

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 10-DCC-143 du 28 octobre 2010
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Fonty
par le groupe ITM Entreprises**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 29 septembre 2010, relatif à l'acquisition de la totalité des titres de la société Fonty par le groupe ITM Entreprises, 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 Nord 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 Nord l'animation et le développement du réseau de franchisés exploitant sous les enseignes Intermarché, Ecomarché et Netto dans la région Est de la France.

3. La société Fonty est une société par action simplifiée de droit français qui exploite un point de vente à dominante alimentaire sous l'enseigne Intermarché à Belleu (02). Les titres de la société Fonty sont détenus à [>50] % par la société holding Ceauxmon, la société ITM Entreprises détenant une action de préférence, et 6 autres personnes physiques détenant également une seule action chacune. La société Ceauxmon est détenue majoritairement par M. et Mme X, signataires de la charte d'adhésion du groupement des Mousquetaires.
4. L'opération notifiée, formalisée par un protocole de cession en date du 3 août 2010, consiste en l'acquisition, par la société ITM Alimentaire Nord des titres de la société Fonty détenus par la société Ceauxmon.
5. Les statuts de Fonty, mis à jour le 30 juin 2008, confèrent à ITM Entreprises, pendant 15 ans, la possibilité de bloquer tout changement d'enseigne, de s'opposer à toute mutation d'actions et d'obliger les actionnaires majoritaires à céder le fond de commerce dès l'instant où ils exploiteraient un fond de commerce similaire sous une enseigne concurrente. De plus, le contrat d'enseigne confère à ITM Entreprises, toujours pour 15 ans, un droit de préférence en cas de cession du fond de commerce à un prix calculé selon une formule prédéterminée. Enfin, après 15 ans, si ITM Entreprises n'a plus la possibilité de bloquer tout changement d'enseigne ou de s'opposer à toute mutation d'actions, ITM Entreprises conserve un droit de préférence sur toute vente de titres pendant 5 années supplémentaires.
6. Il ressort de ce qui précède, qu'avant l'opération, ITM Entreprises, exerce déjà conjointement avec M. et Mme X, le contrôle de la société Fonty.
7. En ce qu'elle se traduit par le passage du contrôle conjoint au contrôle exclusif de la société Fonty par le groupe ITM entreprises, via sa filiale ITM Alimentaire Nord, l'opération notifiée est bien une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
8. 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 Fonty : [...] 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 Fonty : [...] 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

9. 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

10. 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.
11. Les supermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente inférieure à 2 500 m².
12. En l'espèce, le magasin concerné par l'opération occupe aujourd'hui une surface de vente de 2 191 m², il rentre donc dans la catégorie des supermarchés.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

13. 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.
14. 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.
15. En l'espèce, le magasin concerné entrant dans la catégorie des supermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée sur le seul marché incluant les supermarchés situés dans un rayon de 15 minutes autour de Belleu ainsi que les formes de commerce équivalentes situées dans ce même rayon (discompteurs).

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

16. 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.
17. 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

18. Sur le marché comprenant les hypermarchés, supermarchés et magasins discompteurs situés dans une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour de Belleu, l'Intermarché exploité par la cible représente 7,7 % des surfaces de vente. Compte tenu de l'existence, sur cette zone, d'un autre supermarché exploité sous l'enseigne Intermarché, cette enseigne représente actuellement 16,2 % des surfaces de vente. De plus, ce second point de vente a obtenu un autorisation d'agrandissement qui portera la part de marché du groupe à 21,2 %.
19. Sont également présents sur cette zone, un hypermarché à l'enseigne Cora (38,9 % des surfaces de vente), quatre supermarchés du groupe Carrefour (20 % des surfaces de vente), ainsi que les groupes Casino, Lidl et Aldi.
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 10-0163 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence