

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 10-DCC-188 du 20 décembre 2010
relative à la prise de contrôle conjoint de la société Meri Man par la
société Chambavi et ITM Entreprises**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 19 novembre 2010, relatif à la prise de contrôle conjoint de la société Meri Man par la société Chambavi et ITM Entreprises, formalisée par un protocole d'accord de cession d'actions en date du 4 octobre 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 Chambavi est une société holding contrôlée par M. X. Cette société exploite, par le biais de sa filiale Villans, un commerce à dominante alimentaire sous l'enseigne Intermarché à Villard de Lans (38).
4. La société Meri Man, société par actions simplifiée contrôlée par M. et Mme Y, exploite un hypermarché sous l'enseigne Intermarché situé à Valence (26). La société Meri Man est liée à la société ITM Entreprises par un contrat d'enseigne en date du 26 août 2002 pour une durée de 10 ans. De plus, La société ITM Entreprises détient une action au sein du capital de la société Meri Man qui ne lui confère pas de droits particuliers.
5. L'opération notifiée, formalisée par un protocole d'accord de cession d'actions en date du 4 octobre 2010, consiste en l'acquisition par Chambavi de [>50] % des actions détenues actuellement par la famille Y, ITM Alimentaire Sud Est faisant l'acquisition de [<5] % du capital et ITM Entreprises conservant une action au sein du capital de Meri Man. En outre, la société Meri Man s'engage à adopter les statuts type utilisés par le Groupement des Mousquetaires, lesquels confèrent à ITM Entreprises une action de préférence sur cette société. Pendant une durée de 15 ans, le propriétaire de l'action de préférence a la possibilité de bloquer tout changement d'enseigne. Par ailleurs, il peut s'opposer à toute mutation d'actions et obliger les actionnaires majoritaires à céder le fonds de commerce dès l'instant où ils exploiteraient un fonds de commerce similaire sous une enseigne concurrente. Comme l'Autorité l'a déjà considéré à de nombreuses reprises¹, ces dispositions donneront à ITM Entreprises un contrôle sur la société Meri Man, conjoint à celui exercé par la société Chambavi.
6. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint de la société Meri Man par le groupe ITM Entreprises et la société Chambavi, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
7. Les entreprises concernées exploitent un magasin 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 ; Chambavi : [...] millions d'euros pour le même exercice, intégralement réalisé en France ; Meri Man : [...] millions d'euros intégralement réalisé en France). Les entreprises concernées réalisent 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). Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, elle 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.

¹ Voir par exemple les décisions 10-DCC-09 et 10-DCC-19.

II. Délimitation des marchés pertinents

8. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de la concurrence², deux catégories de marchés peuvent être délimitées³ 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

9. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaires que nationales⁴, 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 supermarchés sont usuellement définis 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, car 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 magasins d'une autre catégorie.
11. En l'espèce, le magasin exploité par la société Meri Man occupe une surface de 3 049 m² et entre donc dans la catégorie des hypermarchés.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

12. Dans ses décisions récentes⁵ 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 :

² 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/Cora n°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.

³ Décisions de la Commission dans les affaires M.1221Rewe/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

⁴ Décisions C.2008-32 Amidis SAGC du 9 juillet 2008, C.2007-172 Carrefour Plane Plamidis du 13 février 2008, C.2007-154 Système UVergali du 3 décembre 2007, C.2007-05 Carrefour Sofodis du 26 mars 2007, C.2006-15 Amidis Hamon du 14 avril 2006, C.2005-98 Carrefour Penny Market du 10 novembre 2005.

⁵ 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.

- 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.
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, l'analyse concurrentielle portera sur les deux marchés, celui incluant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes autour de Valence et celui incluant l'ensemble des hypermarchés, supermarchés et maxi-discompteurs localisés dans une zone de chalandise de 15 minutes.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

15. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne⁶ a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales⁷.
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 incluant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes autour de Valence, l'Intermarché exploité par Meri Man représente 4,2 % des parts de marché exprimées en surfaces de vente. Sont également présents sur la zone de Valence quatre Intermarché détenant ensemble 18,3 % des parts de marché. Les hypermarchés exploités sous une enseigne ITM Entreprises représentent donc sur ce marché une part de marché cumulée de 22,5 %. Ces magasins font face à la concurrence de trois hypermarchés sous l'enseigne du groupe E. Leclerc (29 % des surfaces de vente de la zone), de trois hypermarchés sous enseigne du groupe Casino (25,2 % des surfaces de vente de la zone). Sont également présents le groupe Auchan (12,6 % des surfaces de vente de la zone) et Système U (10,5 % des surfaces de vente de la zone).

⁶ Voir les décisions de la Commission M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000.

⁷ Voir notamment les décisions du ministre dans le secteur, C.2005-98 Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005, C02006-15 Carrefour/Groupe Hamon du 14 avril 2006, C.2007-172 relatif à la création de l'entreprise commune Plamidis du 13 février 2008 et C2008-32 Carrefour /SAGC du 9 juillet 2008.

18. Sur le marché comprenant les supermarchés et autres formes de commerce équivalents, situés dans un rayon de 15 minutes en voiture autour de Valence, l'Intermarché exploité par Meri Man représente 4,7 % des parts de marché exprimées en surfaces de vente. Sont également présents sur la zone de Valence quatre Intermarché et deux Netto détenant ensemble 11,8 % des parts de marché. Les supermarchés exploités sous une enseigne ITM Entreprises représentent donc, sur la zone de chalandise de 15 minutes autour de Valence, une part de marché cumulée de 16,5 %. Ces magasins font face à la concurrence de plusieurs hypermarchés (groupes Casino, E.Leclerc et Auchan), de plusieurs supermarchés (groupes Casino, Carrefour, Système U) et de plusieurs maxi-discompteurs (Lidl et groupe Casino).
19. 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

20. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération qui ne concerne le changement de contrôle que de deux magasins, 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 10-0215 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre