

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 16-DCC-211 du 13 décembre 2016
relative à la prise de contrôle conjoint d'un fonds de commerce de la
société Sodix par l'Association ACDLec aux côtés de la société Lacdis**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 14 novembre 2016 relatif à la prise de contrôle conjoint de la société Sodix par l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc aux côtés de la société Lacdis, formalisée par un protocole d'accord de cession d'actions en date du 25 octobre 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

A. LES ENTREPRISES CONCERNÉES

1. LES ACQUÉREURS ET LA CIBLE

1. La société Lacdis (ci-après, « Lacdis ») est une holding créée pour les besoins de l'opération, détenue à 100 % par les époux Despreaux. Ces derniers contrôlent la société Sodirib, laquelle exploite un hypermarché sous enseigne E. Leclerc situé à Ribécourt-Dreslincourt (60).
2. L'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc (ci-après, l'« ACDLec ») est l'organe stratégique du mouvement E. Leclerc, dont toutes les personnes physiques qui dirigent les sociétés d'exploitation de magasins E. Leclerc sont adhérentes. L'ACDLec détermine notamment les conditions d'agrément au mouvement E. Leclerc et signe les contrats d'enseigne dont les exploitants de magasins de commerce de détail E. Leclerc doivent être titulaires.
3. La société Sodix (ci-après, « Sodix ») exploite un hypermarché sous enseigne Auchan, situé à Lacroix-Saint-Ouen (60), d'une surface de 4 993 m². Le capital de Sodix est actuellement détenu intégralement par les consorts Verfaillie.

2. LE CONTRÔLE DES ENTITÉS CONCERNÉES

4. Il est soutenu dans la notification de l'opération que l'ACDLec n'exerce aucun contrôle sur Lacdis et n'exercera aucun contrôle sur le magasin cible après l'opération. Ce dernier serait donc exclusivement contrôlé par les époux Despreaux et l'opération notifiée consisterait en la prise de contrôle exclusif du magasin cible par les époux Despreaux, par l'intermédiaire de Lacdis.
5. Néanmoins, à l'issue de l'opération, Sodix sera détenue par Lacdis, laquelle est conjointement contrôlée par l'ACDLec et les époux Despreaux. En effet, comme l'Autorité de la concurrence l'a relevé dans de précédentes décisions¹, les obligations que l'ACDLec fait peser sur les sociétés d'exploitation de magasins E. Leclerc, telles que Lacdis, lui permettent d'exercer une influence déterminante sur celles-ci. Cette analyse de l'influence déterminante exercée par l'ACDLec est transposable à la présente opération au vu des différents documents contractuels liant Lacdis 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 statuts², 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 Lacdis 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 ces sociétés et des membres de leur comité directeur, dans la politique commerciale du magasin détenu par la société d'exploitation et sur les cessions d'actions de ces dernières.

La possibilité d'intervenir dans la nomination et la révocation du président de la société Lacdis

8. L'ACDLec disposera d'un droit de veto sur la nomination et l'exercice des fonctions du président de la société Lacdis. Les statuts de cette société prévoient la nomination d'un comité directeur composé de trois à dix membres nommés par l'assemblée générale ordinaire.³ Le projet de contrat de parrainage mentionne la composition du comité directeur⁴. Le comité

¹ 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 Lichold, 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, n°16-DCC-18 du 5 février 2016 relative à la prise de contrôle conjoint de la société Sodipi par l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc aux côtés des époux Mouton et n° 16-DCC-53 du 15 avril 2016 relative à la prise de contrôle conjoint d'un fonds de commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne E. Leclerc par les époux Bernard aux côtés de l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc

² Voir les dispositions de l'article 1er des statuts de l'ACDLec.

³ Article 15 des statuts de Lacdis.

⁴ Point I.II. du projet de contrat de parrainage concernant Lacdis.

directeur est « *investi des pouvoirs les plus étendus pour assister le Président de la société dans la gestion de la société* »⁵ et les décisions concernant plusieurs questions stratégiques (décisions relatives aux emprunts, investissements, sûretés, décisions de prendre ou de céder toutes participations directes ou indirectes dans toutes sociétés, décisions concernant toutes opérations relatives à l'immobilier) ne peuvent être prises par le président que sur autorisation du comité directeur⁶.

9. Il ressort de ces stipulations que l'ACDLec est en mesure d'exercer, à travers le comité directeur de la société Lacdis, un contrôle sur cette dernière. Les membres du comité directeur, outre les époux Despreaux, sont les deux parrains, MM. Philippe Beaudoin et Pascal Beaudoin, qui gèrent respectivement les sociétés Cauffridis et Société Ouennaise de Distribution, exploitant un centre E. Leclerc, et sont donc liés à l'ACDLec par des contrats de panonceau. Ils ont conclu une convention de parrainage⁷ avec les époux Despreaux pour Lacdis qui leur octroie le statut de « parrains ». Les parrains apportent ainsi leur cautionnement aux époux Despreaux dans le cadre de ladite convention qui indique que, en contrepartie, les parrainés s'engagent notamment « *à se conformer et à observer de la manière la plus scrupuleuse qui soit les règles internes de fonctionnement du Mouvement E. Leclerc* »⁸. En outre, la convention de parrainage interdit aux époux Despreaux de proposer et de voter la révocation ou d'évincer les parrains membres du comité directeur sans engager leur responsabilité personnelle, seraient alors applicables « *notamment toutes les sanctions prévues dans le cadre du Mouvement, par les divers textes et règlements régissant ses Membres, statuts de l'ACDLec et la Centrale, Contrat de Parrainage, Promesse de cession des droits sociaux, etc.* »⁹. Si la société Lacdis n'a pas encore fait l'objet d'une convention de parrainage, elle a toutefois vocation à s'affilier au mouvement E. Leclerc. En effet, les associés de Lacdis sont les mêmes personnes que les parrains figurant dans la convention de parrainage. En outre, les statuts de la société Lacdis mentionnent une affiliation obligatoire directe ou indirecte « *à toutes les structures du mouvement E. Leclerc et de soutenir le développement de celui-ci dans le cadre de l'esprit coopératifs qui le caractérise* »¹⁰.
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'ACDLec¹¹, 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 refus¹² et où elle peut retirer ce droit d'usage de l'enseigne E. Leclerc en application des stipulations du contrat d'enseigne ou de

⁵ Article 17 des statuts de Lacdis.

⁶ Article 17 des statuts de Lacdis.

⁷ Les parties notifiantes ont communiqué un projet de convention de parrainage non signé.

⁸ Voir page 9 du projet de convention de parrainage concernant la société Lacdis.

⁹ Page 11 du projet de convention de parrainage concernant Lacdis.

¹⁰ Voir le préambule des statuts de Lacdis.

¹¹ 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 ».

¹² 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.

panonceau qui lui laissent une très large marge d'appréciation¹³, l'ACDLec peut contrôler la désignation du président, mais aussi celle des membres du comité directeur de Lacdis.

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

11. L'ACDLec¹⁴ impose, dans les contrats de panonceau, dans la charte des adhérents du mouvement E. Leclerc¹⁵ et dans des directives, diffusées par ses délégués régionaux qui s'assurent de leur bonne application¹⁶, 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. Despreaux en tant que président de Lacdis ainsi que signataire, avec l'ACDLec, de contrat de panonceau¹⁷.
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 précédent¹⁸.
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 »¹⁹. 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 élément essentiel 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 de

¹³ 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 du modèle de contrat de panonceau).

¹⁴ Voir notamment l'article 1^{er} 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 ».

¹⁵ 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.

¹⁶ Voir les dispositions de l'article 3 du règlement intérieur de l'ACDLec.

¹⁷ M. Despreaux et son épouse sont titulaires d'un contrat de panonceau mentionnant l'exploitation de la société Sodirib conclu le 13 mars 2011. Si le contrat de panonceau existant ne mentionnent pas l'exploitation de Lacdis, il ne fait pas de doute, que, tel qu'évoqué au point 9 de la présente décision, la société Lacdis a vocation à être affiliée au mouvement E. Leclerc et à figurer à l'avenir sur le contrat de panonceau.

¹⁸ Voir notamment les dispositions de l'article 6 des statuts de l'ACDLec ainsi que les dispositions du paragraphe III du modèle de contrat de panonceau E. Leclerc.

¹⁹ Voir les dispositions du paragraphe III du modèle de contrat de panonceau E. Leclerc.

l'association »²⁰. 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 de panonceau imposent aux adhérents des obligations encadrant précisément leur approvisionnement et leurs investissements²¹. Les sociétés sont également tenues de ne pas exploiter ou diriger toute autre entreprise commerciale²², alors même qu'elle aurait une activité analogue. Outre ces obligations imposées par l'ACDLec dans les contrats de panonceau, les membres de l'ACDLec sont tenus de respecter les obligations prévues par la charte des adhérents du mouvement E. Leclerc²³ et par des directives déclinant la politique d'enseigne élaborée par le comité stratégique de l'ACDLec²⁴, et diffusées par ses délégués régionaux²⁵. Tout manquement à ces obligations est susceptible de justifier le retrait du droit d'usage de l'enseigne E. Leclerc²⁶.

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 de Lacdis à une personne étrangère au mouvement E. Leclerc.
16. S'agissant des cessions d'actions, plusieurs obligations prévues dans les statuts de Lacdis y font obstacle :
 - toute cession totale ou partielle d'actions dont un associé est titulaire doit faire l'objet d'une « offre préalable de cession aux associés »²⁷; 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 cédées²⁸.
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 de Lacdis, que l'ACDLec dispose de la possibilité d'exercer une influence déterminante sur cette dernière.

²⁰ Voir p. 17 de la charte des adhérents de l'ACDLec.

²¹ Voir les dispositions du paragraphe III du modèle de contrat de panonceau E. Leclerc.

²² Voir les dispositions du paragraphe IV du modèle de contrat de panonceau E. Leclerc.

²³ 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.

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

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

²⁶ Voir en particulier les dispositions du paragraphe VIII du modèle de contrat de panonceau E. Leclerc, ainsi que les dispositions de la page 17 de la charte des adhérents du mouvement E. Leclerc.

²⁷ Voir les dispositions de l'article 14.II.D.I. des statuts de Lacdis.

²⁸ Voir les dispositions de l'article 14.II.D.II. du projet de statuts de Lacdis.

B. L'OPÉRATION

18. L'opération, formalisée par un protocole d'accord de cession d'actions en date du 25 octobre 2016, consiste en l'acquisition par Lacdis des titres de Sodix, laquelle exploite un hypermarché sous enseigne Auchan à Lacroix-Saint-Ouen (60). La société Lacdis, créée pour l'opération, est une société par action simplifiée dans le cadre de dispositions conformes aux statuts-types E. Leclerc décrits ci-dessus, adhérente de l'ACDLec, non titulaire d'un contrat de panonceau E. Leclerc. La centrale d'achat des centres distributeurs E. Leclerc Scapnor, les sociétés d'exploitation Cauffridis et Société Ouennaise de distribution et M. Pascal Beaudoin, détenant chacun une action au sein du capital de la société Lacdis, au titre du parrainage décrit dans les développements précédents, l'ACDLec sera en mesure d'exercer un contrôle conjoint sur la nouvelle société.
19. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint du magasin cible par la société Lacdis aux côtés de l'ACDLec, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
20. Les entreprises concernées exploitent des magasins de commerce de détail et réalisent ensemble un chiffre d'affaires total hors taxes sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (mouvement E. Leclerc : 21,9 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014²⁹ ; époux Despreaux : 27,8 millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2015 ; Sodix : 41,3 millions d'euros pour le même exercice). 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 : 21,1 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014³⁰ ; époux Despreaux : 27,8 millions d'euros pour l'exercice clos au 31 janvier 2015 ; Sodix : 41,3 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 aux concentrations économiques.

²⁹ 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.

³⁰ 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.

II. Délimitation des marchés pertinents

A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

1. MARCHES DE PRODUITS

21. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne³¹ a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales³².
22. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

2. MARCHES GEOGRAPHIQUES

23. Du point de vue géographique, la pratique décisionnelle constante des autorités de concurrence considère que les marchés de l'approvisionnement sont de dimension nationale³³.
24. 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. MARCHES DE PRODUITS

25. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, la pratique décisionnelle³⁴ 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 m²), (ii) les supermarchés (entre 400 et 2 500 m²), (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail (moins de 400 m²), (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.

³¹ 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.

³² Voir notamment les décisions du ministre chargé de l'économie 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 du 18 mars 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif du fonds de commerce de l'hypermarché Cora Desmarais par la société Sodex Desmarais, et les décisions n°13-DCC-12 et n°13-DCC-112 précitées.

³³ Voir notamment les décisions COMP/M.1684 et COMP/M.4096 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 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Dia France SAS par la société Carrefour France SAS.

³⁴ Voir, par exemple, les décisions n°14-DCC-173 et n°12-DCC-63 précitées et 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°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.

26. 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 ainsi³⁵ : (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 m²).
27. En l'espèce, le point de vente cible exploité par Sodix est un hypermarché d'une surface de vente de 4 993 m². L'opération sera donc analysée sur le marché des hypermarchés.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

28. 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.
29. L'Autorité de la concurrence a souligné que, pour les magasins dont la superficie est supérieure à 400 m², 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 discompteurs³⁶.
30. L'Autorité considère que l'analyse concurrentielle ne porte que sur le premier marché lorsque le magasin cible est un hypermarché, le second marché n'étant pris en compte que lorsque le magasin cible est un supermarché³⁷.
31. 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.
32. En l'espèce, compte tenu des caractéristiques du magasin cible, l'analyse portera sur la zone comprenant l'hypermarché cible et les hypermarchés concurrents situés à moins de 30 minutes de temps de déplacement en voiture.

³⁵ Voir par exemple les décisions n°12-DCC-63, n°13-DCC-90 et n°14-DCC-173 précitées.

³⁶ *Id.*

³⁷ Voir la décision n°14-DCC-173 précitée.

III. Analyse concurrentielle

A. MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

33. En ce qui concerne le marché amont de l'approvisionnement, l'opération ne concerne qu'un seul magasin dont le montant des achats totaux représente une part extrêmement marginale 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, à l'issue de l'opération.

B. MARCHÉ AVAL DE LA DISTRIBUTION A DOMINATION ALIMENTAIRE

34. En ce qui concerne le marché aval de la distribution, le magasin cible est un hypermarché exploité sous enseigne Auchan, d'une surface de 4 993 m², situé à Lacroix Saint-Ouen (60).
35. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone de 30 minutes en voiture autour du magasin cible, ce dernier représente 7,6 % des surfaces de ventes, tandis que les hypermarchés de la même enseigne présents sur la zone en représentent 15,7 %. Les parts de marché de l'enseigne E. Leclerc sont donc de 23,3 % sur la zone concernée. Les magasins sous l'enseigne E. Leclerc font face à la concurrence de quatre enseignes différentes : Intermarché (27,7 %), Auchan (22,9 %), Carrefour (20,8 %), et Système U (5,3 %).
36. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire dans la zone de Lacroix-Saint-Ouen.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 16-246 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva
