

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 13-DCC-68 du 19 juin 2013
relative à la prise de contrôle exclusif de fonds de commerce du groupe
Carrefour par la société ITM Entreprises**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 15 mai 2013 relatif à la prise de contrôle exclusif des fonds de commerce à dominante alimentaire exploités par les sociétés Lodiap et Lovauto à Louviers (27) par la société ITM Entreprises, formalisée par un protocole d'accord signé le 30 avril 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, 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 fonds de commerce cibles sont un hypermarché à l'enseigne Carrefour Market, d'une surface de 5 700 m² et une station-service situés dans la ville de Louviers (27) contrôlés actuellement par le groupe Carrefour, via ses filiales les sociétés Lodiap et Lovauto.

3. Cette opération succède à l'acquisition par ITM auprès de Carrefour de 11 fonds de commerce situés à Champagné (72), Rennes (35), Brebières (62), Campagne-les-Wardrecques (62), Hoymille (59), La Chapelle Launay (44), Concarneau (29), Rosporden (29), Hennebont (56), Loudéac (22) et Barbezieux (16). Ces acquisitions ont été autorisées par l'Autorité de la concurrence le 27 décembre 2012¹.
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. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif des fonds de commerce exploités par les sociétés Lodiap et Lovauto par le groupe ITM Entreprises, l'opération notifiée est bien une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. 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 (ITM : [...] d'euros de chiffre d'affaires mondial pour l'exercice 2011 ; fonds de commerce cibles : [...] d'euros de chiffre d'affaires pour le même exercice). 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 ; fonds de commerce cibles : [...] d'euros de chiffre d'affaires 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 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

7. 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.

¹ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-183 du 27 décembre 2012.

A. MARCHÉS AVANT DE LA DISTRIBUTION

1. LES MARCHÉS DE SERVICE

8. 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.
9. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente supérieure à 2 500 m².
10. En l'espèce, les sociétés Lodiap et Lovauto exploitent un fonds de commerce sous l'enseigne Carrefour Market d'une surface de vente de 5 700 m² qui rentre donc dans la catégorie des hypermarchés.

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

11. 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.
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, au cas d'espèce, les délimitations usuelles présentées ci-dessus.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

13. 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.
14. 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

15. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes en voiture autour de Louviers, le magasin cible représente [5-10] % des surfaces de vente. Les autres magasins à l'enseigne ITM dans cette zone de chalandise représentent [10-20] % des surfaces de vente. A l'issue de l'opération envisagée la part de marché du groupe ITM s'élèvera donc à [20-30] %. Des hypermarchés aux enseignes des groupes Carrefour, Cora, Auchan, Système U et Leclerc sont également présents dans cette zone.
16. Le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture ne comprend, outre l'hypermarché cible, aucun autre magasin à l'enseigne ITM.
17. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés en cause.

B. MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

18. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement il convient d'indiquer que l'opération est limitée à un magasin qui ne représentera qu'une partie marginale du chiffre d'affaires réalisé par le groupe ITM en France. L'acquisition du contrôle des fonds de commerce exploités par Lodiap et Lovauto n'est donc pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe ITM, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.
19. 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 la distribution.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 13-070 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre
