



**Décision n° 10-DCC-55 du 14 juin 2010
relative à la prise de contrôle exclusif de la société SA Frenil
Distribution par la société Distribution Casino France (groupe
Casino Guichard Perrachon)**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 10 mai 2010, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Frenil Distribution par la société Distribution Casino France, formalisée par un protocole de cession d'actions conclu par les parties en date du 28 avril 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 Distribution Casino France est une filiale du groupe Casino Guichard Perrachon, troisième acteur français de la distribution à dominante alimentaire. Le groupe Casino gère un parc de plus de 10 000 magasins (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, magasins discompteurs...) sous les enseignes Casino, Franprix, Spar, Vival, Naturalia et Leader Price. Le groupe Casino détient également [>50] % du groupe Monoprix. Il est en outre présent dans le secteur de la distribution sur internet de produits non alimentaires avec l'enseigne Cdiscount. Le groupe Casino est contrôlé directement et indirectement par la société Euris, elle-même contrôlée par Monsieur Jean-Charles Naouri. Son chiffre d'affaires total mondial hors taxes en 2009, dernier exercice clos, s'est élevé à [20-30] milliards d'euros, dont [15-25] milliards d'euros en France.
2. La société Frenil Distribution est une société anonyme dont le capital est détenu majoritairement par Michel Dunoyer et la société civile Holding du Manoir. Elle a pour objet principal l'exploitation d'un fonds de commerce à dominante alimentaire sur la commune de Saint Pierre Sur Dives dans le Calvados (14), exploité actuellement sous enseigne « Intermarché » en application d'un contrat de franchise conclu avec la société ITM

Entreprises, contrat qui a été dénoncé le 31 décembre 2009 avec effet au 01 juillet 2010¹. La société Frenil Distribution a réalisé en 2009, dernier exercice clos, un chiffre d'affaires total mondial hors taxes de [15-25] millions d'euros, exclusivement réalisé en France.

3. Le 28 avril 2010, la société Distribution Casino France et les actionnaires de la société Frenil Distribution ont signé un protocole de cession, au bénéfice de la première, de la quasi-totalité du capital social de la société Frenil Distribution, à l'exception de l'action ordinaire détenue par la société ITM Entreprises. Le même jour, les parties ont signé un protocole de cession de la totalité des parts de la société civile immobilière Du Numéro 11 De La Rue Fresnil, cette société étant notamment propriétaire de l'immeuble dans lequel est exploité le fonds de commerce précité.
4. A l'issue de l'opération, la société Distribution Casino France détiendra le contrôle exclusif de la société Frenil Distribution et du magasin de Saint Pierre Sur Dives qu'elle exploitera sous l'une des enseignes du groupe Casino. L'opération notifiée constitue bien une concentration au sens de l'article L.430-1 du code de commerce. 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.

II. Délimitation des marchés pertinents

5. 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.

¹ La société ITM Entreprises, société conduisant et animant le réseau de commerçants indépendants connu sous le nom de « Groupement des Mousquetaires » et détenant notamment l'enseigne Intermarché, possède une action ordinaire dans le capital de la société Frenil Distribution, action ne lui conférant aucun droit particulier.

² 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 l'arrêté ministériel du 5 juillet 2000 dans l'opération Carrefour/Promodès et les avis du Conseil de la concurrence n° 97-A-14 du 1er 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 ; voir aussi les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-46 du 28 septembre 2009 et n°09-DCC-80 du 16 décembre 2009 ;

³ 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.

A. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION

1. LES MARCHÉS DE SERVICE

6. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaire 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.
7. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente supérieure à 2500 m². Il convient cependant de rappeler que ces seuils doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce, des magasins dont la surface est située à proximité d'un seuil, soit en-dessous, soit au-dessus, pouvant se trouver en concurrence directe dans les faits⁵.
8. En l'espèce, le magasin racheté occupe aujourd'hui une surface de vente de 2 731 m². Ce magasin rentre donc dans la catégorie des hypermarchés.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

9. Dans ses décisions récentes⁶ 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:
 - une première zone 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 ;
 - une seconde zone où se rencontrent la demande de consommateurs et l'offre des supermarchés et autres 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 et les magasins discompteurs.
10. 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.
11. Au cas d'espèce, le magasin concerné par l'opération occupant une surface de vente supérieure à 2500 m² et rentrant dans la catégorie des hypermarchés, l'analyse concurrentielle portera sur un premier marché incluant les hypermarchés situés sur une zone de chalandise de 30 minutes autour de Saint Pierre-Sur-Dives et sur un second marché, incluant l'ensemble des

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 U Vergali 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 ; voir aussi les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-46 du 28 septembre 2009 et n°09-DCC-80 du 16 décembre 2009 ;

5 Voir notamment l'avis n°00-A-06 du Conseil du 3 mai 2000 relatif à l'acquisition par la société Carrefour de la société Promodès.

6 Décisions 09-DCC-24 du 23 juillet 2009 Floritine/C.S.F ; 09-DCC- 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,

hypermarchés, supermarchés, et maxi-discompteurs localisés sur une zone de chalandise de 15 minutes autour de Saint Pierre-Sur-Dives.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

12. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne⁷ a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales⁸.
13. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

1. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION A DOMINANTE ALIMENTAIRE

14. Sur le premier marché aval de la distribution à dominante alimentaire, comprenant l'ensemble des hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes autour de Saint-Pierre-Sur-Dives, aucun hypermarché n'est exploité sous une enseigne du groupe Casino avant l'opération. Celle-ci n'entraînera donc pas d'addition de parts de marché.
15. Sur le second marché aval de la distribution à dominante alimentaire, comprenant les hypermarchés, les supermarchés, et les maxi-discompteurs sur une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour de Saint-Pierre-Sur-Dives, le groupe Casino n'exploite aucun hypermarché, supermarché ou maxi-discompteur. Il n'y a donc pas non plus d'addition de parts de marché.
16. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés considérés.

2. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

17. 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 Casino.

⁷ Voir les décisions de la Commission M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et M. 2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000.

⁸ Voir notamment les décisions du ministre dans le secteur, C2005-98, Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005, C2006-15 Carrefour/Groupe Hamon du 14 avril 2006, C2007-172 relatif à la création de l'entreprise commune Plamidis du 13 février 2008 et C2008-32 Carrefour/SAGC du 9 juillet 2008 ; voir également les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-80 du 16 décembre 2009 et n°09-DCC-46 du 28 septembre 2009.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 10-0062 est autorisée.

Le président

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence