

Autorité
de la concurrence

**Décision n° 16-DCC-73 du 20 mai 2016
relative à la prise de contrôle conjoint par M. et Mme Zouari aux côtés
du groupe Casino de 119 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 13 avril 2016, relatif à la prise de contrôle conjoint par M. et Mme Zouari de 119 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire, formalisée par un Termsheet en date du 29 mars 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 ;

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. La société Franprix Leader Price Holding (ci-après « FPLPH ») est une filiale du groupe Casino Guichard Perrachon dont le principal objet est la prise de participation dans des sociétés exploitant des magasins sous les enseignes Franprix et Leader Price. Le groupe Casino, acteur français de la distribution à dominante alimentaire, gère un parc de plus de 12 000 magasins (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, magasins discompteurs) sous enseignes notamment Franprix, Géant Casino, Casino Supermarché, Petit Casino, Spar, Vival, Monoprix et Leader Price. Il est également présent dans le secteur de la distribution sur internet de produits non alimentaires avec l’enseigne Cdiscount. Le groupe Casino est contrôlé par la société Euris, elle-même contrôlée par M. Jean-Charles Naouri.
2. La famille Zouari contrôle exclusivement ou conjointement avec le groupe Casino plusieurs sociétés exploitant ensemble plusieurs dizaines de fonds de commerce de distribution à dominante alimentaire sous enseignes Monop', Franprix et Leader Price.
3. La société Holdingmag 2 est active dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire via 71 magasins qu’elle exploite sous enseigne Leader Price, Franprix et Panier des Gourmets.

Holdingmag 2 est contrôlée conjointement par FPLPH et M. et Mme Zouari qui détiennent respectivement [...] % et [...] % de son capital¹.

4. Les cibles de l'opération sont 119 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire exploités sous enseigne Franprix ou Leader Price, d'une surface comprise entre 280 et 1 300 m² et contrôlés actuellement exclusivement par le groupe Casino².
5. Aux termes de l'accord conclu entre FPLPH et M. et Mme Zouari le 29 mars 2016, la société Holdingmag 2 fera l'acquisition des sociétés exploitant les 119 magasins précités. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint des 119 magasins cibles par M. et Mme Zouari et FPLPH, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. 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 : 46,15 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; M. et Mme Zouari : [...] d'euros de chiffre d'affaires pour l'exercice clos le 31 décembre 2015). Les entreprises concernées réalisent en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (Casino : 18,9 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; M. et Mme Zouari : [...] d'euros de chiffre d'affaires pour l'exercice clos le 31 décembre 2015). 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

7. Selon la pratique constante des autorités nationale³ et européenne⁴ de concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution à dominante

¹ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 15-DCC-168 du 11 décembre 2015 relative à la prise de contrôle conjoint par la famille Zouari aux côtés du groupe Casino de 72 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire.

² Ces magasins sont situés à Perpignan (66) (2 points de vente), Tournfeuille (31), Toulouse (31) (4 points de vente), Blagnac (31), Boujac (33), Saint-Jean-de-Luz (64), Odos (65), Bordeaux (33) (2 points de vente), Istres (13), Castres (31) (2 points de vente), La Valette du Var (83), Nîmes (30) (2 points de vente), Le Bouscat (33), Bias (47), Martigues (33), Bidos (64), Colomiers (31), Mazamet (81), Mérignac (33), Boulogne-sur-Gesse (31), Revel (31), Balma (31), Eauze (32), Lavaur (82), Biganos (33), Biron (64), Lormont (33), Launaguet (31), Montpellier (34), Vitrolles (13), Gaillac (81), Mourenx (64), Langon (33), Marseille (13) (2 points de vente), Toulon (83), Rochefort (17), Saint-Jean-D'angély (17), Saugnac et Cambran (40), Cugnaux (31), Le Barp (33), Bénesse-Maremne (40), Saint Ciers sur Gironde (33), Cornebarrieu (31), Caissargues (30), Izon (33), Biscarrosse (40), Cadillac (33), Melle (79), Saint Raphael (83), Lunel (34), Nice (06) (2 points de vente), Saint Jean de Vedas (34), Pouzac (85), La Roche-Chalais (24), Beguey (33), Lanton (33), Vernet (31), Cavignac (33), Tonneins (47), Pons (17), Condom (32), Villemur sur Tarn (31), Artix (64), Villemur sur Lot (47), Retiers (35), Gradignan (33), Pessac (33), Berre l'Étang (33), Avignon (84) (2), Montpellier La Paillade (34), La Crau (83), Thuir (66), Paris (75) (15 points de vente), Elne (66), Saint-Mitre-les-Remparts (13), Gentilly (94), Colombes (92), Bois d'Arcy (78), Boulogne Billancourt (92), Noisy le Grand (93), Mantes-la-Jolie (78), Bezons (95), Asnières-sur-Seine (92) (2), Champigny-sur-Marne (94), Sarcelles (95), Bouffémont (95), Maule (78), Antony (92), Tremblay (93), Fresnes (94), Viroflay (78), Juvisy-sur-Orge (91), Fontenay-sous-Bois (94), Montrouge (92). Ils sont actuellement sous le contrôle exclusif de FPLPH / Casino.

³ Voir notamment la décision 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, et la décision 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. Voir également la décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-173.

alimentaire : d'une part, les 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, les marchés amont de l'approvisionnement sur lesquels les entreprises en tant qu'acheteurs sont en contact avec les fabricants des produits, de dimension nationale.

A. MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

8. 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 nationales⁵.
9. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

B. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION

1. LES MARCHES DE SERVICES

10. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaires que nationales, 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 (d'une surface légale de vente supérieure à 2 500 m²), (ii) les supermarchés (magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 2 500 m² et supérieure à 400 m²), (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail (moins de 400 m²), (v) les maxi discompteurs, (vi) la vente par correspondance.
11. Au sein du petit commerce de détail⁶ sont distingués les petits libres-services qui offrent un assortiment étroit de produits courants (une surface inférieure à 120 m²) et les supérettes dont l'offre de produits est un peu plus étendue (une surface comprise entre 120 et 400 m²).
12. Les autorités de concurrence considèrent que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories. Elles distinguent ainsi :
 - un marché comprenant uniquement les hypermarchés ; et
 - 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).

⁴ Voir notamment les décisions de la Commission européenne M. 1221, Rewe / Meinl du 3 février 1999 et M. 1684, Carrefour/ Promodès du 25 janvier 2000.

⁵ 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 de 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°11-DCC-45 et 11-DCC-04 précitées.

⁶ Voir l'avis du Conseil de la concurrence n° 97-A-04 du 21 janvier 1997 relatif à diverses questions portant sur la concentration de la distribution et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-D-08 du 3 mars 2010 relative à des pratiques mises en œuvre par Carrefour dans le secteur du commerce d'alimentation générale de proximité.

13. S'agissant du petit commerce de détail, la pratique décisionnelle a également souligné l'existence d'une relation concurrentielle asymétrique avec les autres formes de commerce. Dans certaines configurations géographiques, un hypermarché, un supermarché ou un magasin de *hard-discount* de plus de 400 m² peut être habituellement utilisé par certains consommateurs comme un magasin de proximité, en substitution d'une supérette, tandis que la réciproque n'est pas vraie. Ainsi, si les hypermarchés et les supermarchés exercent une vive concurrence sur le petit commerce de détail (moins de 400 m²), la réciproque n'est presque jamais vérifiée. Les magasins de proximité subissent donc la concurrence des autres magasins de proximité ainsi que des supermarchés, des magasins discompteurs et des hypermarchés.
14. Compte tenu de la surface réduite des magasins alimentaires parisiens, la pratique décisionnelle considère par ailleurs qu'il existe à Paris une substituabilité plus grande qu'en province entre le petit commerce de proximité (dont la surface totale est inférieure à 400 m²) et les supermarchés et hypermarchés implantés à proximité. Au regard de ces caractéristiques, la pratique décisionnelle a adopté une approche spécifique en estimant que le marché pertinent à Paris comprend ainsi tous les formats de commerces généralistes : petit commerce de détail, supermarchés, magasins populaires, magasins de *hard-discount* et hypermarchés.
15. En l'espèce, l'opération envisagée concerne 119 magasins à dominante alimentaire dont 95 d'une surface de vente comprise entre 400 m² et 2 500 m², 15 magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 400 m² mais supérieure à 120 m² et 9 magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 120 m² situés en province et à Paris.

2. LES MARCHES GEOGRAPHIQUES

16. **S'agissant des supermarchés**, il ressort de la pratique décisionnelle⁷ que les conditions de la concurrence s'apprécient généralement sur une zone où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des supermarchés et formes de commerce équivalentes situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture.
17. Cependant, la pratique décisionnelle a analysé des zones correspondant à un trajet en voiture de 10 minutes autour des supermarchés situés en proche banlieue parisienne et des zones correspondant à un trajet en voiture de 10 et 15 minutes autour des supermarchés situés en grande couronne ou dans les grandes villes de province⁸.
18. **S'agissant du petit commerce de détail**, la pratique décisionnelle a précisé que cette catégorie « *se caractérise par une clientèle composée majoritairement de personnes habitant à moins de 500 mètres du point de vente, se rendant à pied sur le lieu de ventes et réalisant des achats de faible montant* »⁹. Dans plusieurs décisions récentes, les effets d'opérations de concentration concernant des points de vente d'une surface inférieure à 400 m² ont été

⁷ 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.

⁸ Notamment, décision 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.

⁹ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence 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.

- examinés dans des zones de chalandise correspondant à un temps de déplacement de 10 minutes à pied¹⁰.
19. En l'espèce, l'opération concerne : (i) 76 points de vente d'une surface de vente supérieure ou égale à 400 m² situés en province (hors grandes villes) et en Île-de-France (hors petite couronne et Paris) (ii) 12 points de vente d'une surface de vente supérieure ou égale à 400 m² situés dans une grande ville de province (Montpellier, Marseille, Bordeaux, Toulouse et Nice), (iii) 4 points de vente à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 400 m² (mais supérieure à 120 m²) situés en petite couronne parisienne, (iv) 12 points de vente à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 400 m² (mais supérieure à 120 m²) situés en province et en Île-de-France (hors Paris), (v) 3 points de vente à dominante alimentaire d'une surface de vente supérieure ou égale à 400 m² situés à Paris intra-muros et (vi) 12 points de vente à dominante alimentaire d'une surface de vente inférieure à 400 m² situés à Paris (intra-muros).
 20. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations dans le cadre de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

A. MARCHÉ AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

21. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, il convient d'indiquer que l'opération est limitée à 119 magasins déjà sous enseigne du groupe Casino et s'approvisionnant déjà auprès du groupe Casino. L'acquisition n'est donc pas susceptible de renforcer la puissance d'achat du groupe Casino, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.
22. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché amont de la distribution.

B. MARCHÉ AVAL DE LA DISTRIBUTION A DOMINATION ALIMENTAIRE

23. L'opération emporte un chevauchement d'activité avec les magasins contrôlés par M et Mme Zouari sur les zones de chalandise suivantes : Nice (757 m²), Pons (720 m²), Saint-Raphaël (559 m²), Noisy-le-Grand (429 m²), Tremblay (675 m²), Champigny-sur-Marne (480 m²), Sarcelles (470 m²). A l'exception de Nice et Saint-Raphaël la part de marché des magasins exploités sous enseigne du groupe Casino demeurera inférieure à 25 % dans l'ensemble des zones concernées. Les parties demeureront par ailleurs confrontées à la concurrence exercée par les principales enseignes nationales de distribution alimentaire.
24. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de chalandise de 10 minutes à pied autour du magasin situé 9 rue des combattants à

¹⁰ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-112 du 3 août 2012 précitée et 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, Breadis, Clemendis et Carbidis.

Nice (06), Holdingmag2 détient un point de vente à enseigne Leader Price d'une surface de 800 m², soit une part de marché de [0-5] %. A l'issue de l'opération, sa part de marché sera de [0-5] %. Casino restera présent sur cette zone avec 12 points de vente d'une surface cumulée de 13 331 m² et une part de marché de [20-30] %. Les parties feront face à la concurrence de Carrefour (9 points de vente, 16 451 m² et [30-40] %), ITM Entreprises (6 points de vente, 6 383 m² et [10-20] %), Leclerc (1 point de vente, 3 300 m² et [5-10] %), Lidl (3 points de vente, 2 269 m² et [0-5] %) et Système U (5 points de vente, 4 144 m² et [5-10] %).

25. 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 situé ZAC Vaulongue Esterel à Saint-Raphaël (83), Holdingmag2 détient un point de vente à enseigne Leader Price d'une surface de 600 m², soit une part de marché de [0-5] %. A l'issue de l'opération, sa part de marché sera de [0-5] %. Casino restera présent sur cette zone avec 5 points de vente d'une surface cumulée de 7 353 m² et une part de marché de [30-40] %. Les parties feront face à la concurrence de Leclerc (1 point de vente, 6 600 m² et [20-30] %), ITM (2 points de vente, 3 258 m² et [10-20] %), Carrefour (3 points de vente, 2 706 m² et [10-20] %), Système U (1 point de vente, 1 914 m² et [5-10] %), Lidl (1 point de vente, 1 437 m² et [5-10] %) et Aldi France (1 point de vente, 600 m² et [0-5] %).
26. Compte tenu de ce qui précède, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 16-055 est autorisée.

La vice-présidente,

Claire Favre

© Autorité de la concurrence