

Autorité
de la concurrence



**Décision n°10-DCC-161 du 15 novembre 2010
relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Care et Clauber
par la société ITM Alimentaire Sud Est**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 18 octobre 2010, relatif à l'acquisition de titres des sociétés Care et Clauber par la société ITM Alimentaire Sud Est, formalisée par deux protocoles de cession en date du 28 juillet 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. Les sociétés Care et Clauber sont des sociétés de droit français détenues respectivement, par les sociétés Venusto et Axis, toutes deux détenues majoritairement par M. et Mme X, signataires de la charte d'adhésion du groupement des Mousquetaires. Les sociétés Care et Clauber exploitent chacune un point de vente à dominante alimentaire sous l'enseigne Intermarché à, respectivement, Bollène (84) et Bourg Saint-Andéol (07). La société ITM Entreprises détient, au capital de chacune de ces deux sociétés, une action ne lui conférant aucun droit particulier.
4. L'opération notifiée, formalisée par deux protocoles de cession en date du 28 juillet 2010, consiste en l'acquisition, par la société ITM Alimentaire Sud Est des titres des sociétés Care et Clauber détenus par M. et Mme X et par les sociétés Venusto et Axis. A l'issue de l'opération notifiée, ITM Entreprises et ITM Alimentaire Sud Est détiendront l'intégralité des actions des sociétés Care et Clauber. La partie notifiante souligne que la présente opération est provisoire, les titres acquis devront être rétrocédés dans les meilleurs délais à un nouvel exploitant.
5. Il ressort de ce qui précède, qu'après l'opération, le contrôle des sociétés Care et Clauber sera exercé exclusivement par la société ITM Alimentaire Sud Est. L'opération notifiée s'analyse donc par un changement de contrôle aux termes de l'article L. 430-1 du code de commerce et constitue une opération de concentration.
6. Les deux opérations sont effectuées simultanément par des entreprises appartenant aux mêmes groupes : il s'agit donc d'une même opération¹. Dès lors, les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (le groupe ITM Entreprises : [...] milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2009 ; la société Care : [...] millions d'euros pour le même exercice ; la société Clauber : [...] millions d'euros) et le groupe ITM, d'une part, et Care et Clauber, d'autre part, ont réalisé en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros. 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

¹ Paragraphe 94 des lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, lequel renvoie à l'article 5(2) du Règlement (CE) n°139/2004 du 20 janvier 2004 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, JOCE L 24/1 du 29 janvier 2004 relatif au calcul des chiffres d'affaires.

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 supermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente inférieure à 2 500 m².
10. En l'espèce, le magasin exploité par la société Care à Bollène occupe aujourd'hui une surface de vente de 2 700 m², il rentre donc dans la catégorie des hypermarchés. Le magasin exploité par la société Clauber à Bourg Saint-Andéol occupe aujourd'hui une surface de vente de 1 200 m², il rentre donc dans la catégorie des supermarchés.

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 exploité à Bollène entrant dans la catégorie des hypermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée sur le marché incluant les hypermarchés dans un rayon de 30 minutes autour de Bollène ainsi que sur le marché incluant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans un rayon de 15 minutes autour de Bollène. Le magasin exploité à Bourg Saint-Andéol entrant dans la catégorie des supermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée sur le seul marché incluant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans un rayon de 15 minutes autour de Bourg Saint-Andéol.

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 nationales².
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 ALIMENTAIRE

16. Sur le marché comprenant les hypermarchés, supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour de Bollène, l'Intermarché exploité par la cible représente 12,5 % des surfaces de vente. La société Tanavi SA exploite un supermarché sous l'enseigne Intermarché dans la zone de chalandise et représente 9,2 % des surfaces de vente. La part de marché combinée de ces deux points de vente représente donc 21,7 % des surfaces de vente de la zone de chalandise.
17. Ces magasins font face à la concurrence d'un hypermarché du groupe Leclerc détenant 33,8 % des parts de marché, d'un hypermarché du groupe Carrefour détenant 13,6 % des parts de marché, et de nombreux autres points de vente des enseignes Carrefour, Ed, Leader Price, Lidl, Norma et Aldi.
18. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes en voiture autour de Bollène, l'Intermarché exploité par la cible représente 5,3 % des surfaces de vente. La société ITM Alimentaire Sud Est exploite un hypermarché qui représente 7,3 % des surfaces de vente. La part de marché combinée de ces deux hypermarchés représente donc 12,6 % des surfaces de vente de la zone de chalandise.
19. Ces magasins font face à la concurrence d'un hypermarché du groupe Carrefour détenant 16,5 % des parts de marché, d'un hypermarché du groupe Leclerc détenant 14,3 % des parts de marché, et de nombreux autres points de vente des enseignes Casino, Carrefour et Leclerc.
20. Sur le marché comprenant les hypermarchés, supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour de Bourg Saint-Andéol, l'Intermarché exploité par la cible représente 10,4 % des surfaces de vente. Un autre supermarché, exploité sous l'enseigne Intermarché, représente 5,9 % des surfaces de vente dans la zone de chalandise. La part de marché combinée de ces deux supermarchés représente donc 16,3 % des surfaces de vente de la zone de chalandise.
21. Ces magasins font face à la concurrence d'un hypermarché du groupe Carrefour détenant 25,6 % des parts de marché, d'un supermarché du groupe Super U détenant 12,1 % des parts de marché, et de nombreux autres points de vente des enseignes Ed, Leader Price, Lidl, Norma et Aldi.

² Voir notamment les décisions du ministre dans le secteur, C.2005-98 Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005, C.2006-15 Carrefour/ Groupe Hamon du 14 avril 2006, C.2007-172 relatif à la création de l'entreprise commune Plamidis du 13 février 2008 et C.2008-32 Carrefour/SAGC du 9 juillet 2008.

22. 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

23. 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.
24. 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.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 10-0180 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence