

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 15-DCC-188 du 24 décembre 2015  
relative à la prise de contrôle conjoint de la société Arodis par les  
consorts [confidentiel] aux côtés d'ITM Entreprises**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 24 novembre 2015, relatif à la prise de contrôle conjoint de la société Arodis par les consorts [confidentiel] aux côtés d'ITM Entreprises, matérialisée par un protocole d'accord en date du 16 novembre 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 ;

Adopte la décision suivante :

## **I. Les entreprises concernées et l'opération**

1. La société ITM Entreprises (ci-après « ITM Entreprises »), contrôlée à 100 % par la société civile des Mousquetaires, elle-même détenue par 1 403 personnes physiques dits « adhérents associés », conduit et anime le réseau de commerçants indépendants connus sous le nom de « Groupement des Mousquetaires ». En sa qualité de franchiseur, la société ITM Entreprises a comme activité principale l'animation d'un réseau de points de vente, alimentaires et non alimentaires, exploités par des commerçants indépendants sous les enseignes suivantes : Intermarché, Ecomarché, Netto, Restaumarché, Poivre Rouge, Bricomarché, et Roady. Cette gestion s'effectue notamment au travers de la signature et du suivi de contrats d'enseigne avec les sociétés exploitant ces points de vente. ITM Entreprises met également à la disposition de ses franchisés divers services de prospection, de conseil, de formation, etc. Enfin, elle offre aux franchisés la possibilité de bénéficier de conditions d'approvisionnement avantageuses auprès de ses filiales nationales et régionales, mais également auprès des fournisseurs référencés extérieurs au « Groupement des Mousquetaires ». Préalablement à l'opération, ITM Entreprises détient le contrôle exclusif, via ITM Alimentaire Est, de la société Arodis, qui exploite un fonds de commerce de distribution à dominante alimentaire, sous l'enseigne Intermarché, d'une surface de 1 200 m<sup>2</sup> et situé dans la ville de Rosières-près-Troyes (10).

2. Les consorts [confidentiel] contrôlent la holding familiale Vagmex qui détient elle-même quatre sociétés exploitant chacune un point de vente de distribution à dominante alimentaire sous l'enseigne Intermarché situés à Troyes (10) et à Saint-Julien-les-Villas (10).
3. L'opération, formalisée par un protocole d'accord en date du 16 novembre 2015, consiste en l'acquisition par les consorts [confidentiel], à travers la société Vagmex, de [90-100] % du capital de la société Arodis. ITM Entreprises conservera une participation minoritaire lui conférant un contrôle conjoint. En effet les statuts de la société confèrent à ITM Entreprises, pendant une durée de [...] ans, le droit de s'opposer à tout changement d'enseigne (articles 19.1.1 et 18.1.2 des statuts). ITM Entreprises sera également en mesure de bloquer toute mutation d'actions et d'obliger les associés propriétaires d'actions ordinaires à céder leurs actions en cas de modification de leur contrôle ou dès l'instant où ils exploiteraient un fonds de commerce similaire sous une enseigne concurrente (articles 11.1, 12 et 13 des statuts). Après [...] ans, si ITM Entreprises n'a plus la possibilité de bloquer tout changement d'enseigne ou de s'opposer à toute mutation d'actions, elle conserve un droit de préférence sur toute vente de titres pendant [...] années supplémentaires (article 11.2 des statuts).
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint par les consorts [confidentiel] aux côtés d'ITM Entreprises de la société Arodis l'opération constitue une 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 (ITM : [...] milliards d'euros de chiffre d'affaires mondial pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; consorts [confidentiel] : [...] millions d'euros de chiffre d'affaires pour le même exercice). Les entreprises concernées réalisent en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (ITM : [...] milliards d'euros en France pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; consorts [confidentiel] : [...] millions d'euros de chiffre d'affaires pour le même exercice). Compte tenu des chiffres d'affaires réalisés par les entreprises concernées, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle relatifs au commerce de détail mentionnés au point II de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

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

6. Selon la pratique constante des autorités nationales et européenne 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 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 SERVICE

7. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence 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>1</sup> inférieure à 400 m<sup>2</sup> et supérieure à 120 m<sup>2</sup>. Il convient cependant de rappeler que ces seuils doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce, compte-tenu que des magasins dont la surface est située à proximité d'un seuil, soit en-dessous, soit au-dessus, peuvent se trouver en concurrence directe dans les faits<sup>2</sup>.
9. En l'espèce, la société Arodis exploite un commerce de distribution à dominante alimentaire d'une superficie de 1 200 m<sup>2</sup>. Il entre donc dans la catégorie des supermarchés.

### 2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

10. Dans ses décisions récentes relatives à des opérations concernant des hypermarchés ou des supermarchés, l'Autorité de la concurrence a rappelé qu'en fonction de la taille des magasins concernés, les conditions de la concurrence devaient s'apprécier 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 ;
  - 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.
11. D'autres critères peuvent néanmoins 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.
12. En l'espèce, le magasin concerné entrant dans la catégorie des supermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée sur le seul marché incluant les supermarchés, hypermarchés et commerces de proximité et discompteurs situés dans un rayon de 15 minutes autour du point de vente de Rosières-près-Troyes (10).

---

<sup>1</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-112 du 3 août 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société SNC Schlecker par la société Système U Centrale Régionale Sud.

<sup>2</sup> Voir notamment l'avis n°00-A-06 du Conseil du 3 mai 2000 relatif à l'acquisition par la société Carrefour de la société Promodès.

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

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

## **III. Analyse concurrentielle**

15. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour du magasin cible situé route d'Auxerre à Rosières-près-Troyes, l'Intermarché cible représente 2,2 % des surfaces de vente. Outre le supermarché cible, d'autres points de vente, sous enseigne Intermarché, dont quatre appartiennent aux consorts [confidentiel], d'une surface de 2 972 m<sup>2</sup>, 2 000 m<sup>2</sup>, 1 783 m<sup>2</sup>, 1 400 m<sup>2</sup> et 1 200 m<sup>2</sup>, sont présents dans cette zone et représentent 16,8 % des surfaces de vente. La part de marché d'ITM à l'issue de l'opération s'élèvera donc à 18,9 %. Les concurrents d'ITM sur cette zone sont Carrefour qui détiendra une part de marché de 32,1 %, Casino (22,7 %) et Lidl (7,1 %).
16. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, il convient d'indiquer que l'opération est limitée à un magasin qui ne représente qu'une partie marginale du chiffre d'affaires réalisé par le groupe ITM en France. L'acquisition n'est donc pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe ITM, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.
17. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés en cause.

### **DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 15-219 est autorisée.

La vice-présidente,

Claire Favre