

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 12-DCC-15 du 8 février 2012
relative à la prise de contrôle par la société
Retail Leader Price Investissement (groupe Casino)
de la société DBMH**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 4 janvier 2010, relatif à la prise de contrôle de la société DBMH par la société Retail Leader Price Investissement (« RLPI »), formalisée par les notifications de l'exercice d'une option de vente des 2 mars et 3 novembre 2011 ;

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 Retail Leader Price Investissement (ci-après « RLPI ») est une filiale du groupe Casino Guichard Perrachon dont le principal objet est la prise de participation dans des sociétés exploitant des magasins sous l'enseigne Leader Price. Le groupe Casino, troisième acteur français de la distribution à dominante alimentaire, gère un parc de plus de 10 000 magasins (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, magasins discompteurs...) sous enseignes Casino, Franprix, Spar, Vival, Naturalia et Leader Price. Le groupe Casino détient également 50 % du groupe Monoprix. Il est de plus 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 le groupe Euris, lui-même contrôlé par Monsieur Jean-Charles Naouri.
2. DMBH est une société par actions simplifiée dont le capital est détenu à [...] % par Monsieur X et à [...] % par RLPI. DMBH est active dans le secteur du commerce de détail. Elle exploite 22 points de vente sous l'enseigne Leader Price via 21 sociétés d'exploitation et 5 sociétés civiles immobilières qu'elle contrôle exclusivement.

3. DBMH est dotée d'un comité de surveillance composé de trois membres, parmi lesquels deux sont désignés par Monsieur X et un par RLPI, les décisions ne pouvant être valablement prises que si le membre désigné par RLPI est présent ou représenté. La plupart des décisions du comité sont prises à la majorité simple, notamment l'adoption des plans de développement et des budgets annuels d'investissement, de financement et de fonctionnement de la société ou de ses filiales. Ces décisions peuvent donc être votées par les seuls membres désignés par Monsieur X. D'autres décisions, notamment celles relatives à l'acquisition ou la cession de titres ou d'actifs d'une valeur supérieure à [5-10] millions d'euros, sont adoptées à la majorité renforcée et requièrent donc la voix du membre de RLPI.
4. L'objet social de DBMH est limité par les statuts à l'exploitation des magasins sous l'enseigne « Leader Price » ou toute enseigne du groupe Casino. Toute modification des statuts nécessite une majorité renforcée. Par conséquent, les magasins exploités par DBMH ne peuvent pas changer d'enseigne sans l'accord préalable de RLPI.
5. En outre, RLPI est informé d'un grand nombre de décisions et notamment celles concernant (i) la situation analytique mensuelle par magasin faisant apparaître les éléments principaux du compte de résultat, l'effectif, la situation de trésorerie et d'endettement de la société, (ii) pour chaque projet d'acquisition d'un fonds de commerce ou de société exploitant un tel fonds, un document d'information détaillée et (iii) un budget prévisionnel de l'exercice à venir comprenant les bilans et comptes de résultat prévisionnels pour chaque trimestre, les prévisions de trésorerie mensuelle, le plan emplois/ressources et les dépenses d'investissements de la société et des sociétés qu'elle contrôle. RLPI dispose également d'un droit de procéder à un audit annuel des comptes et, en cas de faute grave ou lourde, de révoquer le directeur général de DBMH.
6. Par ailleurs, en vertu de la convention conclue entre les actionnaires de DBMH le 1^{er} octobre 2009, RLPI bénéficie d'un droit de préférence consenti par DBMH et ses filiales en cas de cession de leurs fonds de commerce ou en cas de cession par DBMH des titres de ses filiales.
7. Enfin, Monsieur X et RLPI ont consenti le 1^{er} octobre 2009 respectivement une promesse de vente et une promesse d'achat de la participation de Monsieur X dans DBMH. Monsieur X a notifié à RLPI son intention de lever l'option de vente de la totalité des actions qu'il détient en application de cet accord les 2 mars et 3 novembre 2011. Cette notification a été acceptée par RLPI.
8. Il résulte de ce qui précède que Monsieur X et RLPI disposait, avant l'opération, d'un contrôle conjoint sur DBMH. L'opération confère l'intégralité du capital et des droits de vote de cette dernière à RLPI. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusive de la société DBMH par RLPI, l'opération constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
9. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (groupe Casino : 29,078 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2010 ; DBMH : [...] millions d'euros pour le même exercice). Deux des entreprises concernées réalisent en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (groupe Casino : 17,956 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2010 ; DBMH : [...] millions d'euros pour le même exercice). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au point I 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

10. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de la concurrence¹, deux catégories de marchés peuvent être délimitées² 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

11. 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.
12. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente égale ou supérieure à 2 500 m², et les supermarchés 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.
13. En l'espèce, les 22 magasins rachetés entrent dans la catégorie des supermarchés.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

14. Dans ses décisions récentes⁴ 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 :

¹ 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/Coran°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.

² 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.

³ 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 Sofadi du 26 mars 2007, C.2006-15 Amidis Hamon du 14 avril 2006, C.2005-98 Carrefour Penny Market du 10 novembre 2005.

⁴ 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.
15. 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.
16. Au cas d'espèce, comme les magasins exploités par les parties entrent dans la catégorie des supermarchés, une zone de chalandise de 15 minutes a été retenue autour des 22 magasins concernés.

B. MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

17. 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.
18. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

A. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION A DOMINANTE ALIMENTAIRE

19. En ce qui concerne les sociétés exploitées par DBMH, l'opération emporte un chevauchement avec d'autres magasins détenus par le groupe Casino sur les 17 zones de chalandises suivantes : Auxerre Clarions (89), Auxerre Saint-Georges (89), Belfort (90), Chalon sur Saône Dumorey (71), Chalon sur Saône Niepce (71), Champforgeuil (71), Chenôve (21), Fontaine-lès-Dijon (21), Kembs (68), Kingersheim (68), Miserey-Salines (89), Montbéliard (25), Mulhouse (68), Neuilly-lès-Dijon (21), Quétigny (21), Sultz (68) et Saint-Thibault des Vignes (77).
20. Les parts de marché de la cible et du groupe Casino dans les zones de chalandise concernées sont les suivantes selon la délimitation retenue par les parties :

⁵ Voir les décisions de la Commission 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, C.2005-98 Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005, C.2006-15 Carrefour/Groupe Hamon du 14 avril 2006, C.2007-172 relatif à la création et l'entreprise commune Plamidis du 13 février 2008 et C.2008-32 Carrefour/SAGC du 9 juillet 2008.

Zone	DBMH⁷	Groupe Casino / Monoprix	Total après opération
Auxerre Clarions	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
Auxerre Saint-Georges	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
Belfort	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
Chalon-sur-Saône Dumorey	[10-20] %	[10-20] %	[20-30] %
Chalon-sur-Saône Niepce	[10-20] %	[10-20] %	[20-30] %
Champforgeuil	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
Chenôve	[5-10] %	[20-30] %	[20-30] %
Fontaine-Lès-Dijon	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
Kembs	[10-20] %	[10-20] %	[30-40] %
Kingersheim	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
Miserey-Salines	[0-5] %	[20-30] %	[20-30] %
Montbéliard	[0-5] %	[5-10] %	[10-20] %
Mulhouse	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
Neuilly-lès-Dijon	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
Quétigny	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
Soultz	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
Saint-Thibault des Vignes	[0-5] %	[10-20] %	[10-20] %

21. A l'exception des zones de Champforgeuil, Chenôve, Kembs et Quétigny, la part de marché du groupe Casino demeurera inférieure à [20-30] % à l'issue de l'opération dans l'ensemble des zones concernées. La nouvelle entité sera par ailleurs confrontée dans ces zones à la concurrence exercée notamment par les groupes Louis Delhaize (Cora), Carrefour, Intermarché, Système U ou encore Leclerc.
22. Dans la zone de Champforgeuil, les parties détiendront, selon leurs calculs, une part de marché de [20-30] % suivies par Carrefour et Intermarché (respectivement [20-30] % et [10-20] %).
23. Dans la zone de chalandise du magasin de Chenôve, la part de marché du groupe Casino est, en tout état de cause, inférieure à [20-30] %. Par ailleurs, Intermarché ([20-30] %) et Système U ([10-20] %) disposent d'une implantation importante dans cette zone.
24. Dans la zone de Kembs, selon les estimations des parties, la part de marché de Casino sera de [30-40] %. Ces estimations ont cependant été corrigées durant l'instruction, la zone de chalandise de 15 minutes du Leader Price de Kembs faisant apparaître un autre magasin du groupe Casino et un magasin du groupe Leclerc. Il en ressort que le groupe Casino représentera [30-40] % des surfaces de vente de la zone, mais y fera face à la concurrence significative de magasins des groupes Leclerc ([30-40] %) et Système U ([10-20] %).

⁷ Pour le calcul de la part de marché de la cible, il est fait référence aux ventes de l'ensemble des magasins de DBMH situés dans la zone, plutôt qu'au seul supermarché autour duquel la zone est définie.

25. Enfin, la part de marché du groupe Casino dans la zone du magasin de Quétigny est légèrement supérieure à [20-30] % d'après les estimations des parties. Néanmoins, il ressort de l'instruction qu'il convient de tenir compte de la présence d'un magasin Carrefour situé en bordure de la zone du magasin de Quétigny et omis des estimations initialement notifiées. Il en ressort que le groupe Casino ne contrôlera que [20-30] % des surfaces de vente de la zone et fera notamment face à la concurrence des groupes Carrefour ([30-40] %) et Intermarché ([10-20] %) à l'issue de l'opération.
26. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

27. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération est limitée à 22 magasins représentant, en 2009, moins de [0-5] % du chiffre d'affaires réalisé par le groupe Casino en France sous enseigne Franprix/Leader-Price et moins de [0-5] % du chiffre d'affaires national généré par l'ensemble de l'activité de distribution alimentaire du groupe. L'acquisition de DBMH n'est donc pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe Casino, tous produits confondus comme par grands groupes de produits. Le renforcement est d'autant plus mineur que, préalablement à l'opération, les points de vente objets de l'opération notifiée s'approvisionnaient déjà quasi exclusivement par l'intermédiaire de la centrale d'achat Distribution Leader Price, filiale du groupe Casino.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 11-248 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre