

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 14-DCC-30 du 6 mars 2014**  
**relative à la prise de contrôle exclusif par la société Carrefour**  
**Proximité France de 129 magasins de commerce de détail à dominante**  
**alimentaire**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 7 février 2014, relatif à la prise de contrôle exclusif par la société Carrefour Proximité France de 129 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire exploités sous enseigne « Coop », « Point Coop » et « Supermarché Coop », formalisée par une promesse unilatérale d'achat signée le 3 décembre 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 Carrefour Proximité France est une filiale du groupe Carrefour (ci-après « Carrefour »), présent dans le secteur du commerce de détail à dominante alimentaire. En France, Carrefour exploite des hypermarchés sous enseignes Carrefour et Champion et des supermarchés sous enseignes Champion et Carrefour Market. Il exploite également des magasins de proximité sous enseigne Carrefour City, Carrefour Contact, Shopi, 8 à Huit, Marché plus et Proxi. De plus, Carrefour conclut 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.

2. Les cibles de l'opération sont 129 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire<sup>1</sup> exploités sous enseigne « Coop », « Point Coop » et « Supermarché Coop » situés dans les départements du Bas-Rhin (67) et du Haut-Rhin (68). Ces magasins sont actuellement contrôlés par l'Union des Coopérateurs d'Alsace (ci-après « UCA »), société coopérative de consommation à capital variable active dans l'est de la France.
3. L'opération, formalisée par une promesse unilatérale d'achat signée le 3 décembre 2013, consiste en la cession par UCA à la société Carrefour Proximité France des fonds de commerce de 129 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire, ainsi que de la propriété des murs de 50 de ces magasins<sup>2</sup>. Au regard de ces éléments, Carrefour exercera un contrôle exclusif sur les 129 magasins cibles à l'issue de l'opération.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de 129 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire par Carrefour, l'opération constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. 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 (Carrefour : 76,8 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2012 ; les fonds de commerce cibles : 65 millions d'euros l'exercice clos le 31 décembre 2013). Elles 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 pour l'exercice clos au 31 décembre 2012 ; les fonds de commerce cibles : 65 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 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 à la concentration économique.

---

<sup>1</sup> Ces magasins de commerce de détail à dominante alimentaire sont situés à Strasbourg (67), Meistratzheim (67), Schiltigheim (67), Mutzig (67), Weyersheim (67), Ottrott (67), Geispolsheim (67), Wasselonne (67), Saverne (67), Brumath (67), Gertsheim (67), Dettwiller (67), Mertzwiller (67), Andlau (67) Molsheim(67), Erstein (67), Sessenheim (67), Hoerth,Lauterbourg (67), Liepvre (67), La Wantzenau (67), Offendorf (67), Schweighouse (67), Epfig (67), Urmatt (67), Barr (67), Bouxwiller (67), Niederhaslach (67), Geudertheim (67), Niederbronn (67), Steinbourg (67), Monswiller (67), Itenheim (67), Mundolsheim (67), Rhinau (67), Muttersholtz (67), Scwindratzheim (67), Dinsheim sur Bruche (67), Vendenheim (67), Blaesheim (67), Dorlisheim (67), Gundershoffen (67), Greswiller (67), Ebersheim (67), Souffelweyersheim (67), Durrenbach (67), Boersch (67), Westhoffen (67), Wisches (67), Duppigheim (67), Still (67), Oberhaslach (67), Fegersheim (67), Eschau (67), Lipsheim (67), Hindisheim (67), Lutzelbourg (57), Sarre Union (67), Molsheim (67), Ohnheim (67), Nordhouse (67), Wingersheim (67), Mommenheim (67), Chatenois (67), Niederlauterbach (67), Eckbolsheim (67), Beinheim (67), Woerth (67), Lembach (67), Schleithal (67), Imbsheim (67), Neuwiller les Saverne (67), Wolxheim (67), Preuschdorf (67), Lutzelhouse (67), Wittisheim (67), Soufflenheim (67), Krautergersheim (67), Wissembourg (67), Grendelbruch (67), Rothau (67), Bischoffsheim (67), Furdenheim (67), Wingersheim (67), Weitbruch (67), Wimmenau (67), Schirrhein (67), Bischheim (67), Sélestat (67), Mulhouse (68), Illzach (68), Buhl (68), Thann (68), Guebwiller (68), Morschwiller le Bas (68), Merxheim (68), Zillisheim (68), Reguisheim (68), Munchhouse (68), Meyenheim (68), Senthheim (68), Pulversheim (68), Guemar (68), Beblenheim (68), Breitenbach (68), Ribeauvillé (68), Metzeral (68), Bergheim (68), Ingersheim (68), Colmar (68), Ostheim (68), Walbach (68), Colmar (68), et Bennwahr (68).

<sup>2</sup> Les magasins dont la propriété des murs sera cédé à la société Carrefour Proximité France à l'occasion de la présente opération sont situés à Strasbourg (67), Mutzig (67), Weyersheim (67), Wasselonne (67), Saverne (67), Brumath (67), Gertsheim (67), Dettwiller (67), Mertzwiller (67), Andlau (67) Sessenheim (67), Hoerth (67), La Wantzenau (67), Offendorf (67), Schweighouse (67), Urmatt (67), Barr (67), Niederbronn (67), Monswiller (67), Mundolsheim (67), Muttersholtz (67), Gundershoffen (67), Souffelweyersheim (67), Oberhaslach (67), Fegersheim (67), Lipsheim (67), Hindisheim (67), Sarre Union (67), Ohnheim (67), Nordhouse (67), Geispolsheim (67), Niederlauterbach (67), Eckbolsheim (67), Wittisheim (67), Wissembourg (67), Grendelbruch (67), Bischoffsheim (67), Metzeral (68) et Colmar (68).

## II. Délimitation des marchés pertinents

6. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de la concurrence<sup>3</sup>, deux catégories de marchés peuvent être délimitées<sup>4</sup> 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 SERVICES

7. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaires que nationales<sup>5</sup>, 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.
8. 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>6</sup> inférieure à 400 m<sup>2</sup> et supérieure à 120 m<sup>2</sup>.
9. S'agissant des magasins de proximité à dominante alimentaire, la pratique décisionnelle a précisé qu'il convenait d'analyser les conditions dans lesquelles le marché fonctionne effectivement, notamment le fait que, dans un certain nombre de configurations géographiques, un hypermarché, un supermarché ou un magasin de maxi-discount peut être habituellement utilisé par certains consommateurs comme un magasin de proximité, en substitution d'une supérette, tout en précisant que la réciproque n'est pas vraie<sup>7</sup>.

---

<sup>3</sup> Voir notamment les décisions de la Commission M.496 Intermarché/Spar du 30 juin 1997, M.991 Promodès/Casino du 30 octobre 1997 et M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000. Voir également et notamment la décision n°12-DCC-48 du 6 avril 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sofides par la société ITM Entreprises.

<sup>4</sup> Voir notamment les décisions de la Commission dans les affaires M.1221 Rewe/Meinl du 3 février 1999, M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000. Voir également la décision C.2005-98 Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005.

<sup>5</sup> Voir notamment les décisions du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie dans le secteur : C.2008-32 Amidis SAGC du 9 juillet 2008, C.2007-172 Carrefour Plane Plamidis du 13 février 2008, C.2007-154 Système U Vergali du 3 décembre 2007, C.2007-05 Carrefour Sofadi du 26 mars 2007, C.2006-15 Amidis Hamon du 14 avril 2006, C.2005-98 Carrefour Penny Market du 10 novembre 2005. Voir également la décision 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>6</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-112 précitée.

<sup>7</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-25 du 19 mars 2010 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Louis Delhaize par la société H Distribution (groupe Hoio), 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, et n° 13-DCC-90 du 11 juillet 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Monoprix par la société Casino Guichard-Perrachon ainsi que.

10. La pratique décisionnelle<sup>8</sup> a relevé que les petits libres-services (d'une surface inférieure à 120 m<sup>2</sup>) offraient un assortiment et un niveau de prix susceptible de limiter leur capacité à concurrencer durablement les supérettes et, a fortiori, les supermarchés ou les hypermarchés. Au cas d'espèce, la partie notifiante soutient que les petits libres-services d'une surface inférieure à 120 m<sup>2</sup>, faisant partie d'un réseau national, relèvent du même marché du petit commerce de détail que les supérettes de plus de 120 m<sup>2</sup>. Elle précise à cet égard qu'un certain nombre de magasins Coop ou Point Coop ont une surface de vente inférieure au seuil de 120 m<sup>2</sup> et qu'il en est de même de certains magasins appartenant à des groupes concurrents tels que notamment ceux qui sont exploités sous enseigne Spar ou Petit Casino. Il n'est pas nécessaire au cas d'espèce de trancher la question de l'existence d'un marché distinct des petits libres-services, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées, quelle que soit la délimitation retenue.
11. En l'espèce, parmi les 129 magasins cibles, 19 d'entre eux ont une surface supérieure à 400 m<sup>2</sup> et entrent donc dans la catégorie des supermarchés. Les 110 autres magasins cibles, dont 53 magasins de moins de 120 m<sup>2</sup>, entrent dans la catégorie du petit commerce de détail et feront l'objet d'une analyse concurrentielle tenant compte des formats de magasins à dominante alimentaire suivants : hypermarché, supermarchés, hard discounters, supérettes et petits libres-services appartenant à un réseau national.

## 2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

12. Il ressort de la pratique décisionnelle<sup>9</sup> que les conditions de la concurrence relatives aux supermarchés et hypermarchés s'apprécient sur deux zones différentes selon la taille des magasins :
  - un 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 ;
  - 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.
13. L'Autorité considère donc que l'analyse concurrentielle doit porter sur ces deux marchés lorsque le magasin cible est un hypermarché et qu'elle ne porte que sur le premier\* marché précité lorsque le magasin cible est un supermarché.
14. L'Autorité rappelle toutefois de façon constante que ces délimitations sont susceptibles d'évoluer au cas par cas, en fonction des caractéristiques de la zone locale. 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

---

<sup>8</sup> Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-112 précitée.

<sup>9</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, et la décision n°12-DCC-63 précitée.

\* Rectification d'erreur matérielle.

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.

15. Au cas d'espèce, 19 des magasins cibles entrent dans la catégorie des supermarchés. Une zone de chalandise définie en tenant compte d'un trajet maximum en voiture de 15 minutes a donc été retenue autour des magasins concernés.
16. Les 110 autres magasins cibles sont des supérettes ou des petits libres-services, d'une surface comprise entre 41,5 m<sup>2</sup> et 395 m<sup>2</sup>. Dans des décisions récentes<sup>10</sup>, l'Autorité a eu l'occasion de préciser que, lorsque les magasins cibles sont des magasins de petit commerce de détail (d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup>), la zone de chalandise pertinente était inférieure à celle définie pour les supermarchés<sup>11</sup>. S'agissant des centre-ville de province, l'Autorité a ainsi examiné les effets de l'opération dans des zones de chalandise définies en tenant compte de trajets de 10 minutes à pied autour des magasins cibles, le mode de déplacement à pied ayant été jugé, dans ces cas d'espèces, plus pertinent que le mode de déplacement en voiture.
17. De la même façon, les effets de la présente opération ont été examinés sur une zone de chalandise de 10 minutes à pied autour des magasins cibles de moins de 400 m<sup>2</sup>. Toutefois, tout comme en ce qui concerne les magasins de plus grande taille, il sera tenu compte de tout élément pertinent conduisant, le cas échéant, à affiner, au cas d'espèce, cette délimitation.

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

18. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne<sup>12</sup> a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales<sup>13</sup>.
19. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

### **III. Analyse concurrentielle**

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

20. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, les achats de l'ensemble du groupe Carrefour ont représenté en 2013\* moins de [...] d'euros, soit moins de [10-20] % du marché global de l'approvisionnement. La part des achats du groupe Carrefour est inférieure à [20-30] % quelle que soit la catégorie de produit prise en compte. Le montant cumulé des

---

<sup>10</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-112 précitée et la décision n°13-DCC-144 du 28 novembre 2013 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Franprix Leader Price Holding (groupe Casino) des sociétés Ardis, Badis, Nidis, Saudis, Eldis, Puidis, Pedis, Cydis, Breadis, Clemendis et Carbudis.

<sup>11</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-25, n° 12-DCC-112, n° 13-DCC-90 et n°13-DCC-144, précitées.

<sup>12</sup> Voir les décisions de la Commission COMP / M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000, COMP / M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000.

<sup>13</sup> Voir notamment les décisions du ministre dans le secteur, C.2005-98 Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005, C.2006-15 Carrefour/Groupe Hamon du 14 avril 2006, C.2007-172 relatif à la création et l'entreprise commune Plamidis du 13 février 2008 et C.2008-32 Carrefour/SAGC du 9 juillet 2008, ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence n°13-DCC-90 précitée.

\* Rectification d'erreur matérielle.

achats effectués par les 129 magasins concernés par l'opération s'élève à [...] d'euros, soit moins de [0-5] % du montant des achats effectués en France sur le marché amont de l'approvisionnement. La part des achats cumulés de ces 129 magasins-cibles sur chacun des marchés définis par catégorie de produits par la pratique décisionnelle est inférieure à [0-5] %.

21. L'opération n'est donc pas susceptible de renforcer la puissance d'achat de Carrefour sur les marchés amont de l'approvisionnement, quelle que soit la segmentation de marché retenue.

## **B. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE DETAIL A DOMINANTE ALIMENTAIRE**

22. S'agissant des supermarchés, le groupe Carrefour ne détenait une autre surface de vente que dans une seule zone, celle délimitée autour du point de vente cible de Brumath (67). Dans cette zone, la part de marché cumulée des parties est cependant limitée à 3,6 % et le groupe Carrefour y demeurera confronté à la concurrence de sept groupes de distribution concurrents.
23. S'agissant des magasins de proximité, l'opération entraîne des chevauchements d'activités avec d'autres points de vente sous enseigne du groupe Carrefour dans les zones de chalandise des magasins cibles situés faubourg Saint-Pierre et avenue des Vosges à Strasbourg (67).
24. Dans la zone du magasin cible situé faubourg Saint-Pierre à Strasbourg (67), la part de marché cumulée des parties est limitée à 9,4 % et le groupe Carrefour y sera confronté à la concurrence de deux groupes de distribution concurrents. L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence dans cette zone.
25. Dans la zone de chalandise du magasin cible situé avenue des Vosges à Strasbourg (67), d'une surface de 372 m<sup>2</sup>, ne sont actuellement présents que deux autres magasins cibles, d'une surface respective de 42 m<sup>2</sup> et 94 m<sup>2</sup>, ainsi qu'un magasin Carrefour Express d'une surface de vente de 87 m<sup>2</sup>. A la suite de l'opération, le groupe Carrefour exploitera donc la totalité des surfaces alimentaires de cette zone, soit 595 m<sup>2</sup>.
26. Toutefois, l'ouverture d'un magasin Monop' de 440 m<sup>2</sup>, qui sera situé à moins de cinq minutes à pied du magasin cible, est programmée pour le mois de décembre 2014. Une autorisation a été délivrée à cet effet par la Commission départementale d'aménagement commercial du Bas-Rhin en 2010. Ce magasin disposera d'une surface de vente et d'une profondeur de gamme supérieures à celles des autres magasins de la zone et exercera donc une pression concurrentielle directe sur le magasin cible. En tenant compte de l'ouverture prochaine de ce magasin Monop', la part de marché du groupe Carrefour dans la zone s'élève à 57,5 %.
27. Par ailleurs, un magasin de 1 905 m<sup>2</sup>, exploité sous enseigne Galeries Gourmandes, est situé en bordure (11 minutes à pied) de la zone de chalandise du magasin cible. Les informations recueillies auprès d'Atac, filiale du groupe Auchan qui exploite les magasins sous enseigne Galeries Gourmandes, montrent que l'offre de ces magasins est similaire à celle des autres enseignes de supermarchés du groupe, même s'ils proposent également certains produits haut de gamme. En effet, les magasins Galeries Gourmandes s'approvisionnent dans les mêmes conditions que les autres supermarchés du groupe et la profondeur de la gamme de produits, sous marque de distributeurs (« MDD ») ou sous marques de fournisseur, est comparable à celle des autres supermarchés du groupe Auchan. Le nombre moyen de références de produits MDD y est même supérieur à celui d'autres supermarchés du groupe. Enfin, les comparaisons effectuées entre cette enseigne et d'autres supermarchés du même groupe, s'agissant de la part de la surface alimentaire dans la surface totale et de leurs chiffres d'affaires alimentaires par m<sup>2</sup>, confirment que les Galeries Gourmandes n'ont pas un positionnement prix

particulièrement élevé. Au vu de ces éléments, ce magasin est susceptible d'exercer sur le magasin cible une pression concurrentielle significative et l'opération ne porte donc pas atteinte à la concurrence dans la zone de chalandise située autour de l'avenue des Vosges à Strasbourg (67).

28. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés de distribution de détail à dominante alimentaire concernés.

### **DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 14-003 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

---

© Autorité de la concurrence