, de leur point de vue, substituables entre eux,
 - un second marché où se rencontrent la demande des consommateurs, pour chaque localisation, et l'offre des supermarchés et d'autres formes de commerce équivalentes substituables du point de vue des consommateurs concernés, magasins situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture. Ces dernières formes de commerce peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs.
16. D'autres critères peuvent néanmoins être pris en compte par les autorités de concurrence pour évaluer l'impact d'une concentration sur la situation de la concurrence sur les marchés de la distribution de détail, ce qui peut conduire à affiner, au cas d'espèce, les délimitations usuelles présentée ci-dessus. La zone de chalandise réelle d'un magasin dépend ainsi à la fois, de ses caractéristiques intrinsèques (par exemple, un magasin de grande taille ou un magasin bénéficiant d'une galerie commerçante peut être perçu comme plus attractif aux yeux de certains consommateurs, qui, de ce fait, sont prêts à consentir un temps de trajet plus long pour s'y rendre) ou de caractéristiques extrinsèques comme l'orientation et la qualité du réseau routier, la densité et la distribution de la population, la présence de barrières naturelles ou encore la densité géographique de l'offre (plus la densité géographique de l'offre est grande, plus les consommateurs ont la possibilité d'arbitrer entre plusieurs magasins à proximité, et donc plus la surface des zones de chalandise est réduite).
17. Au cas d'espèce, l'hypermarché, dont la surface de vente est de 3 223 m², se situe au sein d'un ensemble immobilier comprenant une galerie marchande, laquelle regroupe un magasin d'articles de cadeau et de compacts disques, une librairie papeterie, un magasin de développement photo ainsi qu'un établissement proposant des services de teinturerie, pressing, laverie et retouche. De plus, il apparaît que 40 magasins de distribution à dominante alimentaire (dont 3 hypermarchés) sont localisés à moins de 15 minutes de l'hypermarché concerné.
18. Il s'agit donc d'une surface de vente relativement attractive, située dans une zone où l'offre de grandes surfaces de distribution à dominante alimentaire est géographiquement dense. Il n'y a donc pas lieu de remettre en cause, à l'occasion de la présente opération, les délimitations géographiques retenues usuellement par la pratique décisionnelle antérieure.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

19. En ce qui concerne les marchés « amont » de l'approvisionnement, la Commission⁹ a déjà constaté que ces marchés comprennent « *la vente des biens de consommation courante par des producteurs à des clients tels que les grossistes, les détaillants ou d'autres entreprises* »

⁸ Décisions de l'Autorité de la concurrence précitées 09-DCC-04, 09-DCC-06, 09-DCC-10, 09-DCC-24, 09-DCC-27, ainsi que les décisions du ministre de l'économie C2008-32 Amidis SAGC du 9 juillet 2008 et C2007-172 Carrefour Plane Plamidis, du 13 février 2008.

⁹ Voir notamment la décision de la Commission M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000.

(par exemple les cafés, hôtels, restaurants). La Commission a admis que c'est une répartition de marché par groupe de produits qui est généralement considérée comme la meilleure ». La pratique décisionnelle nationale retient cette définition¹⁰.

20. En ce qui concerne la délimitation géographique de ces marchés de l'approvisionnement, la pratique décisionnelle tant communautaire que nationale retient¹¹ une dimension nationale.
21. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations à l'occasion de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

22. L'analyse concurrentielle est conduite à partir des localisations et surfaces de vente de magasins fournies par les parties.

A. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION

23. Sur le premier marché aval, comprenant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes autour de La Varenne Saint Hilaire, l'hypermarché Hyper Casino détenu par la société Doremi représente 1,3 % des surfaces de vente (3 223 m² sur un total de 245 282 m²).
24. Sont également présents, sur ce même premier marché, quatre autres hypermarchés Casino intégrés (7 179 m², 5 945 m², 2 962 m², 2 513 m²), ainsi que deux magasins Monoprix, également intégrés, dont la surface allouée à la distribution à dominante alimentaire est de 2 600 m² et 2 577 m² (soit, pour l'ensemble de ces magasins, 9,7 % des parts de marché). La part de marché totale du groupe Casino sur cette zone s'élèvera donc à 11 % à l'issue de l'opération.
25. Les hypermarchés du groupe Casino feront face à la concurrence de nombreux hypermarchés sur ce premier marché aval : 13 hypermarchés appartenant au groupe Carrefour et occupant une surface de 134 915 m² (55 % de part de marché), 5 hypermarchés appartenant au groupe Auchan et représentant une surface 42 344 m² (17,2 % de part de marché), 4 hypermarchés sous enseigne Leclerc occupant une surface de 28 198 m² (11,5 % de part de marché), ainsi qu'un hypermarché sous enseigne Hyper U de 5 200 m² (2,1 % de part de marché).
26. Sur le second marché aval, comprenant les hypermarchés, les supermarchés et maxi-discompteurs dans une zone de chalandise de 15 minutes autour de La Varenne Saint Hilaire, l'hypermarché Hyper Casino détenu par la société Doremi représente 5,3 % des surfaces de vente (3 223 m² sur un total de 60 241 m²).
27. Sont également présents sur ce second marché 5 supermarchés Franprix, 3 magasins Monoprix distribuant des produits alimentaires et 3 magasins discompteurs Leader Price. Au total, le groupe Casino, à travers ses magasins intégrés, détient ainsi une part de marché de 14 %. De plus, la zone délimitée inclut 4 supermarchés Franprix tenu par des indépendants et représentant 4,8 % de part de marché. A l'issue de la présente opération, la part de marché

¹⁰ Décisions de l'Autorité de la concurrence précitées 09-DCC-04, 09-DCC-06, 09-DCC-10, 09-DCC-24, 09-DCC-27, ainsi que les décisions du ministre de l'économie C2008-32 et C.2007-172 précitées.

¹¹ Voir notamment les décisions de la Commission M.1684 Carrefour/Promodès du 2 janvier 2000 et M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000, voir également les décisions de l'Autorité de la concurrence précitées 09-DCC-04, 09-DCC-06, 09-DCC-10, 09-DCC-24, 09-DCC-27, ainsi que les décisions du ministre de l'économie C2008-32 et C.2007-172 précitées.

que représente l'ensemble des magasins, intégrés ou indépendants, opérant sous une enseigne du groupe Casino, sera donc de 24,1 %.

28. Sur ce second marché les magasins du groupe Casino seront en concurrence notamment avec un hypermarché et 9 supermarchés sous enseignes Carrefour (19 672 m² soit 32,7 % de part de marché), deux hypermarchés et un supermarché du groupe Leclerc (14 815 m² soit 24,6 % de part de marché), trois supermarchés sous enseigne Intermarché (4 760 m² soit 7,8 % de part de marché) et 4 magasins discompteurs sous enseigne Lidl (2 663 m² soit 4,4 % de part de marché).
29. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la distribution à dominante alimentaire.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

30. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération, limitée à un seul magasin, n'est pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe Casino, tous produits confondus comme par grands groupes de produits. Le renforcement sera d'autant plus mineur que, préalablement à l'opération, l'hypermarché concerné s'approvisionnait déjà pour plus de 65 % de ses achats auprès de la société Distribution Casino France.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sur le numéro 09-0077 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre