

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 11-DCC-44 du 21 mars 2011
relative à l'acquisition des sociétés Callian Distribution et Sainte Anne
d'Evenos Distribution par une société commune créée entre les
sociétés ED et Gescod Provence**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 28 janvier 2011, déclaré complet le 4 mars 2011, relatif à l'acquisition des sociétés Callian Distribution et Sainte Anne d'Evenos Distribution par une société commune créée entre les sociétés ED et Gescod Provence, formalisée par un protocole d'accord du 12 novembre 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. La société ED, détenue à 100 % par le Groupe Carrefour, est la société de tête du pôle hard discount du groupe.
2. La société Gescod Provence est une société par actions simplifiées détenue par les consorts Caranta (ci-après « groupe Cantara »). Outre la société Gescod Provence, le groupe Cantara contrôle des sociétés actives dans l'exploitation de supermarchés et d'hypermarchés sous les enseignes du groupe Carrefour.

3. Les sociétés Callian Distribution et Sainte Anne d'Evenos Distribution sont des sociétés en cours de constitution qui exploiteront chacune un fonds de commerce sous enseigne « Dia » respectivement de 993 m² à Callian (83), et de 963 m² à Sainte Anne d'Evenos (83).
4. L'opération notifiée consiste en l'acquisition de 100 % du capital des sociétés Callian Distribution et Sainte Anne d'Evenos Distribution par une holding nouvellement créée qui sera détenue à 50 % par ED et à 50 % par Gescod Provence. A l'issue de l'opération, Callian Distribution et Sainte Anne d'Evenos Distribution seront donc contrôlées conjointement par les groupes Carrefour et Caranta, à travers leur filiale commune. En ce qu'elle se traduit par une prise de contrôle conjoint des sociétés Callian Distribution et Sainte Anne D'Evenos Distribution par les groupes Carrefour et Caranta, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L.430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées exploitent des magasins de commerce de détail et réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (groupe Carrefour : 85,9 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2009 ; groupe Caranta : 81,9 millions d'euros pour la même année). Chacune réalise, en France dans le secteur du commerce de détail, un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (groupe Carrefour : 34,2 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2009 ; groupe Caranta : 81,9 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 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 concurrence¹, deux catégories de marché peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire². 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 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^{er} 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.

² 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 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.
8. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente égale ou supérieure à 2 500 m². Les supermarchés sont, pour leur part, usuellement considérés comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 2500 m² et supérieure à 400 m². 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 faits⁴.
9. En l'espèce, les magasins concernés par l'opération occuperont une surface de vente respective de 993 et 963 m², ils rentrent donc dans la catégorie des supermarchés.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

10. Dans ses décisions récentes relatives à des opérations concernant des hypermarchés ou des supermarchés⁵, 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

³ 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.

⁴ 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.

⁵ 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.

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 les délimitations usuelles.

B. MARCHES AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

12. 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.
13. 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

14. La création d'une entreprise commune peut entraîner des effets horizontaux lorsque les maisons mères étant simultanément présentes sur un même marché, elles transfèrent tout ou partie de cette activité à cette filiale. Ce n'est pas le cas en l'espèce puisque Carrefour et Gescod Provence ne transfèrent aucune activité à Callian Distribution et Sainte Anne d'Evenos Distribution qui exploiteront chacune un fonds de commerce en cours de constitution sous enseigne « Dia ».
15. Par ailleurs, la création d'une entreprise commune est susceptible d'inciter les maisons mères à coordonner leurs activités sur les marchés sur lesquels elles restent simultanément présentes. En l'espèce, les trois supermarchés exploités sous enseigne Carrefour Market par le groupe Caranta ont cependant déjà fait l'objet de prises de participations par le groupe Carrefour et l'opération notifiée ne peut avoir pour effet de renforcer une coordination des deux groupes dans la gestion de ces points de vente.

B. MARCHES AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

16. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération qui ne concerne que deux magasins, n'est pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat des groupes Carrefour et Caranta, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.

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 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.

17. 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 11-0015 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence