

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 15-DCC-136 du 26 octobre 2015  
relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe Casino de  
26 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 22 septembre 2015, relatif à la prise de contrôle exclusif par le groupe Casino de 26 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire exploités sous enseigne Dia par le groupe Carrefour, formalisée par un protocole d'accord signé le 21 juillet 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**

1. Le groupe Casino, acteur français de la distribution à dominante alimentaire, gère un parc de plus de 14 000 magasins (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, magasins discompteurs) sous enseignes notamment Franprix, Géant Casino, Casino Supermarché, Petit Casino, Spar, Vival, Monoprix et Leader Price. Le groupe est également présent dans le secteur de la distribution sur internet de produits non alimentaires avec l'enseigne Cdiscount.
2. Le groupe Casino est composé de plusieurs filiales, parmi lesquelles les sociétés Distribution Casino France (ci-après, « DCF ») et Franprix Leader Price Holding (ci-après, « FLPH»). DCF est une société par actions simplifiée qui détient l'ensemble des activités hypermarchés, supermarchés et petits commerces de détails du groupe Casino en France, à l'exception des points de ventes exploités sous les enseignes Monoprix. Elle pilote plus particulièrement les activités sous les enseignes Casino (Géant, Casino Supermarché, Casino Shop, Petit Casino) et les enseignes proximité du groupe (Spar, Vival). FLPH est une société par actions simplifiée, filiale de la société DCF, dont l'objet social est notamment l'animation et la prise

de participation de sociétés exploitant des magasins sous les enseignes Franprix et Leader Price.

3. Les cibles de l'opération sont 26 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire<sup>1</sup> exploités sous l'enseigne Dia, actuellement contrôlés par le groupe Carrefour, actif dans le secteur de la distribution au détail à dominante alimentaire en France, mais également en Europe, Amérique du Sud, Afrique et Asie. Il gère un parc de plus de 10 800 magasins dont plus de 5 000 en France (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité et magasins de *cash & carry*). Le groupe est également présent dans le secteur de la distribution en ligne de produits non alimentaires.
4. L'opération, formalisée par un protocole d'accord signé le 21 juillet 2015, consiste en la cession des fonds de commerce de ces 26 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire par Carrefour aux sociétés FLPH et DCF. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de 26 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire par Casino, 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 (Casino : 48,5 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2014 ; les fonds de commerce cibles : [...] millions d'euros pour le même exercice). Elles réalisent en France, dans le secteur du commerce de détail, un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (Casino : 18,8 milliards d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2014 ; les fonds de commerce cibles : [...] millions d'euros pour le même exercice). 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.

## II. Délimitation des marchés pertinents

6. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de la concurrence<sup>2</sup>, deux catégories de marchés peuvent être délimitées<sup>3</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 sur lesquels les entreprises en tant qu'acheteurs sont en contact avec les fabricants des produits.

---

<sup>1</sup> Ces magasins de commerce de détail à dominante alimentaire sont situés à Beauzelle (31), Bourg-en-Bresse (01), Carros le Neuf (06), Chars (95), Digne-les-Bains (04), Ernée (53), Estrée Blanche (62), Falaise (14), Fruges (62), Gex (01), Gratentour (31), Halloy (62), Ham (80), Lagnieu (01), Lamotte-Beuvron (41), L'Argentière-la-Bessée (05), Limours (91), Lyon Lafayette (69), Morsang-sur-Orge (91), Orbec (14), Pézenas (34), Plan de Campagne (13), Quillan (11), Saint-Denis (93), Tremblay-en-France (93) et Uzès (30).

<sup>2</sup> Voir notamment la décision de la Commission M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000. Voir également et notamment les décisions n°12-DCC-48 du 6 avril 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sofides par la société ITM Entreprises et n°14-DCC-173 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Dia France SAS par la société Carrefour France SAS.

<sup>3</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.

## A. MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

7. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne<sup>4</sup> a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales<sup>5</sup>.
8. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

## B. MARCHES AVAL DE LA DISTRIBUTION

### 1. LES MARCHES DE SERVICES

9. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence<sup>6</sup>, distinguent 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 et (vi) la vente par correspondance.
10. 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>7</sup> inférieure à 400 m<sup>2</sup> et supérieure à 120 m<sup>2</sup>.
11. 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>8</sup>.
12. En l'espèce, parmi les 26 magasins cibles, 22 d'entre eux ont une surface comprise entre 400 m<sup>2</sup> et 2 500 m<sup>2</sup> et entrent donc dans la catégorie des supermarchés. Les quatre autres

---

<sup>4</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>5</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 e l'entreprise commune Plamidis du 13 février 2008 et C.2008-32 Carrefour/SAGC du 9 juillet 2008, ainsi que les décisions de l'Autorité de la concurrence 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 et n°15-DCC-17 du 3 mars 2015 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Leader Centre Gestion et Europrice par le groupe Casino.

<sup>6</sup> Voir par exemple, 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°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. Voir également les décisions de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-173 du 21 novembre 2014 et n° 15-DCC-17 précitées.

<sup>7</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°13-DCC-57 du 10 mai 2013 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Franprix Leader Price Holding (groupe Casino) de la société NFL Distribution SAS, 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, Bredis, Clemendis et Carbudis ainsi que la décision n°14-DCC-146 du 8 octobre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Casino Guichard Perrachon de 63 magasins de commerce de détails à dominante alimentaire.

<sup>8</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence 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, ainsi que les décisions n°13-DCC-90 du 11 juillet 2013 et n°14-DCC-146 du 8 octobre 2014 précitées.

magasins cibles disposent d'une surface de vente comprise entre 120 et 400 m<sup>2</sup> et appartiennent à la catégorie des supérettes.

## 2. DELIMITATION GEOGRAPHIQUE

13. 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.
14. 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.
15. S'agissant des supérettes, l'Autorité a eu l'occasion de préciser<sup>10</sup> que la zone de chalandise pertinente était inférieure à celle définie pour les supermarchés<sup>11</sup>. S'agissant des centres-villes 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 supérettes, le mode de déplacement à pied ayant été jugé plus pertinent que le mode de déplacement en voiture.
16. 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 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.
17. Au cas d'espèce, 22 des magasins cibles entrant 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. Pour les quatre supérettes, l'opération sera examinée sur une zone de dix minutes à pied autour des quatre magasins cibles.

---

<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°14-DCC-11 du 28 janvier 2014 relative à la prise de contrôle par la société Franprix Leader Price Holding de 47 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire Le Mutant et de 22 fonds de commerce de boucherie et les décisions n°12-DCC-63 et n°14-DCC-173 précitées.

<sup>10</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-112 relative à la prise de contrôle exclusif de la société SNC Schlecker par la société Système U Centrale Régionale Sud et n°13-DCC-144 du 28 novembre 2013 précitées.

<sup>11</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-25 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Louis Delhaize par la société H Distribution (groupe Hoio), n° 12-DCC-112, n° 13-DCC-90 et n°13-DCC-144, précitées.

### III. Analyse concurrentielle

#### A. MARCHES AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

18. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, quelle que soit la catégorie de produits considérée, la part de marché du groupe Casino n'excède pas [10-20] %, et celle des magasins cibles est inférieure à [0-5] %. La part des achats cumulés des magasins cibles et de Casino sur chacun des marchés définis par catégorie de produits par la pratique décisionnelle restera inférieure à [10-20] %
19. L'opération n'est donc pas susceptible de renforcer la puissance d'achat de Casino sur les marchés amont de l'approvisionnement, quelle que soit la segmentation de marché retenue.

#### B. MARCHES AVAL DE LA DISTRIBUTION DE DETAIL A DOMINANTE ALIMENTAIRE

20. L'opération n'entraîne aucun chevauchement d'activités entre les magasins cibles et d'autres magasins détenus par le groupe Casino dans dix-sept zones de chalandise<sup>12</sup>, dans lesquelles tout risque d'atteinte à la concurrence peut par conséquent être écarté.
21. En revanche, la concentration emporte un chevauchement d'activités dans neuf zones de chalandise. Parmi celles-ci figurent huit supermarchés<sup>13</sup> et une supérette<sup>14</sup>. Les parts de marché cumulées des parties dans ces zones de chalandise sont les suivantes :

	Parts de marché Casino	Parts de marché Dia	Parts de marché cumulées	Nombre de groupes concurrents	Nombres de magasins des parties / nombre de magasins concurrents
Gex (01)	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %	3	3/6
Carros le Neuf (06)	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %	5	2/6
Gratentour (31)	[30-40] %	[0-5] %	[30-40]%	6	4/15
Beauzelle (31)	[10-20] %	[0-5] %	[20-30] %	6	6/22
Lyon Lafayette (69)	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %	2	4/4

<sup>12</sup> Les zones dans lesquelles il n'y a pas de chevauchement d'activités sont situées à Bourg-en-Bresse (01), Chars (95), Digne les Bains (04), Ernée (53), Estrée Blanche (62), Falaise (14), Fruges (62), Halloy (62), Ham (80), Lagnieu (01), Lamoite-Beuvron (41), L'Argentière-la-Bessée (05), Orbec (14), Pézenas (34), Quillan (11), Tremblay-en-France (93) et Uzès (30).

<sup>13</sup> Les zones concernées sont situées à Gex (01), Carros le Neuf (06), Gratentour (31), Beauzelle (31), Morsang-sur-Orge (91), Limours (91), Plan de Campagne (13) et Saint-Denis (93).

<sup>14</sup> La zone concernée est située à Lyon-Lafayette (69).

	Parts de marché Casino	Parts de marché Dia	Parts de marché cumulées	Nombre de groupes concurrents	Nombres de magasins des parties / nombre de magasins concurrents
Morsang-sur-Orge (91) <sup>15</sup>	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %	8	16/38
Limours (91)	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %	5	4/9
Plan de Campagne (13)	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %	6	7/21
Saint-Denis (93)	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %	7	13/16

22. Il ressort de ces données que, dans les zones de Gex, Carros le Neuf, Morsang-sur-Orge, Limours et Saint-Denis, la part de marché cumulée des parties demeurera inférieure à [10-20] % à l'issue de l'opération, le groupe Casino restant confronté à la concurrence d'au moins trois groupes de distribution concurrents.
23. Dans les quatre zones restantes, la part de marché cumulée des parties n'excède pas [30-40] %. Dans chaque zone concernée, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence d'au moins six groupes de distribution alimentaire à l'exception de la zone de Lyon-Lafayette. Dans cette dernière, le groupe Casino ne détiendra que [20-30] % de parts de marché et fera face à deux groupes de distribution concurrents, et notamment celle du groupe Carrefour, qui exploite [60-70] % des surfaces de la zone.
24. Compte tenu des éléments précédents, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés considérés.

## DECIDE

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 15-141 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence

<sup>15</sup> Morsang-sur-Orge étant une ville de la grande couronne parisienne, l'analyse a été menée sur une zone de 10 et 15 minutes. Les parts de marché indiquées dans le tableau correspondent à la zone de 15 minutes. Les conclusions de l'analyse concurrentielle restent inchangées sur une zone de 10 minutes.