

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 10-DCC-195 du 21 décembre 2010  
relative à la prise de contrôle conjoint de la société Etablissements  
Bertholon Frères par les groupes Carrefour et Provendis**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 18 novembre 2010, relatif à la prise de contrôle conjoint de la société Etablissements Bertholon Frères par les groupes Carrefour et Provendis, formalisée par une promesse synallagmatique de vente en date du 29 octobre 2010 ;

Vu les informations complémentaires transmises par les parties au cours de l'instruction ;

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. Le groupe Carrefour est actif dans la distribution à dominante alimentaire. En France, il exploite des hypermarchés sous enseignes Carrefour et Champion et des supermarchés sous enseignes Champion et Carrefour Market. Il exploite également des magasins de proximité sous enseignes Carrefour City, Shopi, 8 à huit, Marché Plus, Sherpa, Proxi et des magasins discompteurs sous enseignes Ed et Dia.
2. La société Provendis (ci-après, « Provendis »), est la tête du groupe Provendis, intégralement contrôlé par la famille Rosnoble. Le groupe Provendis est actif dans le secteur de l'immobilier et de la distribution alimentaire, notamment à travers la Société d'Exploitation Provencia (ci-après, « Provencia »), une filiale contrôlée conjointement avec le groupe Carrefour. Provencia détient des participations contrôlantes dans plusieurs sociétés en charge de l'exploitation de magasins de commerce de détail à dominante alimentaire, parmi lesquelles la société Douvaine Distribution (ci-après « Douvaine Distribution »).
3. La société Etablissements Bertholon Frères (ci-après « Bertholon »), actuellement détenue exclusivement par le groupe Carrefour à travers ses filiales la SARL JMB Bat, la SAS CSF et

la SAS Amidis et Cie, exploite un fonds de commerce de type supermarché à Amancy (74), sous l'enseigne Carrefour Market et une station-service attenante.

4. L'opération consiste en l'acquisition de 100 % du capital de Bertholon par Douvaine Distribution auprès de la SARL JMB Bat, de la SAS CSF et de la SAS Amidis et Cie. A l'issue de l'opération, Bertholon sera donc contrôlée conjointement par le groupe Carrefour et le groupe Provendis, à travers leur filiale commune indirecte, Douvaine Distribution. En ce qu'elle se traduit par une prise de contrôle conjoint de Bertholon par le groupe Carrefour et le groupe Provendis, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L.430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (groupe Carrefour : 85,96 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2009 ; groupe Provendis : 127,26 millions d'euros pour la même année). Chacune réalise, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (groupe Carrefour : 34,26 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2009 ; groupe Provendis : 125 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 mentionnés au point II de l'article L. 430-2 du code de commerce relatifs au commerce de détail 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<sup>1</sup>, deux catégories de marché peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire<sup>2</sup>. 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.

---

<sup>1</sup> Voir notamment les décisions de la Commission M.946 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 les avis du Conseil de la concurrence n° 97-A-14 du 1<sup>er</sup> juillet 1997 relatif à la prise de participation de la société Carrefour dans le capital de la société Grands Magasins B (GMB), n° 98-A-06 du 5 mai 1998 relatif à l'acquisition par la société Casino-Guichard-Perrachon de la société TLC Béatrice Holdings France SA et n° 00-A-06 du 3 mai 2000 relatif à l'acquisition par la société Carrefour de la société Promodès.

<sup>2</sup> Décisions de la Commission M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000. Voir également la lettre du Ministre C2005-98 du 10 novembre 2005 aux conseils du groupe Carrefour, relative à une concentration dans le secteur de la grande distribution alimentaire.

## A. MARCHES AVAL DE LA DISTRIBUTION

### 1. LES MARCHES DE SERVICE

7. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaires que nationales<sup>3</sup>, 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 hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente égale ou supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>. Les supermarchés sont, pour leur part, usuellement considérés comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 2500 m<sup>2</sup> et supérieure à 400 m<sup>2</sup>. Ces seuils doivent néanmoins être utilisés avec précaution et peuvent être adaptés au cas d'espèce, lorsque des magasins ont une surface située à proximité d'un seuil, soit en dessous, soit au dessus, et peuvent se trouver en concurrence directe dans les faits<sup>4</sup>.
9. En l'espèce, le magasin concerné par l'opération occupe aujourd'hui une surface de vente de 2571 m<sup>2</sup>, il rentre donc dans la catégorie des hypermarchés.

### 2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

10. Dans ses décisions récentes relatives à des opérations concernant des hypermarchés ou des supermarchés<sup>5</sup>, 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 d'une part la demande des consommateurs d'une zone et d'autre part 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 d'une part la demande de consommateurs et d'autre part 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.

---

<sup>3</sup> Lettres du Ministre C2005-98 du 10 novembre 2005 aux conseils du groupe Carrefour, relative à une concentration dans le secteur de la grande distribution alimentaire ; C2006-15 du 14 avril 2006, relative à une concentration dans le secteur de la grande distribution alimentaire ; C2007-154 du 3 décembre 2007, au conseil de la société Système U Centrale Régionale Sud, relative à une concentration dans le secteur de la grande distribution alimentaire ; C2007-172 du 13 février 2008 à Monsieur le Président du groupe Carrefour, relative à une concentration dans le secteur de la grande distribution alimentaire ; C2008-32 du 9 juillet 2008 au Président de la société Amidis & Compagnie, relative à une concentration dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire.

<sup>4</sup> Voir notamment les décisions n° 09-DCC-04 du 29 avril 2009 relative à la prise de contrôle de la société Noukat par la société d'Exploitation Amidis & Cie SAS, filiale du groupe Carrefour ; n° 09-DCC-27 du 24 juillet 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société FRG par le groupe Carrefour, et l'avis du Conseil de la concurrence n° 00-A-06 du 3 mai 2005 relatif à l'acquisition par la société Carrefour de la société Promodès.

<sup>5</sup> Voir notamment les décisions n° 09-DCC-04 du 29 avril 2009 relative à la prise de contrôle de la société Noukat par la société d'Exploitation Amidis & Cie SAS, filiale du groupe Carrefour ; n° 09-DCC-06 du 20 mai 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Evolis SAS par la société ITM Entreprises ; n° 09-DCC-10 du 28 mai 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Frandis par la société Financière Perdis ; n° 09-DCC-24 du 23 juillet 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Floritine par la société CSF, filiale du groupe Carrefour.

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 les délimitations usuelles.
12. En l'espèce, le magasin concerné entrant dans la catégorie des hypermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée sur les deux marchés, celui incluant les hypermarchés situés dans un rayon de 30 minutes autour d'Amancy et celui incluant l'ensemble des hypermarchés, supermarchés et maxi-discompteurs localisés dans une zone de chalandise de 15 minutes autour d'Amancy.

#### **B. MARCHES AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT**

13. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne<sup>6</sup> a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales<sup>7</sup>.
14. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

### **III. Analyse concurrentielle**

#### **A. MARCHES AVAL DE LA DISTRIBUTION**

15. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes en voiture autour d'Amancy, le Carrefour Market exploité par Bertholon représente 3 % des surfaces de vente. Sont également présents dans la zone quatre hypermarchés Carrefour, y compris un hypermarché exploité par Provencia à Cluses, et trois autres hypermarchés situés à Annecy, Bonneville et Sallanches. Au total, le groupe Carrefour représente une part de marché cumulée correspondant à 39 % des surfaces de vente.
16. Ces magasins font face à la concurrence des hypermarchés exploités sous les enseignes Casino (dont les hypermarchés présents dans la zone concernée représentent 21 % des surfaces de vente), Auchan (13 %), Cora (6 %), Intermarché (11 %), Leclerc (7 %) et Système U (3 %).
17. Sur le marché comprenant l'ensemble des hypermarchés, supermarchés et maxi-discompteurs situés dans un rayon de 15 minutes, le Carrefour Market exploité par Bertholon représente 5 % de l'ensemble des surfaces de vente. Le groupe Carrefour détient par ailleurs dix magasins, dont un hypermarché, situés dans des localités dans un rayon de 15 minutes du magasin concerné et couvre, au total, 37 % des surfaces de vente de cette zone.
18. Ces magasins font cependant face à la concurrence de magasins exploités sous les enseignes Casino (dont les magasins représentent 26 % des surfaces de vente dans la zone concernée), Intermarché (17 %), Cora (9 %), Système U (7 %) et Lidl (4 %).

---

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

<sup>7</sup> Voir notamment les décisions C2007-172 Carrefour Plane/Plamidis du 13 février 2008, C2006-15 Amidis/Hamon du 14 avril 2006, 2005-98 Carrefour/Penny market du 19 novembre 2005.

19. Dans les deux zones de chalandises, les magasins du groupe Carrefour sont donc confrontés à la concurrence de plusieurs magasins, adossés à des grands groupes de distribution alimentaire. En outre, l'opération, qui traduit le passage d'un contrôle exclusif du groupe Carrefour à un contrôle conjoint du groupe Carrefour et du groupe Provendis sur Bertholon, ne modifie pas la structure concurrentielle dans ces zones.
20. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés aval.

**B. MARCHES 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 des groupes Carrefour et Provendis, tous produits confondus comme par grands groupes de produits. En outre, l'opération, qui traduit le passage d'un contrôle exclusif du groupe Carrefour à un contrôle conjoint du groupe Carrefour et du groupe Provendis, ne modifie pas la structure concurrentielle dans ces zones.
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 l'approvisionnement.

**DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 10-0212 est autorisée.

La vice-présidente,

Françoise Aubert

---