

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 13-DCC-129 du 3 septembre 2013  
relative à l'acquisition des sociétés Arpel et Visama par  
ITM Alimentaire Sud Est**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 5 août 2013, relatif à l'acquisition des sociétés Arpel et Visama par la société ITM Alimentaire Sud Est, matérialisée par un protocole de cession d'actions signé le 17 juillet 2013 ;

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 ITM Entreprises** (ci-après « ITM »), contrôlée à 100 % par la société civile des Mousquetaires, elle-même détenue par 1 403 personnes physiques dits « adhérents associés », conduit et anime le réseau de commerçants indépendants connu sous le nom de « Groupement des Mousquetaires ». En sa qualité de franchiseur, la société ITM Entreprises a comme activité principale l'animation d'un réseau de points de vente, alimentaires et non alimentaires, exploités par des commerçants indépendants sous les enseignes suivantes : Intermarché, Ecomarché, Netto, Restaumarché, Poivre Rouge, Bricomarché, et Roady. Cette gestion s'effectue notamment au travers de la signature et du suivi de contrats d'enseigne avec les sociétés exploitant ces points de vente. ITM Entreprises met également à la disposition de ses franchisés divers services de prospection, de conseil, de formation, etc. Enfin, elle offre aux franchisés la possibilité de bénéficier de conditions d'approvisionnement avantageuses auprès de ses filiales nationales et régionales, mais également des fournisseurs référencés extérieurs au « Groupement des Mousquetaires ».
2. **Les consorts [X]** contrôlent la société Arpel SA qui exploite un commerce de distribution à dominante alimentaire d'une superficie de 6 710 m<sup>2</sup> sous l'enseigne Intermarché situé à Lunel (34) et détient des sociétés exploitant une station service et une laverie automatique dans la même ville. Ils contrôlent également, via la holding Visama, la société Parel SAS qui exploite

un commerce de distribution à dominante alimentaire d'une superficie de 650 m<sup>2</sup> sous l'enseigne Netto situé à Lunel (34).

3. L'opération notifiée consiste en l'acquisition par ITM Alimentaire Sud Est de l'ensemble du capital des sociétés Arpel et Visama et de leur filiales, à l'exception de la société Ovide qui exploite une laverie automatique à Lunel. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle des sociétés Arpel et Visama par ITM Alimentaire Sud Est, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
4. Les entreprises concernées exploitent plusieurs magasins de commerce de détail et réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (ITM : [...] d'euros de chiffre d'affaires mondial pour l'exercice 2012 ; sociétés cibles : [...] d'euros de chiffre d'affaires cumulé pour l'exercice 2012). Les entreprises concernées réalisent en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (ITM : [...] d'euros en France pour l'exercice 2011 ; les sociétés cibles réalisent l'intégralité de leur chiffres d'affaires en France). 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. 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 concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées 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**

6. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaires que nationales, 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 supermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente inférieure à 2 500 m<sup>2</sup> et supérieure à 400 m<sup>2</sup>.
8. En l'espèce, les sociétés cibles exploitent un point de commerce de distribution à dominante alimentaire d'une superficie de 6 710 m<sup>2</sup> qui entre dans la catégorie des hypermarchés et un

point de commerce de distribution à dominante alimentaire d'une superficie de 650 m<sup>2</sup> qui entre dans la catégorie des supermarchés.

## **2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE**

9. Dans ses décisions récentes 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 :
  - 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.
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. En l'espèce, les magasins cibles sont tous les deux situés à Lunel et l'analyse concurrentielle sera donc menée sur le marché incluant les supermarchés, hypermarchés et commerces de proximité et discompteurs situés dans un rayon de 15 minutes autour de Lunel (34) et sur le marché incluant les seuls hypermarchés situés dans un rayon de 30 minutes autour de Lunel (34).

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

12. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales.
13. 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 A DOMINATION ALIMENTAIRE**

14. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour de Lunel, les magasins cibles représenteront [30-40] % des surfaces de vente. Outre l'hypermarché et le Netto cibles, Intermarché exploite un supermarché de 2 195 m<sup>2</sup> dans cette zone, qui représente [5-10] % des surfaces de vente. La part de marché d'ITM à l'issue de l'opération s'élèvera donc à [40-

[40-50] %. Les concurrents d'ITM sur cette zone sont System U qui détiendra une part de marché de [20-30] % et Leclerc ([10-20] %), mais aussi Lidl ([5-10] %), Dia ([0-5] %) ou Norma ([0-5] %).

15. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes en voiture autour de Lunel, ITM représentera [10-20] % des surfaces de vente ([5-10] % pour le magasin cible). Les concurrents d'ITM sur cette zone sont le groupe Carrefour qui détiendra une part de marché de [20-30] %, Auchan ([10-20] %), Système U ([10-20] %), Casino ([10-20] %) et Leclerc ([10-20] %).
16. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché en cause.

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

17. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement il convient d'indiquer que l'opération est limitée à deux magasins qui ne représenteront qu'une partie marginale du chiffre d'affaires réalisé par le groupe ITM en France. L'acquisition n'est donc pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe ITM, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.
18. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché amont de la distribution.

#### **DECIDE**

**Article unique :** L'opération notifiée sous le numéro 13-139 est autorisée.

Le vice-président,

Emmanuel Combe

---