

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 14-DCC-144 du 1<sup>er</sup> octobre 2014  
relative à la prise de contrôle conjoint de la société Phalsdis  
par la société Holding Sarredis  
aux côtés de l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 2 juillet 2014, déclaré complet le 29 août 2014, relatif à la prise de contrôle conjoint de la société Phalsdis par la société Holding Sarredis aux côtés de l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc, formalisé par une convention de cession d'actions en date du 28 juillet 2014 ;

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**

### **A. LES ENTREPRISES CONCERNEES**

#### **1. LES ACQUÉREURS ET LA CIBLE**

1.  **Holding Sarredis**  est une société par action simplifiée, contrôlée par Michel Roy et son épouse Françoise Roy, qui détient [...] % du capital de la société Sarredis<sup>1</sup> qui exploite un hypermarché (7 050 m<sup>2</sup>), un drive et un magasin de sport à l'enseigne E. Leclerc à Sarrebourg. La société Sarredis contrôle par ailleurs la société Gasser, qui exploite un magasin de bricolage sous enseigne Brico E. Leclerc, et la société Sarvolec, qui exerce une activité d'agence de voyage, toutes deux situées à Sarrebourg (57).

---

<sup>1</sup> Mme Bugat, Mme Froemer, M. Pageau, M. Pierre Roy ainsi que les sociétés Auxerre Distribution, Chamdis, Lure Distribution, Scapalsace détiennent le restant du capital.

2. **L'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc** (ci-après l'« ACDLec ») est l'organe stratégique du mouvement Leclerc<sup>2</sup>, dont sont adhérentes toutes les personnes physiques qui dirigent les sociétés d'exploitation des magasins Leclerc. L'ACDLec détermine notamment les conditions d'agrément au mouvement Leclerc et signe les contrats d'enseigne dont doivent être titulaires les exploitants de magasins de commerce de détail E. Leclerc.
3. **Phalsdis** est une société à responsabilité limitée en cours de transformation en sociétés par actions simplifiée. Elle exploite sous enseigne E. Leclerc Express un magasin de commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface de vente de 1 800 m<sup>2</sup> situé à Phalsbourg (57). Le capital de Phalsdis est actuellement détenu à 100 % par la société Hypercoop qui a procédé en mars 2014 à une opération de filialisation de ses 28 magasins par voie d'apport de chacun des 28 fonds de commerce à 28 sociétés. Hypercoop est elle-même contrôlée exclusivement par l'« ACDLec »<sup>3</sup>.

## 2. LE CONTRÔLE DES ENTITÉS CONCERNÉES

4. Il est soutenu dans la notification de l'opération que l'ACDLec n'exerce aucun contrôle sur Holding Sarredis et n'exercera aucun contrôle sur Phalsdis après l'opération. Cette dernière serait donc exclusivement contrôlée par les époux Roy et l'opération notifiée consisterait en la prise de contrôle exclusif de Phalsdis par Holding Sarredis.
5. Néanmoins, la société cible, Phalsdis, sera contrôlée à 100 % par Holding Sarredis, elle-même conjointement contrôlée par l'ACDLec et les époux Roy. En effet, comme l'Autorité de la concurrence l'a relevé dans de précédentes décisions<sup>4</sup>, les obligations que l'ACDLec fait peser sur les sociétés d'exploitation lui permettent d'exercer une influence déterminante sur celles-ci. Cette analyse de l'influence déterminante exercée par l'ACDLec est transposable à la présente opération au vu des différents documents contractuels liant Holding Sarredis à l'ACDLec.
6. En premier lieu, l'ACDLec constitue une entreprise au sens des dispositions de l'article L. 430-1 du code de commerce dans la mesure où elle exerce une activité économique consistant notamment, d'après les dispositions de ses statuts<sup>5</sup>, à (i) définir la politique d'enseigne, (ii) protéger et promouvoir le panonceau « Centre Distributeur E.Leclerc », (iii) contrôler soit pour elle-même, soit pour le compte de toute société commerciale groupant les centres distributeurs Leclerc, les conditions de la gestion de ces dernières ou des centres E.Leclerc qui en sont associés et (iv) contribuer à la création de tout organisme de nature à favoriser l'activité, la solidarité et la sécurité de ses adhérents.
7. En second lieu, la détention par l'ACDLec d'un contrôle conjoint sur Holding Sarredis, avant et à l'issue de l'opération, ressort d'un faisceau d'indices reposant notamment sur la possibilité pour l'ACDLec d'intervenir dans la nomination et la révocation du président de

---

<sup>2</sup><http://www.mouvement-leclerc.com/page/1-independance-au-coeur-du-mouvement>

<sup>3</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-112 du 19 août 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Hypercoop par l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc.

<sup>4</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-125 du 27 août 2012 relative à la prise de contrôle conjoint de 28 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire par l'Union des Coopérateurs d'Alsace et l'Association des Centres Distributeurs E.Leclerc, n° 13-DCC-12 du 28 janvier 2013 relative à la prise de contrôle conjoint des sociétés Nobladis et Sodirev par le groupe Cornac et l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc, n° 13-DCC-112 du 19 août 2013 relative à la prise de contrôle exclusive de la société Hypercoop par l'Association des Centres Distributeurs E.Leclerc et n°14-DCC-16 du 12 février 2014 relative à la prise de contrôle conjoint d'un hypermarché sous enseigne Leclerc par les sociétés Licehold, Lihold et l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc.

<sup>5</sup> Voir les dispositions de l'article 1<sup>er</sup> des statuts de l'ACDLec.

cette société et des membres de son conseil de parrainage, dans la politique commerciale du magasin détenu par la société d'exploitation et sur les cessions d'actions de cette dernière.

### ***La possibilité d'intervenir dans la nomination et la révocation du président de la société Holding Sarredis***

8. L'ACDLec dispose d'un droit de veto sur la nomination et l'exercice des fonctions du président de la société Holding Sarredis. Les statuts<sup>6</sup> de cette société prévoient qu'un « conseil de parrainage »<sup>7</sup> nomme (à la majorité simple) et révoque (à l'unanimité) le président de la société, alors que ce dernier assume également « la direction générale de la société ». Ce conseil de parrainage dispose également du droit de se faire communiquer tous documents et informations et de donner son avis sur plusieurs questions stratégiques (acquisition ou cession de bien ou droit immobilier, investissement supérieur à 1 million d'euros, budgets de la société)<sup>8</sup>.
9. Il ressort de ces stipulations que l'ACDLec est en mesure d'exercer, à travers le conseil de parrainage, un contrôle sur la société Holding Sarredis. Les membres du conseil de parrainage sont, outre la centrale d'approvisionnement régionale Scapalsace, tous des associés dirigeants de centres E. Leclerc ou personnes morales dont le représentant est dirigeant de centre E. Leclerc<sup>9</sup>, et donc liés à l'ACDLec par des contrats de panonceau ou d'enseigne. Les membres du conseil de parrainage apportent également leur cautionnement aux dirigeants de centres E. Leclerc dans le cadre d'une convention de parrainage<sup>10</sup>, qui indique « *qu'en raison de l'aide fondamentale fournie sous diverses formes par le Mouvement LECLERC et par les Parrains de l'adhérent, il a été prévu (...) des fonctions de contrôle, de surveillance ou de décision au profit des Parrains, au sein de ladite Société* »<sup>11</sup>. En outre, il ressort de la convention de parrainage que les dirigeants des sociétés d'exploitation n'auront pas d'influence sur l'évolution de la composition du conseil de parrainage dans la mesure où « *le parrainé s'interdit de proposer la révocation d'un ou plusieurs parrains membres du conseil de parrainage de [sa] société* » et « *s'interdit, de manière générale, toute attitude ayant pour but, sinon pour fin, d'évincer les parrains* »<sup>12</sup>.
10. Plus généralement, seuls les membres de l'ACDLec (ou les sociétés d'exploitation qu'ils dirigent) peuvent exploiter un magasin sous enseigne E.Leclerc, adhérer au Galec ou à une société coopérative d'approvisionnement générale du mouvement Leclerc, ce statut supposant d'être titulaire d'un contrat de panonceau (ou d'enseigne) signé avec l'ACDLec<sup>13</sup>, octroyant le droit d'usage de l'enseigne E.Leclerc. Dans la mesure où l'ACDLec n'est pas tenue d'accorder ce droit d'usage de l'enseigne E. Leclerc, ni de justifier ses éventuels refus<sup>14</sup> et où

---

<sup>6</sup> Qui demeureront inchangés à l'issue de l'opération. Ces statuts correspondent aux « statuts-types » des sociétés par actions simplifiées approuvées par l'ACDLec. En application de la charte des adhérents Leclerc, depuis 2002, tout nouvel adhérent au mouvement Leclerc doit faire adopter à la société d'exploitation du magasin qu'il dirige des statuts de SAS dont le modèle a été validé par l'ACDLec (charte des adhérents du mouvement Leclerc, p20).

<sup>7</sup> Article 16, 13.2 et 13.9 des statuts.

<sup>8</sup> Articles 13.5, 16.1 et 16.2 des statuts.

<sup>9</sup> Article 14.1 des statuts.

<sup>10</sup> La partie notifiante a communiqué la convention de parrainage de Michel Roy pour Sarredis.

<sup>11</sup> Article 4 de la convention de parrainage de M. Roy.

<sup>12</sup> Id.

<sup>13</sup> L'article 6 des statuts de l'ACDLec prévoit notamment que « l'adhésion à l'association comporte obligatoirement signature du contrat dont les termes ont été arrêtés par le conseil d'administration et qui définit les conditions de l'attribution du panonceau Centre distributeur Leclerc à l'adhérent ».

<sup>14</sup> Les statuts de l'ACDLec ne mentionnent, à cet égard, que des conditions préalables à l'adhésion, sans que l'ACDLec soit pour autant tenue d'accorder le droit d'usage de l'enseigne Leclerc si ces conditions sont réunies. Il en est de même de la charte des adhérents du mouvement Leclerc qui ne mentionne également que des conditions préalables à l'adhésion.

elle peut retirer ce droit d'usage de l'enseigne E. Leclerc en application de stipulations du contrat d'enseigne ou de panonceau qui lui laissent une très large marge d'appréciation<sup>15</sup>, l'ACDLec peut contrôler la désignation du président, mais aussi celle des membres du conseil de parrainage de la société Holding Sarredis.

### ***L'intervention dans la politique commerciale des sociétés d'exploitation***

11. L'ACDLec<sup>16</sup> impose, dans les contrats de panonceau, dans la charte des adhérents du mouvement Leclerc<sup>17</sup> et dans des directives, diffusées par ses délégués régionaux qui s'assurent de leur bonne application<sup>18</sup>, deux séries d'obligations. Ces obligations limitent fortement l'autonomie des adhérents dans la conduite de leur politique commerciale. En l'espèce, ces obligations s'imposent actuellement à M. Roy en tant que Président de Sarredis<sup>19</sup> et s'imposeront à lui également en tant que futur président de Phalsdis, qui conclura avec l'ACDLec un contrat de panonceau une fois l'opération autorisée<sup>20</sup>.
12. En premier lieu, l'association reçoit communication de tous documents nécessaires à l'appréciation de l'exploitation commerciale des magasins par leurs dirigeants. Les adhérents doivent ainsi adresser chaque année leur bilan et compte d'exploitation ainsi que, mensuellement, le chiffre d'affaires du mois précédent<sup>21</sup>.
13. En deuxième lieu, l'ACDLec impose également, dans les contrats d'enseigne, des obligations lui conférant un rôle déterminant pour la stratégie commerciale des magasins. Ces contrats prévoient en effet notamment que les adhérents ne peuvent appliquer des marges supérieures à celles pratiquées pour les ventes en gros et que, dans tous les cas, les adhérents s'engagent « à ne jamais appliquer une marge supérieure à celles recommandées par l'ACDLec »<sup>22</sup>. Or, la fixation du taux de marge est l'élément essentiel qui conditionne la rentabilité commerciale d'une enseigne de la grande distribution. La charte des adhérents de l'ACDLec prévoit expressément que chaque adhérent est tenu de respecter la politique de prix du mouvement Leclerc qui constitue « un des éléments essentiels de l'appartenance à l'ACDLec. (...) L'objectif d'indice moyen à atteindre pour assurer la compétitivité générale de l'enseigne est de 96,5. Tout adhérent doit tendre à l'objectif fixé et en tout état de cause avoir un indice exhaustif à l'OPUS inférieur à 97,5. Le non-respect de cette règle de prix entraîne la mise en œuvre d'une procédure disciplinaire, un avertissement de l'ACDLec sanctionne tout dépassement, trois avertissements consécutifs pouvant entraîner la radiation de

---

<sup>15</sup> Les contrats de panonceau comportent à cet égard des dispositions très larges, conférant un pouvoir étendu de retrait du droit d'usage de l'enseigne à l'ACDLec, puisqu'ils prévoient que leur résiliation est possible en cas d'« infraction aux présentes [dispositions du contrat de panonceau] ou aux Statuts ou Règlements Intérieurs de l'Association des Centres Distributeurs Leclerc ou de la société SC Galec, comme encore au cas où [le dirigeant de la société bénéficiant du contrat d'enseigne] commettrait une faute professionnelle ou commerciale de nature à causer un préjudice, même simplement moral, aux Centres Distributeurs Leclerc » (paragraphe VIII).

<sup>16</sup> Voir notamment les statuts de l'ACDLec.

<sup>17</sup> La charte des adhérents du mouvement Leclerc prévoit notamment les obligations suivantes incombant aux adhérents du mouvement Leclerc : l'obligation de parrainage et de l'obligation d'adopter des statuts de SAS dont le modèle a été validé par l'ACDLec, l'obligation de respecter la politique sociale du mouvement Leclerc, la limitation du nombre de points de vente pouvant être exploités par un adhérent et l'obligation de respecter la politique de prix du mouvement Leclerc.

<sup>18</sup> Voir les dispositions de l'article 3 du règlement intérieur de l'ACDLec.

<sup>19</sup> M. Roy est titulaire d'un contrat de panonceau.

<sup>20</sup> Les parties n'ont pas fourni le contrat de panonceau de M. Roy pour le magasin cible, qui n'était pas encore signé à la date de la notification, mais ont confirmé que ses termes seraient identiques à ceux usuellement conclus par l'ACDLec.

<sup>21</sup> Voir notamment les dispositions de l'article 6 des statuts de l'ACDLec ainsi que les dispositions de l'article 3 du contrat de panonceau de M. Roy.

<sup>22</sup> Voir les dispositions du paragraphe III du contrat de panonceau de M. Roy.

*l'association* »<sup>23</sup>. Il s'ensuit qu'en pratique, l'ACDLec est effectivement en mesure de corriger la politique commerciale des sociétés d'exploitation de magasins Leclerc.

14. De plus, les contrats d'enseigne imposent aux adhérents des obligations encadrant précisément leur approvisionnement et leurs investissements notamment<sup>24</sup>. Les adhérents sont également tenus de ne pas exploiter ou diriger toute autre entreprise commerciale<sup>25</sup>, alors même qu'elle aurait une activité analogue. Outre ces obligations imposées par l'ACDLec dans les contrats d'enseigne, les membres de l'ACDLec sont tenus de respecter les obligations prévues par la charte des adhérents du mouvement Leclerc<sup>26</sup> et par des directives déclinant la politique d'enseigne élaborée par le comité stratégique de l'ACDLec<sup>27</sup>, et diffusées par ses délégués régionaux<sup>28</sup>. Tout manquement à ces obligations est susceptible de justifier le retrait du droit d'usage de l'enseigne E. Leclerc<sup>29</sup>.

### ***La possibilité d'intervenir sur les cessions d'actions des sociétés d'exploitation***

15. Les différentes dispositions statutaires ou stipulations contractuelles applicables rendent difficiles la cession d'actions de Holding Sarredis à une personne étrangère au mouvement Leclerc.
16. S'agissant des cessions d'actions par l'actionnaire majoritaire, plusieurs obligations prévues dans les statuts de Holding Sarredis y font obstacle :
- toute cession totale ou partielle d'action dont un associé est titulaire doit faire l'objet d'une « offre préalable de cession » aux autres associés<sup>30</sup> ; et
  - si les autres associés n'ont pas manifesté leur volonté d'acquérir les actions dans un délai de deux ans après la présentation de l'offre préalable de cession, le cédant peut contracter avec un tiers, sous réserve de notifier la cession à chacun des associés, qui disposent alors d'un délai de 30 jours pour indiquer s'ils entendent exercer leur droit de préemption. A défaut de réponse dans ce délai, ils sont réputés avoir renoncé à acquérir<sup>31</sup>.
17. Au total, il ressort de l'ensemble des éléments relevés plus haut, et notamment de la possibilité pour l'ACDLec d'intervenir dans l'administration et la politique commerciale ainsi que sur les cessions d'actions de Holding Sarredis, que l'ACDLec dispose de la possibilité d'exercer une influence déterminante sur celle-ci et qu'elle continuera à en disposer à l'issue de l'opération.

---

<sup>23</sup> Voir p. 17 de la charte des adhérents de l'ACDLec.

<sup>24</sup> Voir les dispositions du paragraphe III du contrat de Panonceanu de M. Roy.

<sup>25</sup> Voir les dispositions des paragraphes IV et X du contrat de Panonceanu.

<sup>26</sup> Il s'agit notamment des obligations suivantes : obligation de parrainage et obligation d'adopter des statuts de SAS dont le modèle a été validé par l'ACDLec, obligation de respecter la politique sociale du mouvement Leclerc, limitation du nombre de points de vente pouvant être exploités par un adhérent et obligation de respecter la politique de prix du mouvement Leclerc.

<sup>27</sup> Voir l'article 4 –« Elaboration de la politique d'enseigne » du règlement intérieur de l'ACDLec.

<sup>28</sup> Voir les dispositions de l'article 3 du règlement intérieur de l'ACDLec.

<sup>29</sup> Voir en particulier les dispositions du paragraphe VIII du contrat de panonceanu de M. Roy, ainsi que les dispositions de la page 17 de la charte des adhérents du mouvement Leclerc.

<sup>30</sup> Voir les dispositions de l'article 12 des statuts de Sarredis.

<sup>31</sup> Id.

## **B. L'OPÉRATION**

18. L'opération, formalisée par une convention de cession d'actions signée le 28 juillet 2014, consiste en l'acquisition par les époux Roy, via la société Holding Sarredis, de l'intégralité des actions de la société Phalsdis.
19. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint de la société Phalsdis par la société Holding Sarredis aux côtés de l'ACDLec, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
20. Les entreprises concernées exploitent des magasins de commerce de détail et réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxe total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (mouvement Leclerc : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Holding Sarredis : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 janvier 2013<sup>32</sup>). Deux au moins de ces entreprises réalisent en France un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros dans le secteur du commerce de détail (mouvement Leclerc : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Holding Sarredis : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 janvier 2013). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au II de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatives aux concentrations économiques.

## **II. Délimitation des marchés pertinents**

21. Les marchés concernés par l'opération relèvent du secteur de la distribution à dominante alimentaire.
22. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire. Il s'agit des marchés « aval » qui mettent en présence les entreprises de commerce de détail et les consommateurs pour la vente de biens de consommation et des marchés « amont » de l'approvisionnement sur lesquels les entreprises en tant qu'acheteurs sont en contact avec les fabricants des produits.

### **A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT**

23. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne<sup>33</sup> a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> Les données indiquées correspondent à une durée de huit mois car l'activité a débuté le 22 mai 2012.

<sup>33</sup> Voir par exemple les décisions de la Commission européenne 1684, Carrefour / Promodès du 25 janvier 2000 ; et M. 2115, Carrefour / GB, du 28 septembre 2000.

<sup>34</sup> 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, ainsi que les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-45, n° 13-DCC-112 du 19 août 2013

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

## **B. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION**

### **1. LES MARCHÉS DE SERVICE**

25. 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 commerces 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.
26. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente égale ou supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>, les supermarchés comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 2 500 m<sup>2</sup> et supérieure à 400 m<sup>2</sup> et les supérettes comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente<sup>35</sup> inférieure à 400 m<sup>2</sup> et supérieure à 120 m<sup>2</sup>. Il convient cependant de rappeler que ces seuils doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce, compte-tenu que des magasins dont la surface est située à proximité d'un seuil, soit en-dessous, soit au-dessus, peuvent se trouver en concurrence directe dans les faits<sup>36</sup>.
27. En l'espèce, le magasin exploité par Phalsdis est un supermarché d'une surface de vente de 1 800 m<sup>2</sup>.

### **2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE**

28. Il ressort de la pratique décisionnelle<sup>37</sup> que les conditions de la concurrence s'apprécient sur deux zones différentes selon la taille des magasins :
- un 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 ;

---

*relative à la prise de contrôle exclusive de la société Hypercoop par l'Association des Centres Distributeurs E.Leclerc ou n° 13-DCC-12 du 28 janvier 2013 relative à la prise de contrôle conjoint des sociétés Nobladis et Sodirev par le groupe Cornac et l'Association des Centres Distributeurs E.Leclerc.*

<sup>35</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-112 du 3 août 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société SNC Schlecker par la société Système U Centrale Régionale Sud.

<sup>36</sup> Voir notamment l'avis n°00-A-06 du Conseil du 3 mai 2000 relatif à l'acquisition par la société Carrefour de la société Promodès.

<sup>37</sup> Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-04 du 28 janvier 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Mafical par la société ITM Alimentaire Région parisienne ; la décision n°11-DCC-05 du 17 janvier 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Distri Sud-Ouest par la société Retail Leader Price Investissement, la décision n° 11-DCC-45 du 18 mars 2011 relative à la prise de contrôle exclusif du fonds de commerce de l'hypermarché Cora Desmarais par la société Sodex Desmarais, n° 12-DCC-63 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Guyenne et Gascogne SA par la société Carrefour SA ou les décisions 13-DCC-12 du 28 janvier 2013 et n° 13-DCC-112 du 19 août 2013 précitées.

- un second 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.
29. Cependant l'attractivité de magasins de même format peut varier selon la densité et la qualité de l'équipement commercial d'une zone. Les caractéristiques socio-économiques de la zone concernée (densité de la population, activité économique, géographie, état du réseau routier) peuvent également conduire à affiner, au cas d'espèce, les délimitations usuelles présentées ci-dessus.
  30. En l'espèce, le magasin concerné entrant dans la catégorie des supermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée sur le marché incluant l'ensemble des hypermarchés, supermarchés et maxi-discompteurs localisés dans une zone de chalandise de 15 minutes autour du point de vente de Phalsbourg (57).

### **III. Analyse concurrentielle**

#### **A. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION**

31. Le magasin cible est un supermarché de 1 800 m<sup>2</sup> situé à Phalsbourg (57). L'hypermarché contrôlé avant l'opération par les époux Roy est localisé à Sarrebourg (57)
32. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de 15 minutes en voiture autour du supermarché de Phalsbourg, le magasin cible représente [5-10] % des surfaces de vente et l'autre point de vente à l'enseigne Leclerc, appartenant aux époux Roy, représente [20-30] %, soit une part de marché cumulée de [20-30] %. Les parties feront face à la concurrence de sept autres enseignes, dont deux magasins Cora ([20-30] % des surfaces de vente) et deux magasins Simply Market ([10-20] %).
33. Il résulte de ce qui précède que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés aval.

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

34. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération ne concerne qu'un seul magasin dont l'ACDLec avait le contrôle exclusif avant l'opération. La puissance d'achat du mouvement Leclerc n'est donc pas susceptible d'être renforcée, tous produits confondus comme par catégories de produits.
35. 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.

**DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 14-116 est autorisée.

Le vice-président,

Emmanuel Combe

---

© Autorité de la concurrence