

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 15-DCC-117 du 17 septembre 2015  
relative à la prise de contrôle conjoint d'un magasin de commerce de  
détail à dominante alimentaire par la société Eper-Dis  
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 31 juillet 2015, et déclaré complet le 20 août 2015, relatif à la prise de contrôle conjoint d'un magasin de commerce de détail à dominante alimentaire par la société Eper-Dis aux côtés de l'Association des Centres Distributeurs E.Leclerc, formalisée par une promesse synallagmatique de cession de fonds de commerce du 24 juin 2015 ;

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 CONCERNÉES**

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

- Eper-Dis** est une société par actions simplifiée qui exploite un hypermarché à l enseigne E.Leclerc, d'une surface de 5 900 m<sup>2</sup> situé à Dizy (51), et un supermarché à l enseigne E.Leclerc d'une surface de 843 m<sup>2</sup>, situé à Ay (51). Elle est détenue à [...] % par les époux [X]. Eper-Dis contrôle la société Spnadrive qui exploite deux drives accolés aux magasins E.Leclerc de Dizy et d'Ay, exploités par Eper-Dis.
- L'Association des Centres Distributeurs E.Leclerc** (ci-après l' « ACDLec ») est l'organe stratégique du mouvement E.Leclerc, dont sont adhérentes toutes les personnes physiques qui dirigent les sociétés d'exploitation de magasins E.Leclerc. L'ACDLec détermine notamment

les conditions d'agrément au mouvement E.Leclerc et signe les contrats d'enseigne dont doivent être titulaires les exploitants de magasins de commerce de détail E.Leclerc.

3. Le magasin cible est un supermarché, exploité sous enseigne Simply Market, situé à Dormans (51). Il comprend un fonds de commerce de magasin de détail à dominante alimentaire, d'une surface de vente de 1 098 m<sup>2</sup>, qui appartient à la société Atac, ainsi qu'un fonds de commerce de vente au détail de carburant sous enseigne Simply Market, qui appartient à la société Parea. Les sociétés Atac et Parea sont contrôlées par le groupe Mulliez.

## 2. LE CONTRÔLE DES ENTITÉS CONCERNÉES

4. Il est soutenu dans la notification de l'opération que l'ACDLec n'exerce aucun contrôle sur Eper-Dis et n'exercera aucun contrôle sur le magasin cible après l'opération. Ce dernier serait donc exclusivement contrôlé par les époux [X] et l'opération notifiée consisterait en la prise de contrôle exclusif du magasin cible par Eper-Dis.
5. Néanmoins, à l'issue de l'opération, les fonds de commerce de supermarché et de station-service du magasin cible, seront détenus par Eper-Dis, elle-même conjointement contrôlée par l'ACDLec et les époux [X]. En effet, comme l'Autorité de la concurrence l'a relevé dans de précédentes décisions<sup>1</sup>, les obligations que l'ACDLec fait peser sur les sociétés d'exploitation de magasins E.Leclerc, telles que la société Eper-Dis, lui permettent d'exercer une influence déterminante sur celle-ci. Cette analyse de l'influence déterminante exercée par l'ACDLec est transposable à la présente opération au vu des différents documents contractuels liant Eper-Dis 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>2</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 E.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 la société Eper-Dis 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 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.

---

<sup>1</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, n°14-DCC-16 du 12 février 2014 relative à la prise de contrôle conjoint d'un hypermarché sous enseigne E.Leclerc par les sociétés Licehold, Lihold et l'Association des Centres Distributeurs E.Leclerc, n°14-DCC-144, 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, n°14-DCC-196 du 24 décembre 2014 relative à la prise de contrôle conjoint d'un magasin de commerce de détail à dominante alimentaire par la société Blanc Mesnil Distribution aux côtés de l'Association des Centres Distributeurs E.Leclerc.

<sup>2</sup> Voir les dispositions de l'article 1<sup>er</sup> des statuts de l'ACDLec.

## ***La possibilité d'intervenir dans la nomination et la révocation du président de la société Eper-Dis***

8. L'ACDLec dispose d'un droit de veto sur la nomination et l'exercice des fonctions du président de la société Eper-Dis. Les statuts<sup>3</sup> de cette société prévoient qu'un « conseil de parrainage »<sup>4</sup> nomme, à la majorité simple, et révoque<sup>5</sup>, par décision unanime des membres du conseil, le président de la société, alors que ce dernier « assume la direction générale de la société »<sup>6</sup>. Le conseil de parrainage « est investi du pouvoir de contrôler la direction de la société »<sup>7</sup> et les décisions concernant plusieurs questions stratégiques (décisions relatives aux emprunts, décision de prendre ou de céder toutes participations directes ou indirectes dans toutes sociétés, décision concernant toutes opérations concernant l'immobilier) ne peuvent être prises par le président que sur autorisation du conseil de parrainage. En outre, ce dernier « peut exiger à tout moment au cours de la vie sociale que le Président soumette à son appréciation : les budgets de la société ; les documents de gestion prévisionnelle ; les situations intercalaires »<sup>8</sup>.
9. Il ressort de ces stipulations que l'ACDLec est en mesure d'exercer, à travers le conseil de parrainage de la société Eper-Dis, un contrôle sur cette dernière. Les membres du conseil de parrainage, outre les époux [X] et la société coopérative d'approvisionnement Paris Est (Scapest), sont tous des personnes physiques qui gèrent des sociétés exploitant un centre E.Leclerc, et sont donc liés à l'ACDLec par des contrats de panonceau ou d'enseigne. Les membres du conseil de parrainage apportent également leur cautionnement aux époux [X] dans le cadre d'une convention de parrainage<sup>9</sup> qui indique que, en contrepartie, le parrainé s'engage notamment « à appliquer de la manière la plus scrupuleuse qui soit toutes les directives qui ont été données par le Mouvement Leclerc »<sup>10</sup>. En outre, la convention de parrainage ne prévoit pas que les époux [X] auront une influence sur l'évolution de la composition du conseil de parrainage de la société Eper-Dis.
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 E.Leclerc, ou être parrain d'un autre adhérent de l'ACDLec, ce statut supposant d'être titulaire d'un contrat de panonceau (ou d'enseigne) signé avec l'ACDLec<sup>11</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>12</sup> et où elle peut retirer ce droit d'usage

---

<sup>3</sup> Les statuts d'Eper-Dis demeureront inchangés à l'issue de l'opération. Ces statuts correspondent aux « statuts-types » des sociétés par actions simplifiées approuvées par l'ACDLec (charte des adhérents du mouvement E.Leclerc, page 20).

<sup>4</sup> Article 14 des statuts d'Eper-Dis.

<sup>5</sup> Article 16.1, 15.4 et 13.9 des statuts d'Eper-Dis.

<sup>6</sup> Article 13.3 des statuts d'Eper-Dis.

<sup>7</sup> Article 16.2 des statuts d'Eper-Dis.

<sup>8</sup> Article 16.3 des statuts d'Eper-Dis.

<sup>9</sup> Les parties notifiantes ont communiqué la convention de parrainage et ses avenants, signés par les époux [X] et leurs parrains, en vue de l'exploitation d'un hypermarché à Dizy (51), d'un supermarché à Ay (51) et de deux drives accolés à ces magasins. Les parties notifiantes ont indiqué qu'un avenant à cette convention de parrainage serait signé à l'issue de l'opération, les parrains d'Eper-Dis afin de mentionner l'acquisition des cibles. Les parties ont précisé que les parrains des époux [X] demeureraient les mêmes qu'avant l'opération.

<sup>10</sup> Voir page 6 de la convention de parrainage signée par les époux [X].

<sup>11</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>12</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 E.Leclerc si ces conditions sont réunies. Il en est de même de la charte des adhérents du mouvement E.Leclerc, qui ne mentionne également que des conditions préalables à l'adhésion.

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>13</sup>, l'ACDLec peut contrôler la désignation du président, mais aussi celle des membres du conseil de parrainage de la société Eper-Dis.

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

11. L'ACDLec<sup>14</sup> impose, dans les contrats de panonceau, dans la charte des adhérents du mouvement E.Leclerc<sup>15</sup> et dans des directives, diffusées par ses délégués régionaux qui s'assurent de leur bonne application<sup>16</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 à M. [X] en tant que président d'Eper-Dis et signataire, avec l'ACDLec, d'un contrat de panonceau<sup>17</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>18</sup>.
13. En deuxième lieu, l'ACDLec impose également, dans les contrats de panonceau, 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>19</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 E.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

---

<sup>13</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 la résiliation du contrat de panonceau 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>14</sup> Voir notamment le préambule des statuts de l'ACDLec, dont le préambule prévoit que l'ACDLec doit tout particulièrement « contrôler, soit directement, soit pour elle-même, soit pour le compte de toute société commerciale groupant les Centres Distributeurs Leclerc, les conditions de la gestion desdits centres et de sa régularité au regard des principes de la Vraie Distribution et des lois et usages du commerce ».

<sup>15</sup> La charte des adhérents du mouvement E.Leclerc prévoit notamment les obligations suivantes incombant aux adhérents du mouvement E.Leclerc : l'obligation de parrainage et 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 E.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 E.Leclerc.

<sup>16</sup> Voir les dispositions de l'article 3 du règlement intérieur de l'ACDLec.

<sup>17</sup> M. [X] et son épouse sont titulaires d'un contrat de panonceau conclu le 28 juin 2015. Les parties ont indiqué que le contrat de panonceau signé par M. [X] avec l'ACDLec avant l'opération resterait applicable après l'opération.

<sup>18</sup> Voir notamment les dispositions de l'article 6 des statuts de l'ACDLec ainsi que les dispositions du paragraphe III du contrat de panonceau de M. [X].

<sup>19</sup> Voir les dispositions du paragraphe III du contrat de panonceau signé par M. [X].

de l'association »<sup>20</sup>. Il s'ensuit qu'en pratique, l'ACDLec est effectivement en mesure de corriger la politique commerciale des sociétés d'exploitation de magasins E.Leclerc.

14. De plus, les contrats d'enseigne imposent aux adhérents des obligations encadrant précisément leur approvisionnement et leurs investissements notamment<sup>21</sup>. Les adhérents sont également tenus de ne pas exploiter ou diriger toute autre entreprise commerciale<sup>22</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 E.Leclerc<sup>23</sup> et par des directives déclinant la politique d'enseigne élaborée par le comité stratégique de l'ACDLec<sup>24</sup>, et diffusées par ses délégués régionaux<sup>25</sup>. Tout manquement à ces obligations est susceptible de justifier le retrait du droit d'usage de l'enseigne E.Leclerc<sup>26</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 d'Eper-Dis à une personne étrangère au mouvement E.Leclerc.
16. S'agissant des cessions d'actions par l'actionnaire majoritaire, plusieurs obligations prévues dans les statuts d'Eper-Dis y font obstacle :
- toute cession totale ou partielle d'actions dont un associé est titulaire doit faire l'objet d'une « offre préalable de vente » aux autres associés<sup>27</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 les actions cédées<sup>28</sup>.
17. Au total, il ressort de l'ensemble de ce qui précède, et notamment de la possibilité pour l'ACDLec d'intervenir dans l'administration et la politique commerciale, ainsi que sur les cessions d'actions d'Eper-Dis, 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>20</sup> Voir p. 17 de la charte des adhérents de l'ACDLec.

<sup>21</sup> Voir les dispositions du paragraphe III du contrat de panonceau signé par M. [X].

<sup>22</sup> Voir les dispositions du paragraphe IV du contrat de panonceau signé par M. [X].

<sup>23</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 E.Leclerc, limitation du nombre de points de vente pouvant être exploités par un adhérent et obligation de respecter la politique de prix du mouvement E.Leclerc.

<sup>24</sup> Voir l'article 4 – « Elaboration de la politique d'enseigne » du règlement intérieur de l'ACDLec.

<sup>25</sup> Voir les dispositions de l'article 3 – « Délégués régionaux » du règlement intérieur de l'ACDLec.

<sup>26</sup> Voir en particulier les dispositions du paragraphe VIII du contrat de panonceau de M. [X], ainsi que les dispositions de la page 17 de la charte des adhérents du mouvement E.Leclerc.

<sup>27</sup> Voir les dispositions de l'article 12.2.4.1 des statuts d'Eper-Dis.

<sup>28</sup> Voir les dispositions de l'article 12.2.4.2 des statuts d'Eper-Dis.

## B. L'OPÉRATION

18. L'opération, formalisée par une promesse synallagmatique de cession de fonds de commerce du 24 juin 2015, consiste en l'acquisition par la société Eper-Dis, contrôlée conjointement par les époux [X] et l'ACDLec, des fonds de commerce de supermarché et de station-service du magasin cible, exploité sous enseigne Simply Market à Dormans (51).
19. Les opérations d'acquisition par la société Eper-Dis du contrôle exclusif du fonds de commerce de supermarché exploité par la société Atac, d'une part, et du fonds de commerce de station-service exploité par la société Parea, d'autre part, sont des opérations interdépendantes, dans la mesure où elles sont formalisées par une promesse synallagmatique unique, qui prévoit qu'elles devront être réalisées de manière concomitante et qu'elles sont liées par une conditionnalité réciproque. Ces opérations, qui se traduisent par la prise de contrôle conjoint des fonds de commerce de supermarché et de station-service du magasin cible, par la société Eper-Dis aux côtés de l'ACDLec, constituent en conséquence une opération de concentration unique au sens de l'article L.430-1 du code de commerce<sup>29</sup>.
20. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint du magasin cible par la société Eper-Dis aux côtés de 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 hors taxe total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (mouvement E.Leclerc : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014<sup>30</sup> ; époux [X] <sup>31</sup> : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 janvier 2015 ; le magasin cible : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 mai 2015). 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 E.Leclerc : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014<sup>32</sup> ; époux [X] <sup>33</sup> : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 janvier 2015). 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.

---

<sup>29</sup> Voir les points 60 à 63 des lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, qui se réfèrent aux points 38 et suivants de la communication consolidée de la Commission européenne, qui précisent que « des opérations multiples constituent une seule et même opération de concentration dès lors qu'elles sont interdépendantes, au sens où une opération n'aurait pas été effectuée sans l'autre ». Des « opérations peuvent être considérées comme liées entre elles en droit, lorsque les accords eux-mêmes sont liés par une conditionnalité réciproque. Mais il ne peut être exclu que soient pris en compte des éléments démontrant que, sur le plan économique, les opérations ne peuvent se faire l'une sans l'autre ». Ainsi, « le fait que les accords soient conclus simultanément est l'un des éléments essentiels à l'interdépendance ».

<sup>30</sup> L'ACDLec exerçant un contrôle conjoint sur certains magasins à l'enseigne E.Leclerc, seul 50 % du chiffre d'affaires des magasins a été affecté à l'ACDLec aux fins du calcul du chiffre d'affaires, conformément aux dispositions des paragraphes 186 et 187 de la communication consolidée de la Commission.

<sup>31</sup> L'ACDLec exerçant un contrôle conjoint sur Eper-Dis, seul 50 % de son chiffre d'affaires et de la société Sparnadrive qu'elle contrôle, a été affecté aux époux [X] aux fins du calcul du chiffre d'affaires, conformément aux dispositions des paragraphes 186 et 187 de la communication consolidée de la Commission.

<sup>32</sup> L'ACDLec exerçant un contrôle conjoint sur certains magasins à l'enseigne E.Leclerc, seul 50 % du chiffre d'affaires des magasins a été affecté à l'ACDLec aux fins du calcul du chiffre d'affaires, conformément aux dispositions des paragraphes 186 et 187 de la communication consolidée de la Commission.

<sup>33</sup> L'ACDLec exerçant un contrôle conjoint sur Eper-Dis, seul 50 % de son chiffre d'affaires et de la société Sparnadrive qu'elle contrôle, a été affecté aux époux [X] aux fins du calcul du chiffre d'affaires, conformément aux dispositions des paragraphes 186 et 187 de la communication consolidée de la Commission.

## II. Délimitation des marchés pertinents

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

#### 1. MARCHÉS DE PRODUITS

22. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne<sup>34</sup> a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales<sup>35</sup>.
23. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

#### 2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

24. Du point de vue géographique, la pratique décisionnelle constante des autorités de concurrence considère que les marchés de l'approvisionnement sont de dimension nationale<sup>36</sup>.
25. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle dans le cadre de la présente opération.

### B. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE DÉTAIL A DOMINANTE ALIMENTAIRE

#### 1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

26. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, la pratique décisionnelle<sup>37</sup> distingue six catégories de commerce de détail de biens de consommation courante, 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 (magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>), (ii) les supermarchés (entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>), (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail (moins de 400 m<sup>2</sup>), (v) les maxi-discompteurs, (vi) la vente par correspondance. La pratique décisionnelle précise toutefois que les seuils de surfaces doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce, car des magasins dont la surface est située à proximité d'un seuil, soit en-dessous, soit au-dessus, peuvent se trouver en concurrence directe avec les magasins d'une autre catégorie.

---

<sup>34</sup> Voir par exemple les décisions de la Commission européenne M.1684, Carrefour / Promodès du 25 janvier 2000 ; et M.2115, Carrefour / GB, du 28 septembre 2000.

<sup>35</sup> Voir notamment les décisions du ministre dans le secteur de la distribution de détail à dominante alimentaire : C2005-98 Carrefour/Penny Market du 10 novembre 2005, C2006-15 Carrefour/ Groupe Hamon du 14 avril 2006, C2007-172 relative 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-12 et n°13-DCC-112 précitées.

<sup>36</sup> Voir notamment les décisions de la Commission COMP/M.1684 du 25 janvier 2000 et COMP/M.4096 du 4 mai 2006 précitées et les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-63 du 9 mai 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Guyenne et Gascogne SA par la société Carrefour SA et n°14-DCC-173 précitée.

<sup>37</sup> Voir, par exemple, les décisions de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-63 du 9 mai 2012 et n°13-DCC-90 du 11 juillet 2013 précitées et les décisions de l'Autorité de la concurrence 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 et n°14-DCC-173 précitée.

27. Les autorités de concurrence considèrent que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories. Pour la province, elles distinguent ainsi<sup>38</sup> : (i) un marché comprenant uniquement les hypermarchés, et (ii) un marché comprenant les supermarchés et les formes de commerce équivalentes (hypermarchés, hard-discount et magasins populaires) hormis le petit commerce de détail (moins de 400 m<sup>2</sup>).
28. En l'espèce, le point de vente cible exploité par la société Atac sous enseigne Simply Market avant l'opération est un supermarché d'une surface de vente de 1 098 m<sup>2</sup>. L'opération sera donc analysée sur le marché des supermarchés et formes de commerce équivalentes.

## 2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

29. Les autorités de concurrence ont examiné les effets de concentrations dans le secteur de la distribution de détail à dominante alimentaire au niveau local, correspondant à la zone de chalandise associée à chaque magasin, et dont l'étendue est fonction du temps de transport pour le consommateur.
30. L'Autorité de la concurrence a souligné que, pour les magasins dont la superficie est supérieure à 400 m<sup>2</sup>, les conditions de la concurrence s'appréciaient 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,
  - et 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<sup>39</sup>.
31. L'Autorité considère que l'analyse concurrentielle ne porte que sur le second marché lorsque le magasin cible est un supermarché, le premier marché n'étant pris en compte que lorsque le magasin cible est un hypermarché<sup>40</sup>.
32. L'Autorité précise toutefois de façon constante que ces délimitations sont susceptibles d'évoluer au cas par cas, en fonction des caractéristiques de la zone locale, puisque d'autres critères peuvent 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.
33. En l'espèce, compte tenu des caractéristiques du magasin cible, l'analyse portera sur la zone comprenant le supermarché cible et les magasins concurrents situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture.

---

<sup>38</sup> Voir par exemple les décisions n°12-DCC-63, n°13-DCC-90 et n°14-DCC-173 précitées.

<sup>39</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-63, n°13-DCC-90 et n°14-DCC-173 précitées.

<sup>40</sup> Voir la décision n°14-DCC-173 précitée.



### III. Analyse concurrentielle

34. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération ne concerne qu'un seul magasin dont le montant des achats totaux s'élève à [...] d'euros, ce qui représente moins de [0-5] % du marché de l'approvisionnement. La puissance d'achat du mouvement E.Leclerc n'est donc pas susceptible d'être renforcée, tous produits confondus comme par catégories de produits.
35. En ce qui concerne les marchés aval, l'opération n'emporte aucun chevauchement d'activité, aucun magasin de commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne E.Leclerc n'étant présent dans la zone de chalandise définie en tenant compte d'un trajet de 15 minutes en voiture autour du point de vente cible.
36. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence tant sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire, que sur le marché amont de l'approvisionnement.

#### DECIDE

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 15-140 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

---