

Autorité
de la concurrence



**Décision n°10-DCC-176 du 14 décembre 2010
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sopodis
par la société ITM Alimentaire Centre Ouest**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 10 novembre 2010, relatif à l'acquisition de titres de la société Sopodis par la société ITM Alimentaire Centre Ouest, formalisée par un protocole de cession en date du 3 novembre 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 Centre Ouest 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 Centre Ouest l'animation et le développement du réseau de franchisés exploitant sous les enseignes Intermarché, Ecomarché et Netto dans la région centre-ouest de la France.

3. La société anonyme Sopodis, détenue à plus de [>50] % par les époux X, signataires de la charte d'adhésion du groupement des Mousquetaires, exploite deux points de vente à dominante alimentaire sous les enseignes Intermarché et Netto à Saint Hilaire de Loulay (85). La société ITM Entreprises détient au capital de la société Sopodis une action ne lui conférant aucun droit particulier.
4. L'opération notifiée, formalisée par un protocole de cession en date du 3 novembre 2010, consiste en l'acquisition, par la société ITM Alimentaire Centre Ouest des titres de la société Sopodis détenus par les époux X. 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. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle de la société Sopodis par le groupe ITM Entreprises, via sa filiale ITM Alimentaire Centre Ouest, l'opération notifiée est une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce. Les entreprises concernées exploitent 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 (ITM Entreprises : [...] milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2009 ; Sopodis : [...] millions d'euros pour le même exercice). Les entreprises concernées réalisent en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (ITM Entreprises : [...] milliards d'euros ; Sopodis : [...] millions d'euros pour le même exercice). 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

6. 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

7. 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.

8. Les supermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente inférieure à 2 500 m².
9. En l'espèce, les magasins concernés par l'opération occupent aujourd'hui une surface de vente respective de 2 886 m² (Intermarché) et 580 m² (Netto). Le point de vente Intermarché rentre donc dans la catégorie des hypermarchés. En revanche, le point de vente Netto entre dans la catégorie des supermarchés et plus précisément dans la catégorie des maxi-discompteurs.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

10. 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.
11. 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.
12. En l'espèce, le point de vente Intermarché concerné 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 Saint Hilaire de Loulay ainsi que sur le marché incluant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans un rayon de 15 minutes autour de Saint Hilaire de Loulay, marché sur lequel se trouve également le point de vente Netto concerné par l'opération.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

13. 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 nationales¹.
14. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

¹ 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.

III. Analyse concurrentielle

A. MARCHÉ AVAL DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

15. Sur le marché comprenant les supermarchés situés dans une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour de Saint Hilaire de Loulay, l'Intermarché exploité par la cible représente 15,7 % des surfaces de vente tandis que le point de vente sous l'enseigne Netto représente 3,2 % des surfaces de vente. Par ailleurs, un Intermarché exploité dans la zone de chalandise dans la commune de Vieillevigne représente 8,1 % des surfaces de vente. La part de marché combinée de ces trois supermarchés représente donc 26,9 % des surfaces de vente de la zone de chalandise. De plus, le point de vente Netto a obtenu le 11 février 2010 l'autorisation d'agrandir son point de vente jusqu'à 900 m². Cette extension entraînera une augmentation des parts de marché des enseignes du groupe ITM Entreprises à 28,2 %.
16. Ces magasins font face à la concurrence de trois supermarchés du groupe Système U détenant 37,3 % des parts de marché, d'un point de vente exploité sous l'enseigne Leclerc détenant 28 % des parts de marché, et de trois autres points de vente des enseignes Shopi et Aldi.
17. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes en voiture autour de Saint Hilaire de Loulay, l'Intermarché exploité par la cible représente 10,2 % des surfaces de vente. Un hypermarché exploité à Saint André de la Marche sous l'enseigne Intermarché représente 8,8 % des surfaces de vente. La part de marché combinée de ces deux hypermarchés représente donc 19 % des surfaces de vente de la zone de chalandise. Ces magasins y font face à la concurrence de quatre hypermarchés du groupe Système U détenant 48,1 % des parts de marché et de deux hypermarchés du groupe Leclerc détenant 32,9 % des surfaces de vente.
18. 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

19. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération ne concerne que deux magasins et n'est donc pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe ITM Entreprises, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.
20. 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 10-0203 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence