

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 10-DCC-180 du 6 décembre 2010
relative à la prise de contrôle de la société Vaco
par la société JPMB Investissement et le groupe ITM
Entreprises**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 28 octobre 2010 et déclaré complet le 26 novembre 2010, relatif à la prise de contrôle de la société Vaco par la société JPMB Investissement et le groupe ITM Entreprises ;

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 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 Centre Est l'animation, le

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

3. La société Vaco est une société par actions simplifiées de droit français qui a pour objet l'exploitation d'un point de vente à l'enseigne Intermarché à Passins (38). Le capital social de la société Vaco est détenu à [>50] % en pleine propriété et à [<50] % en usufruit par la société Vincel – elle-même détenue par M. et Mme X – ITM Alimentaire Centre Est détenant [<50] % du capital en nue-propriété et ITM Entreprises, une action de préférence. Il ressort de cette répartition et des dispositions des statuts que le groupe ITM exerce un contrôle sur Vaco, conjointement avec les époux X. La société Vaco a signé le 7 avril 2009 un contrat d'enseigne avec ITM Entreprises d'une durée de 25 ans.
4. La société JPMB Investissements est une société holding – détenue par M. Y – qui détient la société VVPC, laquelle exploite un point de vente sous enseigne Netto situé à Vonnas (01), ainsi que la société SGV, laquelle exploite un fonds de commerce de distribution de carburants également situé à Vonnas.
5. En vertu du protocole d'accord de cession d'actions en date du 4 octobre 2010, la société JPMB Investissements s'est engagée à acquérir [<50] % des titres de la société Vaco en pleine propriété et [<50] % en usufruit. La société ITM Alimentaire Centre Est conserve la nue-propriété de [<50] % du capital et ITM Entreprises conserve son action de préférence.
6. L'opération notifiée s'analyse comme la prise de contrôle par la société JPMB Investissements de la société Vaco, conjointement avec le groupe ITM Entreprises. Elle constitue une opération de concentration aux termes de l'article L. 430-1 du code de commerce.
7. 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 (Vaco : [...] millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2009 ; groupe ITM Entreprises : [...] milliards d'euros pour la même année ; JPMB Investissements : [...] millions d'euros). Deux des entreprises concernées réalisent en France un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros dans le secteur du commerce de détail (Vaco : [...] millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2009 ; groupe ITM Entreprises : [...] milliards 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

8. 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

¹ Voir notamment les décisions de la Commission M.496 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 de l'Autorité de la concurrence n°97-A-14 du 1^{er} juillet 1997, dans l'affaire Carrefour/Coran°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.

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

9. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaires 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.
10. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente égale ou supérieure à 2 500 m², et les supermarchés comme des magasins à dominante alimentaire d'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 avec les faits.
11. En l'espèce, le magasin racheté occupe aujourd'hui une surface de vente de 2 499 m². Il rentre donc dans la catégorie des hypermarchés.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

12. Dans ses décisions récentes⁴ 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 ;
 - 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.

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 Sofadi 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 les décisions 09-DCC-24 du 23 juillet 2009 Floritine/CSF ; 09-DCC-10 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.

13. 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.
14. Au cas d'espèce, le magasin concerné par l'opération est un hypermarché puisque sa surface est de 2 499 m². L'analyse concurrentielle portera donc sur les deux marchés, celui incluant les hypermarchés situés dans un rayon de 30 minutes autour de Passins (38) et celui incluant l'ensemble des supermarchés et maxi-discompteurs localisés sur une zone de chalandise de 15 minutes autour de la même ville.

3. MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

15. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne⁵ a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales⁶.
16. 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

17. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes en voiture autour de Passins, l'hypermarché exploité par la société Vaco représente actuellement 8,19 % des surfaces de vente. Compte tenu de la présence dans la même zone d'un hypermarché exploité sous enseigne Intermarché, les points de vente à l'enseigne ITM Entreprises totaliseront 18 % des surfaces de vente à l'issue de l'opération. Ceux-ci feront face à la concurrence des hypermarchés présents dans la même zone de chalandise sous enseignes Carrefour (53 % des surfaces de vente) et Leclerc (28 % des surfaces de vente).
18. Sur le marché comprenant les hypermarchés, supermarchés et autres formes de commerce équivalent, situés dans une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour de Passins, l'hypermarché exploité par la société Vaco représente 46,3 % des surface de vente. De plus, il existe sur la zone concernée un point de vente Netto représentant 16 % des surfaces de vente. Cependant, la substitution de la société JPMB Investissements aux actuels actionnaires majoritaires de Vaco ne modifiera pas la position des enseignes Intermarché dans la zone de chalandise, le nombre de points de vente Intermarché demeurant identique l'issue de l'opération. On relève par ailleurs sur la zone la présence de supermarchés et magasins exploités sous enseignes Casino (22 % des surfaces de vente) et ED (16 %).
19. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés en cause.

⁵ Voir les décisions de la Commission M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000.

⁶ 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 e l'entreprise commune Plamidis du 13 février 2008 et C.2008-32 Carrefour/SAGC du 9 juillet 2008.

B. MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

20. 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.
21. 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 10-0189 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence