



**Décision n° 19-DCC-152 du 26 juillet 2019  
relative à l'acquisition du contrôle exclusif de 5 fonds de commerce à  
dominante alimentaire par la société ITM\* Alimentaire International**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 27 juin 2019, relatif à la prise de contrôle exclusif par la société ITM\* Alimentaire International de 5 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire sous enseignes Casino et Leader Price, formalisé par une promesse d'achat en date du 5 juin\* 2019 ;

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\* Alimentaire International est une société par actions simplifiée, détenue intégralement par la société ITM Entreprises, elle-même contrôlée par la Société civile des Mousquetaires. Cette dernière est contrôlée par la société Les Mousquetaires, qui est détenue par 1 498 personnes physiques (« adhérents associés ») et l'association l'Union des Mousquetaires. Ces différentes sociétés approvisionnent et animent le réseau de commerçants indépendants (ci-après « le groupement des Mousquetaires »). Le groupement des Mousquetaires exploite différentes enseignes, telles que Intermarché, Netto, Poivre Rouge, Bricomarché, Bricorama, Bricocash, Batkor, Roady, Rapid Pare-Brise et American Car Wash.
2. Les actifs cibles de l'opération sont 5 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire, exploités sous enseignes Casino et Leader Price, lesquels sont contrôlés (i) exclusivement par le groupe Casino<sup>1</sup> ou (ii) par un de ses franchisés<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Ces magasins sont situés à Les Avenières (38), Château-Renard (45), Fouilloy (80) et Migné-Auxences (86).

<sup>2</sup> Ce magasin est situé à Ludon-Médoc (33).

\* Rectification d'erreur matérielle.

3. L'opération, formalisée par une promesse d'achat en date du 5 juin 2019, consiste en l'acquisition par ITM\* Alimentaire International des fonds de commerce des 5 magasins cibles. Leur interdépendance résulte explicitement de l'article 2 de la promesse d'achat, aux termes de laquelle l'exercice de cette promesse ne peut porter que sur l'ensemble des magasins. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif des magasins cibles, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
4. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total hors taxes sur le plan mondial de plus de 75 millions (ITM Entreprises :  $[\geq 75 \text{ millions}]$  d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2017 ; magasins cibles :  $[\leq 75 \text{ millions}]$  d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2018). Les entreprises concernées réalisent en France dans le secteur du commerce de détail un chiffre d'affaires supérieur à 15 millions d'euros (ITM Entreprises :  $[\geq 15 \text{ millions}]$  d'euros pour l'exercice clos le 28 février 2018 ; magasins cibles :  $[\geq 15 \text{ millions}]$  d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2018).
5. 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 relatifs à la concentration économique.

## II. Délimitation des marchés pertinents

6. Selon la pratique constante des autorités nationale<sup>3</sup> et européenne<sup>4</sup> de concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution à dominante 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.

---

<sup>3</sup> Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-173 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle de la société Dia France SAS par la société Carrefour France SAS, et la décision n° 17-DCC-231 du 27 décembre 2017 relative à la prise de contrôle conjoint par la famille Zouari aux côtés du groupe Casino de 125 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire.

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

\* Rectification d'erreur matérielle.

## **A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT**

7. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la Commission européenne<sup>5</sup> a retenu l'existence de marchés de dimension nationale par grands groupes de produits, délimitation suivie par l'Autorité de la concurrence à l'occasion de l'examen d'opérations de concentration dans ce secteur<sup>6</sup>.
8. 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 A DOMINANTE ALIMENTAIRE**

### **1. LES MARCHÉS DE PRODUITS**

9. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, la pratique décisionnelle de l'Autorité<sup>7</sup> distingue six catégories de commerce en retenant 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 m<sup>2</sup>), (ii) les supermarchés (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>), (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail (moins de 400 m<sup>2</sup>), (v) les maxi discompteurs, (vi) la vente par correspondance.
10. Les autorités de concurrence<sup>8</sup> 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 ;
  - 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>).
11. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces définitions dans le cadre de la présente opération.

### **2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES**

12. 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.
13. S'agissant des supermarchés, il ressort de la pratique décisionnelle de l'Autorité<sup>9</sup> que les conditions de la concurrence s'apprécient généralement sur une zone où se rencontrent la

---

<sup>5</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne M.1221 précitée.

<sup>6</sup> Voir notamment en ce sens la décision 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.

<sup>7</sup> Voir notamment la décision 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.

<sup>8</sup> Id.

<sup>9</sup> Voir décisions n° 14-DCC-173 et n° 17-DCC-231 précitées.

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.

14. 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.
15. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations dans le cadre de la présente opération.
16. En l'espèce, l'opération envisagée concerne 5 magasins à dominante alimentaire dont la surface de vente est comprise entre 400 m<sup>2</sup> et 2 500 m<sup>2</sup>.

### **III. Analyse concurrentielle**

#### **A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT**

17. En ce qui concerne les marchés amont de l'approvisionnement, l'opération concerne 5 magasins dont le montant des achats totaux représente une part très marginale du marché national de l'approvisionnement<sup>10</sup>. La puissance d'achat d'ITM n'est donc pas susceptible d'être renforcée, tous produits confondus, comme par catégories de produits, à l'issue de l'opération.
18. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché amont de la distribution.

#### **B. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION**

19. L'opération emporte un chevauchement d'activité avec les magasins exploités sous enseigne ITM sur les 4 zones de chalandise suivantes : Ludon-Médoc (33), Les Avenières (35), Fouilloy (80) et Migné-Auxences (86).
20. Dans les zones de Ludon-Médoc (33), Fouilloy (80) et Migné-Auxences (86), la part de marché des magasins exploités sous enseigne ITM demeurera inférieure à 25 %. La nouvelle entité restera par ailleurs confrontée à la concurrence exercée par plusieurs des principales enseignes nationales de distribution alimentaire (Aldi, Auchan, Carrefour, Casino, Lidl, Leclerc, Système U, Colruyt) dans chacune de ces zones.
21. Le magasin cible situé à Les Avenières (35) sous enseigne Casino dispose d'une surface de vente de 1 988 m<sup>2</sup>. Il entre donc dans la catégorie des supermarchés.

---

<sup>10</sup> Le groupe Intermarché a notifié récemment la prise de contrôle de deux points de vente qui ont fait l'objet de deux décisions d'autorisation distinctes. Le risque de renforcement de la puissance d'achat du groupe Intermarché, en tant qu'acteur sur les marchés de l'approvisionnement, a été étudié en tenant compte de ces deux opérations. Les 7 magasins représentent une part de marché inférieure à 0,1 % sur le marché global de l'approvisionnement. Elle reste marginale par famille de produits.

22. Sur le marché comprenant les supermarchés et formes de commerce équivalentes situés dans la zone de chalandise de ce magasin, ITM exploite deux magasins pour une surface totale de 3 470 m<sup>2</sup>, soit une part de marché de [20-30] % avant l'opération. À l'issue de l'opération, la part de marché de la nouvelle entité sera donc de [40-50] %. ITM fera toutefois face à la concurrence des groupes Casino ([20-30] %), Colruyt ([5-10] %), Système U ([5-10] %) et Lidl ([5-10] %).
23. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la distribution.

### **DÉCIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 19-165 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva

---

© Autorité de la concurrence