

Autorité
de la concurrence



**Décision 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 et Lihold et l'Association des
Centres Distributeurs E. Leclerc**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 5 décembre 2013, déclaré complet le 8 janvier 2014, relatif à la prise de contrôle conjoint d'un hypermarché sous enseigne Leclerc par les sociétés Licehold et Lihold et l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc, formalisé par une promesse synallagmatique de cession d'actions en date du 21 novembre 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

A. LES ENTREPRISES CONCERNEES

1. LA SOCIÉTÉ CIBLE : ARRADIS

1. Arradis est une société par actions simplifiée exploitant, sous enseigne Leclerc, un magasin de commerce de détail à dominante alimentaire représentant une surface de vente de 2 890 m², situé à Arras dans le département du Pas-de-Calais (62). Le capital d'Arradis est détenu à [...] % par M. [X].

2. LES ACQUÉREURS : M. [Y] ET LE MOUVEMENT LECLERC

a) Les entités concernées

2. Les sociétés Lihold et Licehold sont contrôlées par M. [Y] et ont été créées pour les besoins de l'opération. Le capital de Licehold est majoritairement détenu par M. [Y], le solde étant détenu par son épouse, Mme [Z] (ensemble, les « conjoints [A] ») ainsi que par Mme [B] et les sociétés SDSM Exploitation, Seclindis, Amandis, Rivery Exploitation, Sodiloison et Scapartois, ces dernières étant ou représentant des sociétés d'exploitation de magasins sous enseigne Leclerc. Le capital de Lihold est, pour sa part, entièrement détenu par M. [Y]. Ce dernier contrôle également, via la société holding Financière Dainville, la société par actions simplifiée Dainvildis (ci-après « Dainvildis »). Dainvildis exploite, sous enseigne Leclerc, un magasin de commerce de détail à dominante alimentaire représentant une surface de vente de 6 431 m², situé à Dainville dans le département du Pas-de-Calais (62). M. [Y] contrôle également la société à responsabilité limitée Dainvildis Voyages exerçant une activité d'agence de voyage.
3. L'Association des Centres Distributeurs E.Leclerc (ci-après, l'« ACDLec » ou l'« association Leclerc ») est l'organe stratégique du mouvement Leclerc¹, 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.

b) Le contrôle des entités concernées

4. Il est soutenu dans la notification de l'opération que l'ACDLec n'exerce aucun contrôle sur Arradis ni avant ni après l'opération. Arradis serait donc actuellement exclusivement contrôlée par M. [X] et l'opération notifiée consisterait en la prise de contrôle exclusif de Arradis par M. [Y].
5. A l'issue de l'opération, M. [Y] sera à la fois l'actionnaire majoritaire, via les sociétés Licehold et Lihold, et le président d'Arradis. Il exercera donc une influence déterminante sur Arradis.
6. Néanmoins, comme l'Autorité de la concurrence l'a relevé dans de précédentes décisions², 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 Arradis et l'ACDLec.
7. 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 statuts³, à (i) définir la politique

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

² 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 et 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.

³ Voir les dispositions de l'article 1^{er} des statuts de l'ACDLec.

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.

8. En second lieu, la détention par l'ACDLec d'un contrôle conjoint sur Arradis à l'issue de l'opération⁴ ressort d'un faisceau d'indices reposant notamment sur la possibilité pour l'ACDLec d'intervenir dans la nomination et la révocation du président des sociétés d'exploitation et des membres des comités directeurs, dans la politique commerciale des sociétés d'exploitation et sur les cessions d'actions de ces dernières.

La possibilité d'intervenir dans la nomination, la révocation, et l'exclusion du président d'Arradis, Lihold et Licehold

9. L'ACDLec dispose d'un droit de veto sur la nomination et l'exercice des fonctions du président des sociétés Lihold, Licehold et Arradis. Les statuts⁵ de ces sociétés prévoient qu'un « comité directeur »⁶ nomme et révoque (à la majorité simple) le président de chacune des sociétés, alors que ce dernier assume également « la direction générale de la société ». Aux termes des statuts, le comité directeur « dispose des pouvoirs les plus étendus pour assister le Président de la Société, dans la gestion de la Société ».
10. Il ressort de ces stipulations que l'ACDLec sera en mesure d'exercer, à travers leurs comités directeurs, un contrôle sur les sociétés Arradis, Lihold et Licehold. Les membres des comités directeurs sont nommés parmi les associés des sociétés Arradis et Licehold, peu important le nombre d'actions qu'ils détiennent⁷. Outre M. [Y] et Mme [Z], les membres des comités directeurs de ces sociétés, identiques pour chacune d'entre elles, sont tous des représentants de sociétés d'exploitation sous enseigne Leclerc liées à l'ACDLec par des contrats de panonceau. En effet, l'actionnariat des sociétés Arradis et Licehold est composé quasi exclusivement de sociétés d'exploitation (ou de leur représentant) de magasins sous enseigne Leclerc⁸ qui apportent leur cautionnement aux consorts [A] dans le cadre d'une convention de parrainage⁹. Celle-ci prévoit que « les parrains »¹⁰ seront majoritaires aux comités directeurs des sociétés Arradis, Lihold et Licehold. En outre, il ressort du projet de convention de parrainage que les consorts [A] n'auront pas d'influence sur l'évolution de la composition du comité directeur dans la mesure où ils « s'interdisent de proposer la révocation des « PARRAINS » membres du Comité Directeur des Sociétés « LICEHOLD », « LIHOLD » et ARRADIS » à plus forte raison de voter en faveur de cette révocation »¹¹.

⁴ Les éléments au dossier ne permettent en revanche pas d'établir l'existence d'un contrôle de l'ACDLec sur Arradis avant l'opération, faute pour M. [X] d'avoir signé un contrat de panonceau et de parrainage pour cette société. Toutefois, en l'absence de conséquence sur la contrôlabilité de la présente opération et sur l'analyse concurrentielle, cette question peut toutefois restée ouverte.

⁵ Les statuts d'Arradis resteront inchangés à l'issue de l'opération.

⁶ Article 16 des statuts. La partie notifiante indique que le « comité directeur » fait office au cas d'espèce de « conseil de parrainage », tel qu'analysé dans les précédentes décisions de l'Autorité de la concurrence. L'utilisation de la terminologie « comité directeur » ou « conseil de parrainage » varie d'une région à une autre.

⁷ Article 15 des statuts des sociétés. Scapartois, la société coopérative régionale d'approvisionnement de Leclerc, est également associée d'Arradis et Licehold.

⁸ On précise que Monsieur [Y] dispose de [...] % du capital de Lihold, même si celle-ci reste codirigée par un comité directeur ayant la même composition que les sociétés Arradis et Licehold.

⁹ La partie notifiante communique un projet de contrat de parrainage par laquelle les parrains, « outre leur parrainage auprès de l'ACDLec, pourront les [Monsieur et Madame [A]] cautionner auprès des tiers et des organismes financiers ».

¹⁰ Soit les dirigeant des sociétés d'exploitation ayant apporté leur cautionnement aux époux [A]: Madame [B] (SDSM Exploitation), Monsieur [C] (Amandis), Monsieur [D] (Seclindis), Monsieur [E] Sodiloison) et Monsieur [F] (Rivery Exploitation).

¹¹ Projet de contrat de parrainage.

11. 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'ACDLec¹², 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 refus¹³ et où elle peut retirer ce droit d'usage de l'enseigne E.Leclerc en application de stipulations du contrat d'enseigne qui lui laissent une très large marge d'appréciation¹⁴, l'ACDLec peut contrôler la désignation du président, mais aussi celle des membres du comité directeur des sociétés Arradis, Lihold et Licehold.

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

12. L'ACDLec¹⁵ impose, dans les contrats de panonceau, dans la charte des adhérents du mouvement Leclerc¹⁶ et dans des directives, diffusées par ses délégués régionaux qui s'assurent de leur bonne application¹⁷, 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'imposeront à M. [Y] en tant que futur président d'Arradis, qui conclura avec l'ACDLec un contrat de panonceau une fois l'opération autorisée¹⁸.
13. 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 précédent¹⁹.
14. 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 »²⁰. Or, la fixation du taux de marge est l'élément essentiel qui conditionne la rentabilité commerciale

¹² 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 ».

¹³ Les statuts de l'ACDLec ne mentionnent, à cet égard, que des conditions préalables à l'adhésion, à savoir être propriétaire d'un magasin de commerce de détail à dominante alimentaire et être parrainé par deux membres de l'association, 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 mentionnent également que des conditions préalables à l'adhésion.

¹⁴ Les contrats d'enseigne des membres de l'ACDLec 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 d'enseigne] 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).

¹⁵ Voir notamment les statuts de l'ACDLec.

¹⁶ 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.

¹⁷ Voir les dispositions de l'article 3 du règlement intérieur de l'ACDLec.

¹⁸ La partie notifiante précise dans la notification que M. [Y] devra solliciter un agrément auprès de l'ACDLec pour obtenir un contrat de panonceau lui permettant d'exploiter le magasin d'Arradis. Elle communique un contrat de panonceau « type » en précisant que celui-ci devrait correspondre à celui qui sera conclu entre Monsieur [Y] et l'ACDLec au sujet de la société Arradis.

¹⁹ Voir notamment les dispositions de l'article 6 des statuts de l'ACDLec.

²⁰ Voir les dispositions du paragraphe III des contrats d'enseigne des membres de l'ACDLec, précitées.

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 [...]. Tout adhérent doit tendre à l'objectif fixé et en tout état de cause avoir un indice exhaustif à l'OPUS inférieur à [...]. 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 l'association* »²¹. Il s'ensuit qu'en pratique, l'ACDLec est effectivement en mesure de corriger la politique commerciale des sociétés d'exploitation de magasins Leclerc.

15. De plus, les contrats d'enseigne imposent aux adhérents des obligations encadrant précisément leur approvisionnement, leurs investissements et leur politique sociale²². Les adhérents sont également tenus de ne pas exploiter ou diriger toute autre entreprise commerciale²³, 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 Leclerc²⁴ et par des directives déclinant la politique d'enseigne élaborée par le comité stratégique de l'ACDLec²⁵, et diffusées par ses délégués régionaux²⁶. Tout manquement à ces obligations est susceptible de justifier le retrait du droit d'usage de l'enseigne E.Leclerc²⁷.

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

16. Les différentes dispositions statutaires ou stipulations contractuelles applicables rendent difficiles la cession d'actions des sociétés Arradis ou Licehold à une personne étrangère au mouvement Leclerc.
17. S'agissant des cessions d'actions par l'actionnaire majoritaire, plusieurs obligations prévues dans les statuts d'Arradis et de Licehold 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 associés²⁸ ; 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 acquérir²⁹.

²¹ Voir p. 17 de la charte des adhérents de l'ACDLec.

²² Voir les dispositions du paragraphe III des contrats d'enseigne des membres de l'ACDLec, précitées.

²³ Voir les dispositions des paragraphes IV et X des contrats d'enseigne des membres de l'ACDLec.

²⁴ 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.

²⁵ Voir l'article 4 –« Elaboration de la politique d'enseigne » du règlement intérieur de l'ACDLec.

²⁶ Voir les dispositions de l'article 3 du règlement intérieur de l'ACDLec.

²⁷ Voir en particulier les dispositions du paragraphe VIII des contrats d'enseigne des membres de l'ACDLec, précitées, ainsi que les dispositions de la page 17 de la charte des adhérents du mouvement Leclerc, précitées.

²⁸ Voir l'article 14 des statuts d'Arradis.

²⁹ Id.

18. 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 des sociétés Arradis, Lihold et Licehold, dans la politique commerciale des sociétés et sur les cessions d'actions de ces dernières, que l'ACDLec dispose de la possibilité d'exercer une influence déterminante sur les sociétés Arradis, Lihold et Licehold.

B. L'OPÉRATION

19. L'opération consiste en l'acquisition par M. [Y], via Lihold et Licehold, de [...] % des actions de la société Arradis. En vertu de la promesse synallagmatique de cession d'actions signée le 21 novembre 2013, le capital de la société Arradis sera détenu, après réalisation, à [...] % par Lihold et [...] % par Licehold, le solde étant réparti entre les consorts [A], Madame [B], les sociétés SDSM Exploitation, Seclindis, Amandis, Rivery Exploitation, Sodiloison et Scapartois³⁰.
20. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint de la société Arradis par les sociétés Lihold et Licehold ainsi que l'ACDLec, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
21. Les entreprises concernées exploitent des magasins de commerce de détail et réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (mouvement Leclerc : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Dainvildis : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 janvier 2013 ; Arradis : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2012). 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 ; Dainvildis : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 janvier 2013 ; Arradis : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2012). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. 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

22. Les marchés concernés par l'opération relèvent du secteur de la distribution à dominante alimentaire.
23. 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, 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

³⁰ Monsieur [Y], son épouse Madame [Z], Madame [B], les sociétés SDSM Exploitation, Seclindis, Amandis, Rivery Exploitation, Sodiloison et Scapartois disposeront d'une action chacun.

consommation et, d'autre part, des marchés « amont » de l'approvisionnement des entreprises de commerce de détail en biens de consommation courante.

A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

24. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne³¹ a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales³².
25. 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

26. 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.
27. Les supermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente inférieure à 2 500 m² et les hypermarchés comme des magasins d'une surface légale de vente de plus de 2 500 m². En l'espèce, le magasin exploité par Arradis est un hypermarché occupant une surface de vente de 2 890 m².
28. En conséquence, l'analyse concurrentielle est effectuée sur un marché comprenant uniquement les hypermarchés et sur un marché incluant tous les formats (hypermarchés, supermarchés, hard-discounters), hormis les petits commerces de détail (moins de 400 m²).

2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

29. Il ressort de la pratique décisionnelle³³ que les conditions de la concurrence s'apprécient sur deux zones différentes selon la taille des magasins :

³¹ 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.

³² 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 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.

³³ 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 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 ;
 - 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.
30. 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.
31. En l'espèce, le magasin concerné entrant dans la catégorie des hypermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée sur les deux marchés, celui incluant les hypermarchés situés dans un rayon de 30 minutes autour d'Arras (62) et celui incluant l'ensemble des hypermarchés, supermarchés et maxi-discompteurs localisés dans une zone de chalandise de 15 minutes autour d'Arras (62).

III. Analyse concurrentielle

A. LES MARCHES AVAL DE LA DISTRIBUTION

32. Le magasin cible est un hypermarché de 2 890 m² situé à Arras dans le département du Pas-de-Calais (62). L'hypermarché contrôlé avant l'opération par M. [Y] est localisé à Dainville (62) et se situe à huit minutes en voiture.
33. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de 15 minutes en voiture autour de l'hypermarché d'Arras, les magasins d'Arras et de Dainville représentent [20-30] %, et l'ensemble des magasins sous enseigne Leclerc, [30-40] %, des surfaces de vente de la zone. Sur cette zone, les parties feront face à la concurrence de plusieurs autres enseignes, dont deux magasins Auchan ([20-30] % des surfaces de vente), quatre magasins Carrefour ([10-20] %) et deux magasins Intermarché ([10-20] %).
34. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone de 30 minutes en voiture autour de l'hypermarché d'Arras, les hypermarchés d'Arras et de Dainville représentent [5-10] %, et l'ensemble des hypermarchés sous enseigne Leclerc, [20-30] %, des surfaces de vente. Sur cette zone, les parties feront face à la concurrence de plusieurs autres enseignes, dont trois hypermarchés Auchan ([30-40] % des surfaces de vente), deux hypermarchés Carrefour ([10-20] %) et deux hypermarchés Cora ([10-20] %).
35. 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

36. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération qui ne concerne qu'un seul magasin, n'est pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du mouvement Leclerc, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.
37. 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 13-239 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence