

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 10-DCC-04 du 14 janvier 2010
relative à la prise de contrôle exclusif des actifs des sociétés Arige et
Douprim par la société CSF (groupe Carrefour)**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 8 décembre 2009 relatif à la prise de contrôle des actifs des sociétés Arige et Douprim par la société CSF, filiale du groupe Carrefour, formalisée par un protocole d'accord signé le 13 novembre 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

A. LES ENTREPRISES CONCERNÉES

1. Le groupe Carrefour est actif dans la distribution à dominante alimentaire. En France, il exploite des hypermarchés sous enseignes Carrefour et Champion et des supermarchés sous enseignes Champion et Carrefour Market. Il exploite aussi des magasins de proximité sous enseignes Shopi, 8 à huit, Marché plus, Sherpa, Proxi, ainsi que des magasins discompteurs sous enseigne Ed. La société CSF est une filiale du groupe Carrefour. En 2008, le groupe Carrefour a réalisé un chiffre d'affaires total mondial hors taxes d'environ 87 milliards d'euros, dont environ 38 milliards d'euros en France.
2. La société Arige est une société par actions simplifiée, détenue à 99 % par la société Indis et à 1 % par la société Profidis, filiale du groupe Carrefour. La société Arige est propriétaire et exploitante d'un fonds de commerce à dominante alimentaire sous enseigne Champion à Breteuil sur Iton (27160). Elle est également propriétaire de 98 % du capital de la SCI Notib propriétaire des murs dudit magasin, les 2 % restant étant détenus par la société Indis.

3. La société Douprim est une société par actions simplifiée, détenue à 99 % par la société Indis et à 1 % par la société Profidis, filiale du groupe Carrefour. La société Douprim est propriétaire et exploitante d'un fonds de commerce à dominante alimentaire exploité sous enseigne Champion à Doudeville (76650). Elle est également propriétaire de 98 % du capital de la SCI Lebourg propriétaire des murs dudit magasin, les 2 % restant étant détenus par la société Indis.
4. En 2008, les sociétés Douprim et Arige ont réalisé un chiffre d'affaires total mondial hors taxes de 26 millions d'euros exclusivement en France.
5. Les statuts des sociétés Arige et Douprim précisent que les magasins de Breteuil sur Iton et Doudeville sont exploités sous enseigne Champion ou tout autre enseigne du même groupe. De plus, ces statuts confèrent à la société CSF un droit de veto sur toutes les décisions extraordinaires, ce qui inclut, notamment, toute modification statutaire. Il convient donc de considérer que le groupe Carrefour détenait déjà, antérieurement à l'opération, un contrôle conjoint sur ces sociétés.
6. Les sociétés Indis et CSF ont conclu le 13 novembre 2009 un protocole d'accord qui précise que [...]
7. Ce protocole d'accord prévoit notamment l'établissement de contrats de location-gérance au profit de CSF pour les magasins de Breteuil sur Iton et Doudeville ainsi qu'un protocole de cession à CSF de la totalité des titres des sociétés Arige et Douprim et des titres des SCI Notib et Lebourg détenus par Indis. Plus précisément, les sociétés Arige et Douprim donnent en location-gérance à la société CSF leurs fonds de commerce pour une durée expirant au plus tard le 28 février 2013, pour le magasin de Breteuil sur Iton, et le 28 février 2011, pour celui de Doudeville. Le protocole prévoit que la cession des titres des sociétés Arige et Douprim interviendra, au plus tard, respectivement le 1^{er} mars 2013 et le 1^{er} mars 2011. Enfin, il est précisé que *« le présent protocole formera une opération complexe et unique comportant un ensemble de contrats liés par une identité de cause et participant, à titre principal ou accessoire, à la réalisation d'un même objectif. Il en découle que la non réalisation de l'une des dispositions figurant aux présentes conventions, comme à l'ensemble des autres contrats qui en constituent le support complémentaire et indispensable, et en tant que cette disposition est essentielle à l'unicité de cause et d'objectifs, entraînera la caducité de cet ensemble de contrats »*.
8. Ainsi, la mise en location-gérance des magasins de Breteuil sur Iton et Doudeville et leur future cession, qui visent le même objectif économique, font l'objet d'un lien conditionnel réciproque prévu par un accord juridiquement contraignant. Ces opérations peuvent, dès lors, être assimilées à une concentration unique, réalisée lors de la mise en location-gérance.
9. En ce qu'elle se traduit par le passage d'un contrôle conjoint à un contrôle exclusif du groupe Carrefour, via la société CSF, sur les actifs des sociétés Arige et Douprim, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce. Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, elle ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle relatifs au commerce de détail mentionnés au point II de l'article L. 430-2 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

10. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de la concurrence¹, deux catégories de marchés peuvent être délimitées² dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire. Il s'agit, d'une part, des 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, des 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. LES MARCHÉS DE SERVICES

11. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaire que nationales³, ont distingué 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.
12. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente égale ou supérieure à 2 500 m². Quant aux supermarchés, ils sont usuellement définis comme ayant une surface de vente inférieure à 2 500 m² et supérieure à 400 m². Il convient cependant de rappeler que ces seuils doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce, compte-tenu que des magasins dont la surface est située à proximité d'un seuil, soit en-dessous, soit au-dessus, peuvent se trouver en concurrence directe dans les faits⁴.
13. En l'espèce, le magasin de Breteuil sur Iton occupe aujourd'hui une surface de vente de 2 900 m² et rentre donc dans la catégorie des hypermarchés, quant à celui de Doudeville, il occupe aujourd'hui une surface de vente de 1 500 m² et rentre donc dans la catégorie des supermarchés.

1 Voir notamment les décisions de la commission M.946 Intermarché/Spar du 30 juin 1997, M.991 Promodès/Casino du 30 octobre 1997 et M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000. Voir également l'arrêté ministériel du 5 juillet 2000 dans l'opération Carrefour/Promodès et les avis du Conseil de la concurrence n° 97-A-14 du 1er juillet 1997, dans l'affaire Carrefour/Cora, n° 98-A-06 du 5 mai 1998, dans l'affaire Casino Franprix/Leader Price, et n° 00-A-06 du 3 mai 2000, dans l'affaire Carrefour/Promodès.

2 Décisions de la Commission dans les affaires 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 C.2005-98 Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005.

3 Décisions C.2008-32 Amidis SAGC du 9 juillet 2008, C.2007-172 Carrefour Plane Plamidis, du 13 février 2008, C.2007-154 Système U Vergali du 3 décembre 2007, C.2007-05 Carrefour Sofodis du 26 mars 2007, C.2006-15 Amidis Hamon du 14 avril 2006, C 2005-98 Carrefour Penny Market du 10 novembre 2005.

4 Voir notamment l'avis n°00-A-06 du Conseil du 3 mai 2000 relatif à l'acquisition par la société Carrefour de la société Promodès.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

14. Dans ses décisions récentes⁵ relatives à des opérations concernant des hypermarchés ou des supermarchés, l'Autorité de la concurrence a rappelé que deux types de marchés sont usuellement distingués, sur la base des zones de chalandise :
 - 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 ;
 - une seconde zone où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des supermarchés et autres formes de commerce équivalentes, situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture. Ces dernières formes de commerce peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés et les magasins discompteurs.
15. D'autres critères peuvent néanmoins être pris en compte 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 présentées ci-dessus.
16. Au cas d'espèce, s'agissant de l'hypermarché de Breteuil sur Iton, l'acquéreur n'est pas présent sur le premier marché. L'analyse concurrentielle portera uniquement sur le second marché incluant l'ensemble des hypermarchés, supermarchés et maxi-discompteurs localisés sur une zone de chalandise de 15 minutes autour de Breteuil sur Iton, c'est-à-dire l'ensemble des magasins situés dans les agglomérations de Breteuil sur Iton, Verneuil sur Avre, Bois Arnault, Damville et Conches en Ouche.
17. S'agissant du supermarché de Doudeville, l'acquéreur n'est pas présent sur une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour de Doudeville. En conséquence, l'opération ne fera pas l'objet d'une analyse concurrentielle pour ce supermarché.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

18. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne⁶ a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales⁷.
19. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

5 Décisions 09-DCC-24 du 23 juillet 2009 Floritine/C.S.F ; 09-DCC- du 28 mai 2009 Frandis/Financière Perdis ; 09-DCC-06 du 20 mai 2009 Evolis/ITM ; 09-DCC-04 du 29 avril 2009 Carrefour/Noukat,

6 Voir les décisions de la Commission M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et M. 2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000.

7 Voir notamment les décisions du ministre dans le secteur, C2005-98, Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005, C2006-15 Carrefour/Groupe Hamon du 14 avril 2006, C2007-172 relatif à la création de l'entreprise commune Plamidis du 13 février 2008 et C2008-32 Carrefour/SAGC du 9 juillet 2008.

III. Analyse concurrentielle

1. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION A DOMINANTE ALIMENTAIRE

20. Sur le marché aval de la distribution alimentaire comprenant les hypermarchés, les supermarchés, et les maxi-discounters sur une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour de Breteuil sur Iton, sont présents 4 magasins sous enseignes du groupe Carrefour, le Champion de Breteuil sur Iton objet de la présente opération (avec une surface de vente de 2 900 m²), et trois Carrefour Market à Verneuil sur Avre (1 885 m² de surface de vente), Conches en Ouche (1 857 m²) et Damville (1430 m²), soit 46 % de parts de marché. Sur la zone, est aussi présent l'enseigne Intermarché, avec 3 magasins et 37 % de parts de marché, ainsi que deux magasins Lidl (9 % de parts de marché), un magasin Aldi (5 % de parts de marché), et un magasin Le Mutant (4 %).
21. Les enseignes du groupe Carrefour détiennent donc une part de marché élevée sur la zone. Toutefois, la présente opération ne change pas la répartition des parts de marché entre les enseignes, puisque le magasin concerné était déjà exploité, avant l'opération, sous enseigne Champion, le groupe Carrefour en détenant le contrôle conjoint.
22. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché considéré.

2. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

23. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération, limitée à deux magasins, n'est pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe Carrefour, tous produits confondus ou par grands groupes de produits. Le renforcement est d'autant plus mineur que, préalablement à l'opération, les deux magasins objet de l'opération s'approvisionnaient déjà majoritairement auprès d groupe Carrefour.

IV. Restrictions accessoires

24. Par ailleurs, le contrat de cession comporte une restriction visant à interdire aux cédants, directement ou indirectement ou par mandataire interposé ou même en qualité de salarié, d'exercer une activité concurrente dans le commerce d'alimentation générale de type supermarché, hard discount ou traiteur (épicerie, crèmerie, fruits et légumes, surgelés boucherie, charcuterie, boulangerie, vente au détail de vin, alcool ou spiritueux) pendant une durée de [> 3 ans], à compter de la cession des titres, et dans un rayon de [...]. Comme le rappelle la Commission européenne dans sa communication relative aux restrictions directement liées et nécessaires à la réalisation des opérations de concentration du 5 mars 2005, « *de telles clauses de non-concurrence ne sont cependant 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'excèdent pas ce qui est raisonnablement nécessaire à cette fin* ». En l'espèce, la clause de non-concurrence prévue

dans le compromis de cession, ne constitue une restriction directement liée et nécessaire à la présente opération que dans la limite d'une durée de 3 ans.

DECIDE

Article unique : l'opération notifiée sous le numéro 09-0134 est autorisée.

Le président,
Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence