

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 19-DCC-105 du 24 mai 2019
relative à la prise de contrôle conjoint d'un fonds de commerce de
détail à dominante alimentaire par la société Saint-
Grégoire Distribution aux côtés de l'Association des Centres
Distributeurs E. Leclerc**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 14 février 2019 et déclaré complet le 18 avril 2019, relatif à la prise de contrôle conjoint d'un fonds de commerce de détail à dominante alimentaire par la société Saint-Grégoire Distribution aux côtés de l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc, formalisée par une promesse d'achat du fonds de commerce en date du 15 janvier 2019 conclue entre la société Scaouest et la société Distribution Casino France et par une promesse synallagmatique de cession d'actions en date du [Confidentiel]entre la société Scaouest et la société Saint-Grégoire Distribution ;

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 notifiantes au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

A. LES ENTREPRISES CONCERNÉES

1. LES ACQUÉREURS ET LA CIBLE

1. La société Sodiquartier (ci-après « Sodiquartier ») est une société par actions simplifiée, créée pour les besoins de l'opération, qui a pour objet l'exploitation d'un fonds de commerce de détail à dominante alimentaire. Elle est contrôlée par la société Scaouest.

2. La société Saint-Grégoire Distribution (ci-après « Saint-Grégoire Distribution ») est une société holding, contrôlée par M. Kervarrec, laquelle exploite un hypermarché sous l'enseigne E. Leclerc, situé à Bressuire (79).
3. L'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc (ci-après, l'« ACDLec ») est l'organe qui définit la stratégie du mouvement E. Leclerc, dont sont adhérentes toutes les personnes physiques qui dirigent les sociétés d'exploitation de magasins E. Leclerc. L'ACDLec détermine notamment les conditions d'agrément au mouvement E. Leclerc et signe les contrats d'enseigne (ou « de panonceau ») dont doivent être titulaires les exploitants de magasins de commerce de détail E. Leclerc.
4. Le magasin cible est un hypermarché exploité sous enseigne Géant Casino, situé à Saint-Grégoire (35), d'une surface de vente de 7 370 m², détenu par la société Distribution Casino France (ci-après, « DCF »), filiale de la société Casino Guichard-Perrachon.

2. LE CONTRÔLE DES ENTITÉS CONCERNÉES

5. Il est soutenu dans le dossier de notification de l'opération que l'ACDLec n'exerce aucun contrôle sur Saint-Grégoire Distribution et n'exercera aucun contrôle sur le magasin cible après l'opération. Selon les parties notifiantes, ce dernier serait donc exclusivement contrôlé par M. Kervarrec et l'opération notifiée consisterait en la prise de contrôle exclusif du magasin cible par M. Kervarrec, par l'intermédiaire de Saint-Grégoire Distribution.
6. Néanmoins, à l'issue de l'opération, le fonds de commerce cible sera détenu par Saint-Grégoire Distribution, laquelle est conjointement contrôlée, au sens du droit des concentrations par l'ACDLec et M. Kervarrec. 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 des magasins E. Leclerc, telles que Saint-Grégoire Distribution, 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 documents contractuels liant Saint-Grégoire Distribution à l'ACDLec².

B. L'OPÉRATION

7. L'opération envisagée consiste en deux phases successives et est formalisée par une promesse d'achat du fonds de commerce en date du 15 janvier 2019 entre la société Scaouest et DCF, ainsi que par une promesse synallagmatique de cession d'actions en date du 10 mai 2019 entre la société Scaouest et la société Saint-Grégoire Distribution.
8. Dans un premier temps la société Scaouest prendra le contrôle exclusif du point de vente cible par l'intermédiaire de la société Sodiquartier dont elle détient la totalité du capital.

¹ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 16-DCC-14 du 29 janvier 2016 relative à la prise de contrôle conjoint d'un magasin de commerce de détail à dominante alimentaire par la société Attindis aux côtés de l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc, 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, 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 et n° 19-DCC-63 du 9 avril 2019 relative à la prise de contrôle conjoint d'un fonds de commerce de détail à dominante alimentaire par la société Thegadis aux côtés de l'Association des Centres distributeurs E. Leclerc.

² Voir les paragraphes 6 à 17 de la décision n° 19-DCC-63 du 9 avril 2019 précitée.

9. Dans un second temps, la société Saint-Grégoire Distribution doit acquérir le contrôle conjoint de la société Sodiquartier, aux côtés de l'ACDLec, au plus tard le 31 août 2019.
10. Une opération de concentration n'est réputée réalisée que si celle-ci entraîne une modification durable du contrôle de l'entreprise concernée. En l'espèce le caractère transitoire de la prise de contrôle exclusif par la société Scaouest du point de vente cible est convenu par les parties de manière juridiquement contraignante dès la première phase.
11. L'opération consiste donc en l'acquisition par Saint-Grégoire Distribution de l'hypermarché sous enseigne Géant Casino situé route de Saint-Malo, à Saint-Grégoire (35). Saint-Grégoire Distribution est une société par action simplifiée ayant des statuts conformes aux statuts-types E. Leclerc, adhérente de l'ACDLec et ayant vocation à être titulaire d'un contrat de panonceau E. Leclerc par l'intermédiaire de M. Kervarrec³. La centrale d'achat des centres distributeurs E. Leclerc Scaouest, les sociétés d'exploitation Sodilonne, Sodiroche, Sodijour, Bocadis, Saint-Herblain Distribution, Aze Dis, Brevidis, Sodivardière, Saumur Distribution, Ancenis Distribution et Monsieur Berthy, détiendront chacun une action au sein du capital de la société Sodiquartier, au titre du parrainage décrit aux points 9 et 10 de la décision n° 19-DCC-63 précitée et qui s'applique également à la présente situation. L'ACDLec sera donc en mesure d'exercer un contrôle conjoint sur la nouvelle société.
12. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint du magasin cible par Saint-Grégoire Distribution aux côtés de l'ACDLec, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430- 1 du code de commerce.
13. Les entreprises concernées exploitent des magasins de commerce de détail et réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxes total sur le plan mondial de plus de 75 millions d'euros (mouvement E. Leclerc : 24 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2018⁴ ; M. Kervarrec : 139,1 millions d'euros pour l'exercice clos le 30 juin 2018 ; le magasin cible : 30,1 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2017). 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 : 23 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2018⁵ ; M. Kervarrec : 139,1 millions d'euros pour l'exercice clos le 30 juin 2018 ; le magasin cible : 30,1 millions d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2017). 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 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.

³ M. Kervarrec est titulaire d'un contrat de panonceau mentionnant l'exploitation de la société Sodirennes, conclu le 26 octobre 2007. Si le contrat de panonceau existant ne mentionne pas l'exploitation du point de vente de Saint-Grégoire, il ne fait aucun doute que la société Sodiquartier a vocation à être affiliée au Mouvement E. Leclerc et à figurer à l'avenir sur le contrat de panonceau E. Leclerc.

⁴ L'ACDLec exerçant un contrôle conjoint sur certains magasins à l'enseigne E. Leclerc, 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 européenne.

⁵ Id.

II. Délimitation des marchés pertinents

A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

1. MARCHÉS DE PRODUITS

14. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne⁶ a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par les autorités nationales⁷.
15. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

16. Du point de vue géographique, la pratique décisionnelle constante des autorités de concurrence considère que les marchés de l'approvisionnement sont de dimension nationale⁸.
17. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

B. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE DÉTAIL À DOMINANTE ALIMENTAIRE

1. MARCHÉS DE PRODUITS

18. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, la pratique décisionnelle⁹ 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-discounters, (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.
19. 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 ainsi¹⁰ : (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).

⁶ 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.

⁷ Voir notamment les décisions du ministre 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 n° 16-DCC-53 et n° 16-DCC-211 précitées.

⁸ Voir notamment les décisions COMP/M.1684, COMP/M.4096, n° 16-DCC-53 et n° 16-DCC-211 précitées.

⁹ Voir, par exemple les décisions n° 16-DCC-53, n° 16-DCC-211 et n° 19-DCC-63 précitées.

¹⁰ Id.

20. En l'espèce, le point de vente cible exploité par DCF sous enseigne Géant Casino dispose d'une surface de vente de 7 370 m² et entre dans la catégorie des hypermarchés. L'opération sera donc analysée sur le marché des hypermarchés.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

21. Les autorités de concurrence ont examiné les effets des 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.
22. L'Autorité de la concurrence a souligné que, pour les magasins dont la superficie est supérieure à 2 500 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 discompteurs¹¹.
23. 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.
24. En l'occurrence, le fonds de commerce cible entrant dans la catégorie des hypermarchés, l'analyse concurrentielle sera menée, conformément à la pratique décisionnelle rappelée ci-dessus, d'une part, sur le marché incluant uniquement les hypermarchés dans un rayon de 30 minutes et, d'autre part, sur le marché incluant les hypermarchés, les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans un rayon de 15 minutes de temps de trajet en voiture autour du fonds de commerce cible.
25. Toutefois, en raison de la forte proximité géographique entre l'hypermarché cible et un point de vente à l'enseigne E. Leclerc de 7 700 m², situé rue de l'Étang à Saint-Grégoire, l'Autorité a également mené, par l'intermédiaire d'un test de marché adressé à l'ensemble des concurrents des parties, une analyse de la zone locale afin, notamment, de délimiter plus précisément le marché géographique concerné.
26. Il ressort de ce test de marché que le marché inclut au moins 14 concurrents situés dans les communes de Rennes, Betton, Gévezé, Cesson Sévigné, Melesse et Pacé. L'analyse concurrentielle a ainsi été menée sur cette zone géographique constituée pour le cas d'espèce.

¹¹ *Id.*

III. Analyse concurrentielle

A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

27. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération ne concerne qu'un seul magasin dont le montant des achats totaux représente une part marginale du marché de l'approvisionnement¹². 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. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION

28. Sur le marché comprenant les hypermarchés situés dans une zone correspondant à un temps de trajet de 30 minutes à partir de l'hypermarché de Saint-Grégoire, ce dernier représente 5,9 % des surfaces de vente et les hypermarchés à l'enseigne E. Leclerc en représentent 20,9 %, soit une part de marché cumulée estimée à 26,9 %. À l'issue de l'opération, les magasins sous enseigne E. Leclerc feront face à la concurrence des hypermarchés exploités sous cinq enseignes indépendantes : Système U (33 %), Carrefour (23,1 %), Cora (8 %), Intermarché (7 %) et Casino (2,1 %).
29. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans une zone de 15 minutes en voiture à partir de l'hypermarché de Saint-Grégoire, ce dernier représente 9 % des surfaces de vente et les points de vente à l'enseigne E. Leclerc en représentent 20,2 %, soit une part de marché cumulée estimée à 29,3 %. À l'issue de l'opération, les magasins sous enseigne E. Leclerc feront face à la concurrence des points de vente exploités sous six enseignes indépendantes : Carrefour (29,4 %), Système U (12,6 %), Cora (12,1 %), Intermarché (11,7 %), Casino (3,2 %) et Lidl (1,7 %).
30. Enfin, sur le marché délimité par le test de marché, il existe des offres alternatives crédibles et suffisantes aux magasins des parties. En effet, dans la zone délimitée par l'inclusion des magasins qui se considèrent en concurrence avec l'hypermarché cible, ce dernier représente 8 % des surfaces de vente et les points de vente de l'enseigne E. Leclerc en représentent 28 %, soit une part de marché cumulée estimée à 36 %. À l'issue de l'opération, les magasins sous enseigne E. Leclerc feront face à la concurrence des points de vente exploités sous six enseignes indépendantes : Carrefour (34 %), Cora (10,7 %), Système U (8,8 %), Intermarché (6,2 %), Casino (2,8 %) et Lidl (1,5 %). L'Autorité relève en particulier qu'autour de l'hypermarché cible et des deux hypermarchés sous enseigne E. Leclerc exploités à Rennes et à Saint-Grégoire, se situent trois hypermarchés sous enseignes Cora et Carrefour, qui disposent de surfaces de vente plus importantes que chaque magasin des parties. Les habitants situés dans la zone de chalandise de l'hypermarché cible disposent d'alternatives proches, en dépit de la proximité géographique des magasins des parties. En cas d'augmentation des prix dans les magasins, des parties, de dégradation de la qualité des services rendus ou de réduction de la surface de vente de l'un de ces points de vente, les consommateurs pourront se reporter vers ces magasins

¹² L'ACDLec a notifié concomitamment la prise de contrôle conjoint de sept points de ventes qui font l'objet de sept décisions distinctes. Le risque de renforcement de la puissance d'achat du Mouvement E. Leclerc, en tant qu'acteur sur les marchés de l'approvisionnement, a été étudié en tenant compte de ces sept opérations.

concurrents qui se considèrent comme des alternatives aux magasins des parties et qui sont situés, pour deux d'entre eux, à moins de 15 minutes en voiture de l'hypermarché cible.

31. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence tant sur les marchés aval de la distribution, que sur les marchés amont de l'approvisionnement.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 19-041 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva

© Autorité de la concurrence