

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 16-DCC-210 du 9 décembre 2016  
relative à la prise de contrôle conjoint d'un fonds de commerce  
exploité par la société ATAC par la société Worksea et ITM  
Entreprises**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 9 novembre 2016, relatif à la prise de contrôle conjoint d'un fonds de commerce exploité par la société ATAC par la société Worksea et ITM Entreprises, formalisée par une lettre d'intention en date du 22 juillet 2016 ;

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. ITM Entreprises, société contrôlée à 100 % par la société civile des Mousquetaires, elle-même détenue par 1 330 personnes physiques dits « adhérents associés », conduit et anime le réseau de commerçants indépendants connu 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, Bricomarché, Roady et Vêti. 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, ITM Entreprises offre aux franchisés la possibilité de bénéficier de conditions d'approvisionnement avantageuses auprès de ses filiales nationales et régionales mais également de fournisseurs référencés extérieurs au « Groupement des Mousquetaires ».

2. La société Worksea est la holding familiale des [confidentiel]. La société Worksea contrôle la société Lanrod laquelle exploite un fonds de commerce de distribution alimentaire sous l'enseigne Intermarché à Boën-sur-Lignon (42).
3. La société ATAC, filiale du groupe Auchan, exploite des fonds de commerce de distribution à dominante alimentaire sous les enseignes du groupe. Le fonds de commerce cible est un point de vente exploité par la société ATAC, d'une surface de 963 m<sup>2</sup> et situé à Boën-sur-Lignon (42).
4. Au terme de l'opération, le fonds de commerce cible sera exploité sous enseigne Netto par une société créée pour les besoins de l'opération et dont le capital sera intégralement détenu par la société Worksea à l'exception d'une action de préférence détenue par ITM Entreprises. Les statuts de la société d'exploitation conféreront à ITM Entreprises la possibilité de bloquer le changement d'enseigne du fonds de commerce cible<sup>1</sup>. 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<sup>2</sup>. Par ailleurs, le contrat d'enseigne Netto conclu par la société Worksea pour l'exploitation du fonds de commerce cible avec ITM Entreprise confèrera à cette dernière un droit de priorité en cas de cession du fonds de commerce à un prix déterminé par le contrat. La réalisation du projet notifié entraînera donc une prise de contrôle conjoint du fonds de commerce cible par la société Worksea et ITM Entreprises et 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 Entreprises : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; Worksea : [...] d'euros pour le même exercice ; fonds de commerce cible : [...] d'euros pour le même exercice). Chacune réalise en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (ITM Entreprises : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; Worksea : [...] 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 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 nationale et européenne de 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

---

<sup>1</sup> Article 18 et 19 du projet de statuts.

<sup>2</sup> Articles 12 et 13 du projet de statuts.

<sup>3</sup> Voir notamment les décisions de la commission M.946 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 l'arrêté ministériel du 5 juillet 2000 dans l'opération Carrefour/Promodès et les avis du Conseil de la concurrence n° 97-A-14 du 1er juillet 1997, dans l'affaire Carrefour/Cora, n° 98-A-06 du 5 mai 1998, dans l'affaire Casino Franprix/Leader Price, et n° 00-A-06 du 3 mai 2000, dans l'affaire Carrefour/Promodès.

<sup>4</sup> 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.

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, tant européenne 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 et (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>. 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>7</sup>.
9. Les autorités de concurrence considèrent par ailleurs que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories. En effet, un hypermarché peut être habituellement utilisé par certains consommateurs comme un magasin de proximité, en substitution d'un supermarché. En revanche, la réciproque n'est presque jamais vérifiée et l'est d'autant moins que la taille de l'hypermarché en question est importante. En conséquence, si le magasin cible est un hypermarché, l'analyse est effectuée<sup>8</sup> sur un marché comprenant uniquement les hypermarchés, d'une part, et sur 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>), d'autres part. Si le magasin cible est un supermarché, l'analyse n'est effectuée que sur le deuxième type de marché précité.
10. En l'espèce, le fonds de commerce exploité par la société ATAC occupe une surface de 963 m<sup>2</sup> et entre donc dans la catégorie des supermarchés.

---

<sup>5</sup> Décisions 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 Sofodis du 26 mars 2007, C.2006-15 Amidis Hamon du 14 avril 2006, C 2005-98 Carrefour Penny Market du 10 novembre 2005.

<sup>6</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>7</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.

<sup>8</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-48 du 6 avril 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sofides par la société ITM Entreprises, 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-90 du 11 juillet 2013, relative à la prise de contrôle exclusif de la société Monoprix par la société Casino Guichard-Perrachon.

## 2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

11. Dans ses décisions récentes<sup>9</sup> relatives à des opérations concernant des hypermarchés ou des supermarchés, l'Autorité de la concurrence a rappelé que deux types de marchés sont usuellement distingués, sur la base des zones de chalandise :
  - 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.
12. 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.
13. Au cas d'espèce, le fonds de commerce cible entrant dans la catégorie des supermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée et sur un marché incluant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans un rayon de 15 minutes autour du point de vente de Boën-sur-Lignon (42).

### B. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

14. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne<sup>10</sup> a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales<sup>11</sup>.
15. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

## III. Analyse concurrentielle

16. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de 15 minutes en voiture autour du magasin cible situé à Boën-sur-Lignon (42), deux supermarchés sous enseigne Intermarché sont présents représentant [30-40] % des surfaces de vente. Le magasin cible représente pour sa part [10-20] % des surfaces de vente de la zone. A l'issue de l'opération, la part de marché totale du groupe ITM s'élèvera donc à [40-50] % des surfaces de vente de la zone.

---

<sup>9</sup> Décisions 09-DCC-24 du 23 juillet 2009 Floritine/C.S.F ; 09-DCC- du 28 mai 2009 Frandis/Financière Perdis ; 09-DCC-06 du 20 mai 2009 Evolis/ITM ; 09-DCC-04 du 29 avril 2009 Carrefour/Noukat,

<sup>10</sup> Voir les décisions de la Commission M.1684 Carrefour/Promodès du 25 janvier 2000 et M. 2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000.

<sup>11</sup> 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.

17. Néanmoins, dans cette zone, les parties feront face à deux groupes de distribution concurrents détenant ensemble plus de la moitié des points de vente présents dans la zone : Casino ([30-40] % de part de marché avec trois magasins dont un Leader Price) et Aldi ([5-10] % de part de marché). En particulier, les parties feront face à la concurrence de deux supermarchés Casino ([10-20] % et [10-20] % des surfaces de vente).
18. Sur les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération, qui ne concerne le changement de contrôle que d'un magasin, n'est pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat du groupe ITM Entreprises, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.
19. 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 16-243 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva

---

© Autorité de la concurrence