

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 13-DCC-71 du 24 juin 2013
relative à la prise de contrôle exclusif du fonds de commerce de la
société Financière RSV par la société Carrefour France**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 17 mai 2013 relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Financière RSV*, filiale de la société ITM Entreprises, par la société Carrefour France, filiale du groupe Carrefour, formalisée par un protocole d'accord en date du 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 ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Carrefour France est une société de droit français détenue par le groupe Carrefour, actif dans la distribution à dominante alimentaire (ci-après « Carrefour »). En France, le groupe Carrefour exploite des hypermarchés et des supermarchés sous enseignes Champion, Carrefour Planet et Carrefour Market. Il exploite également des magasins de proximité sous enseignes Carrefour City, Carrefour Contact, Shopi, 8 à Huit, Marché Plus et Proxi. Carrefour conclut également, avec des sociétés exploitant des magasins de commerce de détail à dominante alimentaire, des contrats d'enseigne et d'approvisionnement qui permettent à ces sociétés d'exploiter leurs points de vente sous l'une des enseignes du groupe Carrefour, de s'approvisionner auprès des centrales d'achat de Carrefour, de bénéficier de conditions d'achat négociées par Carrefour auprès de fournisseurs référencés par Carrefour, et de bénéficier des services offerts par Carrefour.

* Rectification d'erreur matérielle.

2. 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 » (ci-après « ITM »). 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 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 ». Le fonds de commerce à dominante alimentaire objet de l'opération est actuellement contrôlé par la société Financière RSV, filiale de la société ITM Entreprises.
3. L'opération notifiée, formalisée par un protocole d'accord en date du 30 avril 2013, consiste en l'acquisition par Carrefour de la société Financière RSV* qui exploite un fonds de commerce à dominante alimentaire situé à Beauvais (60), sous enseigne Intermarché. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de la société Financière RSV* par Carrefour France, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
4. En outre, cette opération succède à l'acquisition par Carrefour auprès d'ITM de cinq fonds de commerce situés à Céret (66), Mauléon (64), Vic-Fezensac (32), Fleurance (32) et Bergerac (24). Ces acquisitions ont été autorisées par l'Autorité de la concurrence le 28 décembre 2012¹.
5. 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.
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 (Carrefour : 76,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires mondial pour l'exercice 2012 ; fonds de commerce cible : 48,2 millions d'euros 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 (Carrefour : 35,3 milliards d'euros en France pour l'exercice 2012 ; fonds de commerce cible : 48,2 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 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.

¹ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-185 du 28 décembre 2012.

* Rectification d'erreur matérielle.

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.

A. MARCHÉS AVAL 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, la société Financière RSV exploite un fonds de commerce sous l'enseigne Intermarché et occupe aujourd'hui une surface de vente de 6 400 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 des 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.
13. En l'espèce, le magasin concerné entrant dans la catégorie des hypermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée sur le marché des hypermarchés situés dans une zone de 30

minutes de déplacement en voiture autour de Beauvais (60) ainsi que sur le marché incluant les supermarchés, hypermarchés, commerces de proximité et discompteurs situés dans un rayon de 15 minutes autour de Beauvais.

B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

14. 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.
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 A DOMINATION ALIMENTAIRE

16. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone de chalandise de 30 minutes de déplacement en voiture autour de Beauvais, Carrefour exploite avant l'opération deux hypermarchés d'une surface cumulée de 12 900 m², soit une part de marché de [10-20] %. L'hypermarché cible représente, avec une surface de 6 400 m², [5-10] % de parts de marché. L'opération confèrera donc au groupe Carrefour une part de marché de [20-30] % dans cette zone.
17. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour de Beauvais, le magasin cible représente [10-20] % des surfaces de vente. La part de marché de Carrefour avant l'opération s'élève à [5-10] %. A l'issue de la concentration, Carrefour contrôlera donc [20-30] % des surfaces de la zone et fera face à la concurrence de points de vente alimentaires exploités sous des enseignes des groupes Auchan (représentant [20-30] % des surfaces), Intermarché ([10-20] %), Système U ([10-20] %), Dia/Ed ([5-10] %), Match ([0-5] %), Lidl ([0-5] %) et Aldi ([0-5] %).
18. 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

19. 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 Carrefour en France. L'acquisition n'est donc pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe Carrefour, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.
20. 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 13-071 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence