

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 12-DCC-150 du 22 octobre 2012
relative à l'acquisition par la société Codi-France
d'un fonds de commerce auprès du groupe Carrefour**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 25 septembre 2012, relatif à l'acquisition par la société Codi-France d'un fonds de commerce à l'enseigne Champion, formalisée par un compromis de cession de fonds du 30 août 2012 ;

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 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. La société Codi-France est une société par actions simplifiée contrôlée à 100 % par la société Colruyt France. Cette dernière est elle-même contrôlée par Ets Fr. Colruyt, société anonyme de droit belge mère d'un groupe de sociétés actif dans la distribution à dominante alimentaire. En France, la société Codi-France gère un parc de [...] supermarchés sous enseignes Colruyt, Coccinelle, Codi-Marché, et de [...] magasins de proximité sous enseignes Coccimarket et Panier Sympa.
2. Le groupe Carrefour est actif dans la distribution à dominante alimentaire. En France, Carrefour exploite des hypermarchés et des supermarchés sous enseignes Champion, Carrefour Planet et Carrefour Market. Il exploite également des magasins de proximité sous enseigne Carrefour City, Carrefour Contact, Shopi, 8 à Huit, Marché plus et Proxi.
3. L'opération notifiée consiste en l'acquisition par la société Codi-France, auprès du groupe Carrefour, d'un supermarché de 1 100 m² exploité sous enseigne Champion et situé au Thillot (88) (ci-après, le « fonds de commerce cible »). En ce qu'elle se traduit par une prise de contrôle par la société Codi-France d'un fonds de commerce appartenant au groupe Carrefour, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.

En outre, cette opération succède à l'acquisition par Codi-France auprès de Carrefour de cinq fonds de commerce situés à Saint-Calais (72), Romorantin-Lanthenay (41), Selles-sur-Cher (41), Saint-Satur (18) et Combronde (63) (ci-après les « cinq fonds de commerce déjà acquis »), au cours du second semestre de l'année 2011 et du premier semestre de l'année 2012. Ces acquisitions ont été autorisées par l'Autorité de la concurrence le 19 décembre 2011¹.

4. Les acquisitions déjà réalisées et celle envisagée constituent une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce. En effet, conformément à l'article 5, paragraphe 2, deuxième alinéa, du Règlement n° 139/2004 auquel renvoie l'article L. 430-2 du code de commerce, « [...] deux ou plusieurs opérations au sens du premier alinéa qui ont eu lieu au cours d'une période de deux années entre les mêmes personnes ou entreprises sont à considérer comme une seule concentration intervenant à la date de la dernière opération ». Dans ces conditions, compte tenu du fait qu'un délai de moins de deux ans doit s'écouler entre ces deux opérations, il y a lieu de considérer qu'il s'agit d'une seule et même opération.
5. Les entreprises concernées ont réalisé ensemble un chiffre d'affaires hors taxes consolidé sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros lors du dernier exercice clos (Ets Fr. Colruyt : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 mars 2012 ; six fonds de commerce : [...] d'euros pour l'exercice 2011, dont [...] d'euros pour le fonds de commerce cible). Chacune des deux parties à la concentration réalise en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (Ets Fr. Colruyt : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 mars 2011 ; six fonds de commerce : [...] d'euros pour l'exercice 2011, dont [...] pour le fonds de commerce cible). 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.

II. Délimitation des marchés pertinents

6. Les parties sont simultanément actives dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire. Compte tenu du fait que les cinq fonds de commerce déjà acquis ont fait l'objet d'une décision de l'Autorité de la concurrence en décembre 2011² et que le magasin cible ne se situe pas sur la même zone de chalandise, l'analyse ne portera que sur la nouvelle acquisition.
7. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de la concurrence³, deux catégories de marchés peuvent être délimitées⁴ 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

¹ Décision n°11-DCC-181 du 19 décembre 2011.

² Décision n°11-DCC-181 du 19 décembre 2011.

³ 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.

⁴ 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.

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 DE DÉTAIL À DOMINANTE ALIMENTAIRE

1. LES MARCHÉS DE SERVICES

8. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaire que nationale, 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.
9. Les supermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente inférieure à 2 500 m² et supérieure à 400 m².
10. En l'espèce, le magasin concerné par l'opération occupe une surface de vente de 1 100 m². Il entre donc dans la catégorie des supermarchés.

2. DELIMITATION GEOGRAPHIQUE

11. L'Autorité de la concurrence a rappelé à plusieurs reprises 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 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.
12. 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 présentées ci-dessus.
13. En l'espèce, le magasin concerné entrant dans la catégorie des supermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée sur le seul marché incluant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans un rayon de 15 minutes autour de chaque point de vente.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

14. 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.
15. 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 À DOMINANTE ALIMENTAIRE

16. L'opération n'entraîne aucun chevauchement d'activité sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour du fonds de commerce cible, où Colruyt est actuellement absent.
17. Sur cette zone, le fonds de commerce cible totalise [10-20] % des surfaces de vente et fait face à la concurrence des groupes Intermarché et Aldi, représentant respectivement [50-60] % et [20-30] % des surfaces de vente de la zone, ainsi que d'un supermarché sous enseigne Lidl ([10-20] %).
18. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés en cause.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

19. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération, considérée comme l'acquisition de six magasins de commerce de détail réalisant un chiffre d'affaires total de [...] d'euros, n'est pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe Colruyt, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.

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.

⁵ Voir les décisions de la Commission 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.

⁶ 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.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 12-159 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence