

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 12-DCC-59 du 4 mai 2012  
relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Socolam, Somacom  
et René Lancry (actifs du Groupe Lancry) par la société Socohold  
(Groupe Parfait)**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 23 décembre 2011 et déclaré complet le 7 mars 2012, relatif à l'acquisition des sociétés Socolam, Somacom et René Lancry par la société Socohold, formalisée par des offres de reprise indivisibles présentées par le Groupe Parfait le 12 décembre 2011 et par une décision du tribunal mixte de commerce de Fort-de-France en date du 13 janvier 2012 ;

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 engagements présentés le 10 avril 2012, modifiés en dernier lieu le 26 avril 2012, par la partie notifiante ;

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 Parfait contrôle plusieurs filiales actives en Martinique et en Guadeloupe dans les secteurs de la distribution automobile, de la distribution alimentaire, de la décoration intérieure et de la photographie. Le groupe est contrôlé par les membres de la famille Parfait, qui détiennent ensemble [...] % de Cofindus Holding, [...] % d'AGM Holding, [...] % de Socohold et [...] % de Socodis. Aucun pacte d'actionnaires ne régit les règles de contrôle au sein du groupe mais la famille Parfait considère qu'elle contrôle effectivement toutes ces sociétés compte tenu des liens familiaux qui les unissent. La question de la nature exacte du contrôle exercé par les membres de la famille Parfait sur le groupe Parfait peut toutefois être laissée ouverte car elle est sans incidence en l'espèce.

2. Au sein du groupe Parfait, Socohold est une société par action simplifiée qui détient directement ou indirectement le capital des sociétés Socomex, Socopoint et Socodéco, lesquelles exploitent respectivement les hypermarchés Hyper U La Galléria et Hyper U Le Rond Point, situés respectivement au Lamentin et à Fort-de-France en Martinique, ainsi que la boutique à enseigne « La Chaise Longue » située dans la galerie commerciale de l'Hyper U La Galléria. Les sociétés Socomex et Socopoint ont créé ensemble un groupement d'intérêt économique ayant une activité de centrale de référencement et de mise en place d'opérations publicitaires pour le compte des sociétés exploitantes du groupe Parfait.
3. Les sociétés par actions simplifiées Socolam, Somacom et René Lancry, actuellement contrôlées par le groupe Hedder Lancry, société à la tête du groupe du même nom, exploitent les fonds de commerce de deux hypermarchés, situés au Lamentin en Martinique, et d'une plateforme logistique. Les hypermarchés, d'une surface commerciale respective de 5 730 m<sup>2</sup> et de 2 800 m<sup>2</sup>, sont actuellement exploités sous l'enseigne Leclerc. Leur approvisionnement est assuré à partir de la plateforme logistique René Lancry.
4. Par jugement du 22 février 2011, le tribunal mixte de commerce de Fort-de-France a placé les sociétés Socolam, Somacom et René Lancry en redressement judiciaire. Le groupe Parfait a déposé des offres de reprise le 12 décembre 2011, qui ont été acceptées par jugement du tribunal le 13 janvier 2012.
5. En ce qu'elle entraîne la prise de contrôle exclusif par le groupe Parfait des hypermarchés Leclerc Place d'Armes et Long Pré et de la plateforme logistique du groupe Lancry, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L.430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (Groupe Parfait : [...] millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2010 ; sociétés Socolam, Somacom et René Lancry : [...] millions pour l'exercice clos au 28 février 2010). Chacune réalise en Martinique un chiffre d'affaires supérieur à 7,5 millions d'euros dans le commerce de détail (Groupe Parfait : [...] millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2010 ; les Socolam, Somacom et René Lancry : [...] millions d'euros pour l'exercice clos au 28 février 2010). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils relatifs au commerce de détails mentionnés au point III 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 même code relatifs à la concentration économique.

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

7. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de la 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 DE DÉTAIL A DOMINANTE ALIMENTAIRE**

### **1. LES MARCHÉS DE SERVICES**

8. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaire que nationale, 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.
9. Les hypermarchés sont usuellement définis comme des magasins à dominante alimentaire d'une surface légale de vente supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>. Au cas d'espèce, l'opération concerne le rachat de deux fonds de commerce exploités sous l'enseigne Leclerc et qui occupent aujourd'hui une surface de vente de 5 730 m<sup>2</sup> et 2 800 m<sup>2</sup>. Par conséquent, les fonds de commerce situés à Place d'Armes et Long Pré rentrent dans la catégorie des hypermarchés.
10. Cependant, si le service rendu globalement par les hypermarchés (diversité des produits, profondeur des gammes, accessibilité, prix bas) est spécifique et n'est rendu par aucune autre forme de commerce, le critère de taille qui détermine, entre les supermarchés et les hypermarchés, l'étendue de l'assortiment des gammes, doit être utilisé dans chaque cas avec précaution, des magasins dont la surface est située à proximité du seuil qui sert à les distinguer (2 500 m<sup>2</sup>), soit en dessous, soit au-dessus, pouvant se trouver, dans les faits, en concurrence directe. Sont donc prises en considération les conditions dans lesquelles le marché fonctionne effectivement, notamment le fait que, dans un certain nombre de configurations géographiques, 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.
11. En conséquence, l'analyse est effectuée, d'une part sur un marché comprenant uniquement les hypermarchés et, d'autre part, sur un marché incluant tous les formats (hypermarchés, supermarchés, hard-discounters), hormis les supérettes (moins de 400 m<sup>2</sup>).

### **2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE**

12. 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 :
  - une première zone où se rencontrent la demande des consommateurs 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 ;
  - une seconde zone où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des supermarchés et autres formes de commerce équivalentes situées 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.
13. 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 les délimitations usuelles présentées ci-dessus. Au cas d'espèce, et ainsi que cela a été considéré par la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence<sup>1</sup>, il convient de tenir compte des spécificités de la Martinique.

14. La partie notifiante fait à cet égard valoir que, compte tenu de l'exiguïté de l'île de la Martinique et de ses spécificités topographiques, l'ensemble des magasins situés sur l'île sont en concurrence les uns avec les autres. Elle explique que l'activité économique se trouve concentrée sur la zone centre, allant de Schœlcher à l'ouest, à Le Robert au nord, à Le François à l'est et à Rivière-Salée au Sud, et qu'une grande partie des habitants de Martinique, résidant par ailleurs sur l'intégralité du territoire de l'île, travaillent dans cette région et se déplacent donc tous les jours vers la plaine foyalaise. Elle ajoute que la croissance démographique, le dynamisme économique, l'ouverture de nouveaux magasins ainsi que le développement des infrastructures routières et les nouvelles habitudes de circulation observés en Martinique ces dernières années confirme que l'ensemble de l'île doit être considérée comme un seul marché géographique pertinent.
15. La plupart des acteurs économiques interrogés dans le cadre du test de marché ne confirment toutefois pas cette analyse, observant que les points de vente situés au nord et au sud de l'île n'exercent qu'une faible pression concurrentielle sur l'offre à dominante alimentaire de la plaine foyalaise et considérant que le développement des infrastructures routières n'a pas, sur ce point, modifié les conditions de circulation de façon déterminante. En revanche, les hypermarchés cibles étant situés au Lamentin, l'offre des hypermarchés situés au Ducos et Le Robert constitue une alternative crédible pour une partie des consommateurs concernés et peut être prise en compte pour apprécier les effets de l'opération.
16. Par conséquent, l'analyse concurrentielle, au cas d'espèce, sera menée sur le segment des hypermarchés sur la zone Fort-de-France, Schœlcher, Le Lamentin, Ducos et Le Robert. Les effets de l'opération seront également examinés sur le segment des hypermarchés, supermarchés et hard discount dans une zone située à 15 minutes de trajet en voiture des magasins cibles.

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

### **1. LES MARCHÉS DE PRODUITS**

17. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne<sup>2</sup> a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales<sup>3</sup>. En revanche, sur ces marchés, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence ne distingue pas les ventes des producteurs aux grossistes de celles réalisées auprès d'autres clients tels que les détaillants ou la restauration hors foyer par exemple. La Commission a toutefois relevé qu'il existait des indices sérieux permettant de

---

<sup>1</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence 10-DCC-25 du 19 mars 2010 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Louis Delhaize par la société H Distribution (Groupe Hoio).

<sup>2</sup> Voir les décisions de la Commission 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.

<sup>3</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.

penser que le marché de l'approvisionnement du secteur du commerce de détail pourrait constituer un marché autonome tout en laissant la question ouverte<sup>4</sup>.

## 2. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

18. Les autorités de concurrence tant communautaire que nationale considèrent que la délimitation géographique des marchés de l'approvisionnement est essentiellement nationale tout en n'excluant pas que pour certaines catégories de produits, la dimension du marché puisse, en partie, être plus étroite que le marché national en raison de leur fragilité<sup>5</sup>.
19. S'agissant des DOM, et ainsi que l'a relevé l'Autorité de la concurrence dans son avis n° 09-D-45 relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les DOM, il convient de souligner le caractère très spécifique des circuits d'approvisionnements et ses effets sur l'équilibre concurrentiel des marchés concernés. Une partie importante de l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire provient de producteurs et de grossistes locaux, afin notamment de satisfaire aux goûts et habitudes alimentaires locales mais aussi de limiter les coûts d'importation dont celui du fret maritime et de l'octroi de mer. A l'occasion d'opérations intervenant dans les DOM, la pratique décisionnelle nationale a donc envisagé que les marchés géographiques pertinents en matière d'approvisionnement puissent être limités à chaque DOM d'une part, et à la zone Antilles-Guyane d'autre part<sup>6</sup>.
20. Au cas d'espèce, l'approvisionnement local du groupe Parfait et des deux hypermarchés du groupe Lancry représentent respectivement [...] % et [...] % de leurs dépenses totales d'approvisionnement. La cible n'effectuant aucun achat dans la zone Antilles-Guyane, hors de la Martinique, l'opération sera neutre sur cette zone et l'analyse des effets horizontaux de l'opération sur ces marchés sera menée uniquement au niveau national et pour la Martinique.

## III. Analyse concurrentielle

### A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

#### 1. MARCHÉ AVAL DE LA DISTRIBUTION À DOMINANTE ALIMENTAIRE

*Sur le segment des hypermarchés sur la zone de chalandise incluant Fort-de-France, Le Lamentin, Schœlcher, Ducos et le Robert*

21. Sur cette zone, le groupe Parfait détient, avant l'opération, deux hypermarchés à l'enseigne Hyper U situés à Fort de France et au Lamentin, qui représentent [20-30] % des surfaces de

---

<sup>4</sup> Voir les décisions communautaires M.1221, M.2115 précitées.

<sup>5</sup> Voir la décision communautaire M.2115 précitée.

<sup>6</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-25 précitée ainsi que les décisions n°10-DCC-197 du 30 décembre 2010 relative à la prise de contrôle d'un fonds de commerce par la société Ho Hio Hen Investissements Outre Mer et 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.

vente. L'acquisition des deux hypermarchés du groupe Lancry situés au Lamentin portera sa part de marché sur cette zone à [40-50] %.

22. Deux groupes concurrents subsisteront sur ce marché : le groupe Bernard Hayot, avec 3 hypermarchés à enseigne Carrefour situés à Fort-de-France, Ducos et Schœlcher, représentant [30-40] % des surfaces de vente, et le groupe Ho Hio Hen, avec 2 hypermarchés à enseigne Géant situés à Schœlcher et Le Robert, soit [10-20] % des surfaces de vente.
23. L'opération a pour effet la disparition d'un concurrent sur quatre et supprime une enseigne. Elle entraîne l'apparition d'un leader qui disposerait de quatre hypermarchés sur les neuf que compte la zone, totalisant près de [40-50] % des surfaces de vente. A l'issue de l'opération, le taux de concentration sur ce marché atteindra 3 877 IHH<sup>7</sup>, l'acquisition des magasins cibles entraînant un delta de 1 155, montants qui excèdent très largement les seuils retenus par les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence pour écarter toute probabilité de problèmes horizontaux de concurrence<sup>8</sup>. L'opération suscite donc des doutes sérieux d'atteinte à la concurrence par le biais d'un appauvrissement de la diversité de l'offre et une baisse de la pression concurrentielle sur les prix.
24. La partie notifiante expose cependant dans sa notification que l'hypermarché à l'enseigne Leclerc situé à Long Pré connaît d'importantes difficultés et n'est pas rentable, situation confirmée par la mise en redressement judiciaire du groupe Lancry. Elle estime que ces difficultés sont dues au format du magasin et elle projette de réduire sa surface de 2 800 m<sup>2</sup> à une surface située entre 2 000 et 2 450 m<sup>2</sup>. Dans ces conditions, le groupe Parfait ne détiendrait que 3 des 8 hypermarchés de la zone, et sa part de marché serait de [40-50] % des surfaces de vente. L'effet de l'opération apparaît ainsi suffisamment atténué pour lever les doutes d'atteinte à la concurrence.
25. Par lettre en date du 10 avril 2012, la partie notifiante s'est donc engagée à réduire la surface de l'hypermarché Long Pré à une surface de vente inférieure ou égale à 2 450 m<sup>2</sup>. Le groupe Parfait s'engage à mettre en œuvre cet engagement dans un délai d'un an. Il s'engage également à ne pas augmenter la surface du magasin avant l'expiration d'un délai de 10 ans sauf dans l'hypothèse où l'Autorité constaterait une modification de la situation concurrentielle du marché.

***Sur le segment des hypermarchés, supermarchés et hard discount sur une zone de quinze minutes des hypermarchés cibles***

26. Sur cette zone, 7 hypermarchés, 14 supermarchés et 10 magasins de hard discount sont présents. La nouvelle entité, qui disposait de [10-20] % des surfaces commerciales avant l'opération, aura une part de marché estimée à [30-40] %. Elle sera confrontée à la concurrence des groupes Bernard Hayot ([20-30] %), Ho Hio Hen ([10-20] %), Fabre ([10-20] %), Despointes ([10-20] %), Pamphile ([0-5] %).
27. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le segment des hypermarchés, des supermarchés et hard discount dans la zone de chalandise concernée.

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

### **a) Au niveau national**

---

<sup>7</sup> Indice d'Hirschmann-Herfindahl.

<sup>8</sup> Paragraphe 345.

28. Sur le marché amont de l'approvisionnement au niveau national, l'acquéreur sera présent pour l'approvisionnement de ses quatre magasins à dominante alimentaire.
29. Le renforcement de sa puissance d'achat du fait de l'opération demeure limité, la part d'achat des points de vente Leclerc est très inférieure à [0-5] % du marché national de l'approvisionnement estimé à 69 milliards d'euros. En tout état de cause, à l'issue de l'opération, la part d'achat du groupe Parfait représentera moins de [0-5] % sur le marché de l'approvisionnement au niveau national.

**b) Au niveau local**

30. En ce qui concerne le marché de l'approvisionnement au plan national, les approvisionnements des parties concernent, d'une part, des produits de marque, parmi lesquels certains sont distribués dans le cadre de licences exclusives de distribution en Martinique et d'autre part, les achats sur référencement direct des parties notifiantes auprès de divers fournisseurs nationaux. Dans les deux cas, le renforcement de la puissance d'achat des parties liées à l'acquisition de deux magasins sera marginal.
31. En ce qui concerne le marché de l'approvisionnement en produits de marque nationale ou locale distribués localement sur la zone Antilles-Guyane, celui-ci peut être évalué à un peu plus de deux milliards d'euros. En 2010, les achats locaux des parties notifiantes s'élèvent à [...] millions d'euros auxquels doit être agrégé l'approvisionnement local des deux hypermarchés Leclerc pour [...] millions d'euros, soit au total environ [...] millions d'euros, ce qui représente [0-5] % du total des approvisionnements locaux sur la zone Antilles-Guyane.
32. Afin d'apprécier l'impact de l'opération par grands groupes de produits, la partie notifiante a fourni des données relatives aux achats des parties notifiantes et des hypermarchés cibles auprès de leurs fournisseurs communs. Dans la mesure où la part des achats des parties notifiantes restera modérée (inférieure à 25 %) pour l'ensemble de ces fournisseurs, il y a lieu de considérer que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement.

**DECIDE**

**Article unique :** L'opération notifiée sous le numéro 11-254 est autorisée sous réserve des engagements décrits ci-dessus et annexés à la présente décision.

Le président,

Bruno Lasserre