

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 10-DCC-124 du 6 octobre 2010
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Chepar
par la société ITM Alimentaire Sud Est**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 2 septembre 2010, relatif à l'acquisition de la majorité des titres de la société Chepar par la société ITM Alimentaire Sud Est, formalisée par un protocole de cession en date du 3 août 2010 ;

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 ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. La société ITM Entreprises, contrôlée à 100 % par la Société civile des Mousquetaires, elle-même détenue par 1 330 personnes physiques dits « adhérents associés », conduit et anime le réseau de commerçants indépendants connu sous le nom de « Groupement des Mousquetaires ». En sa qualité de franchiseur, la société ITM Entreprises a comme activité principale l'animation d'un réseau de points de vente, alimentaires et non alimentaires, exploités par des commerçants indépendants sous les enseignes suivantes : Intermarché, Ecomarché, Netto, Restaumarché, Bricomarché, Roady et Vêti. Cette gestion s'effectue notamment au travers de la signature et du suivi de contrats d'enseigne avec les sociétés exploitant ces points de vente. ITM Entreprises met également à la disposition de ses franchisés divers services de prospection, de conseil, de formation, etc. Enfin ITM Entreprises offre aux franchisés la possibilité de bénéficier de conditions d'approvisionnement avantageuses auprès de ses filiales nationales et régionales mais également de fournisseurs référencés extérieurs au « Groupement des Mousquetaires ».
2. La société ITM Alimentaire Sud-Est est une société de droit français détenue à [>50] % par la société ITM Alimentaire France, elle-même détenue par la société ITM Entreprises. La société ITM Entreprises a confié à la société ITM Alimentaire Sud Est l'animation et le

développement du réseau de franchisés exploitant sous les enseignes Intermarché, Ecomarché et Netto dans la région Sud-Est de la France.

3. La société Chepar est une société par actions simplifiée de droit français qui exploite un point de vente à dominante alimentaire sous l'enseigne Intermarché à Cavailon (84). Les titres de la société Chepar sont détenus à [>50] % par M. X. La société Chepar détient en totalité deux SCI propriétaires des terrains sur lesquels sont situés le point de vente et le parking de ce dernier, ainsi que la SARL Carbu Pape, à hauteur de plus de 99 % du capital social, qui exploite une station-service à proximité du point de vente.
4. L'opération notifiée, formalisée par un protocole de cession en date du 3 août 2010, consiste en l'acquisition, à titre provisoire, de l'ensemble des titres détenus par MM. X (soit [>50] % des titres) de Chepar par le groupe ITM Entreprises, via la société ITM Alimentaire Sud Est.
5. En ce qu'elle entraîne la prise de contrôle exclusif de la société Chepar par le groupe ITM Entreprises, l'opération notifiée est bien une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées exploitent un ou plusieurs magasins de commerce de détail et réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (groupe ITM Entreprises : [...] milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2009 ; la société Chepar : [...] millions d'euros pour la même année). Chacune réalise en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (groupe ITM Entreprises : [...] milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2009 ; la société Chepar : [...] millions d'euros pour la même année). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération 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

7. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de la concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées 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 SERVICE

8. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaires que nationales, 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.
9. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente égale ou supérieure à 2 500 m².
10. En l'espèce, le magasin concerné par l'opération occupe aujourd'hui une surface de vente de 3 850 m², il rentre donc dans la catégorie des hypermarchés.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

11. Dans ses décisions récentes relatives à des opérations concernant des hypermarchés ou des supermarchés, l'Autorité de la concurrence a rappelé qu'en fonction de la taille des magasins concernés, les conditions de la concurrence devaient s'apprécier sur deux zones différentes :
- 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 de consommateurs et l'offre des supermarchés et 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 situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs.
12. 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.
13. En l'espèce, le magasin concerné entrant dans la catégorie des hypermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée sur les deux marchés, celui incluant les hypermarchés situés dans un rayon de 30 minutes autour de Cavaillon et celui incluant l'ensemble des hypermarchés, supermarchés et maxi-discompteurs localisés dans une zone de chalandise de 15 minutes autour de Cavaillon.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

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

III. Analyse concurrentielle

A. MARCHÉ AVAL DE LA DISTRIBUTION

16. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes en voiture autour de Cavaillon, l'Intermarché exploité par la cible représente 11,2 % des surfaces de vente. Sont également présents sur la zone de Cavaillon trois autres hypermarchés Intermarché situés à Morières les Avignon, à l'Isle sur la Sorgue, ainsi qu'à Saint Rémy de Provence. Au total, les hypermarchés exploités sous une enseigne du groupe ITM Entreprises représentent donc, sur la zone de chalandise, une part de marché cumulée de 40 % des surfaces de vente.
17. Ces magasins font face à la concurrence de deux hypermarchés du groupe Auchan détenant 45,7 % des surfaces de vente et d'un hypermarché du groupe Leclerc détenant 14 % des surfaces de vente.
18. Sur le marché comprenant les supermarchés et autres formes de commerce équivalents, situés dans un rayon de 15 minutes en voiture autour de Cavaillon, l'Intermarché exploité par la cible représente 21 % des surfaces de vente. Compte tenu de la présence sur la même zone d'un supermarché Ecomarché situé à Cabannes, les magasins exploités sous une enseigne ITM Entreprises représentent une part de marché cumulée de 25,8 %.
19. Ces magasins font face à la concurrence d'un hypermarché et d'un supermarché sous enseigne du groupe Auchan détenant 41 % des parts de marché, de plusieurs supermarchés sous enseigne du groupe Système U et Casino ainsi que de deux maxi-discompteurs. De plus, la partie notifiante a indiqué que le groupe Super U a obtenu l'autorisation de créer un nouveau point de vente de 1 300 m². Cette création entraînera une légère baisse des parts de marché du groupe Intermarché telles que présentées ci-dessus.
20. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés en cause.

B. MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

21. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération qui ne concerne qu'un seul magasin, n'est pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe ITM Entreprises, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.
22. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence tant sur le marché aval que sur le marché amont de la distribution.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 10-0141 est autorisée.

La vice-présidente,

Françoise Aubert

© Autorité de la concurrence