



Autorité de la Concurrence
de la Nouvelle-Calédonie

Décision n° 2022-DCC-02 du 28 juin 2022

relative à l'acquisition par le groupe Aline du fonds de commerce exploité par la SAS Johnston Distribution sous l'enseigne « Johnston Supermarché » d'une surface de 2 798 m² à Nouméa

L'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (présidente statuant seule),

Vu le dossier de notification adressé à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (ci-après « l'Autorité ») le 20 mai 2022 et enregistré sous le numéro 22/0007CC concernant le projet d'acquisition par le groupe Aline, *via* la SARL Delta, du fonds de commerce exploité par la SAS Johnston Distribution sous l'enseigne « Johnston Supermarché » d'une surface de 2 798 m² à Nouméa ;

Vu la loi organique modifiée n° 99-209 du 19 mars 1999 relative à la Nouvelle-Calédonie ;

Vu la loi du pays n° 2014-12 du 24 avril 2014 portant création de l'Autorité et modifiant le livre IV de la partie législative du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie (ci-après « le code de commerce ») ;

Vu l'arrêté n° 2018-41/GNC du 9 janvier 2018 pris en application de l'article Lp. 431-9 du code de commerce concernant les modalités d'application et le contenu du dossier de notification d'une opération de concentration ;

Vu le code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie et notamment ses articles Lp. 431-1 à Lp. 431-9 et Lp. 461-3 ;

Vu le III de l'article Lp. 462-5 du code de commerce applicable à la Nouvelle-Calédonie ;

Vu les engagements proposés le 14 juin 2022 et modifiés en dernier lieu le 20 juin 2022 par la SARL Aline Calédonie ;

Vu les pièces du dossier ;

Vu la proposition du service d'instruction du 22 juin 2022 d'autoriser la présente opération sous réserve des engagements modifiés le 20 juin 2022 par la SARL Aline Calédonie, en application du deuxième alinéa du III de l'article Lp. 431-5 du code du commerce ;

Vu le règlement intérieur de l'Autorité ;

Adopte la décision suivante,

Résumé

Dans sa décision n° 2022-DCC-02 du 28 juin 2022, l'Autorité autorise sous engagements l'acquisition par le groupe Aline du magasin « Johnston Supermarché » d'une surface de 2 798 m² dans le centre-ville de Nouméa.

L'Autorité souligne que cette opération permet la reprise d'un commerce en difficulté par un repreneur disposant d'une situation financière saine, assurant ainsi le maintien d'un équilibre concurrentiel sur les marchés de la distribution au détail à dominante alimentaire dans la zone de chalandise du Grand Nouméa, notamment vis-à-vis des groupes GBH et Carrefour Kenu In.

Si l'opération ne conduit qu'à une faible augmentation de la part de marché du groupe Aline sur le Grand Nouméa, il ressort cependant de l'analyse concurrentielle qu'elle soulève un risque de verrouillage par les intrants sur le plan vertical. En effet, le groupe Aline assure de façon quasi-exclusive ou majoritaire, via la société Aline Calédonie, la distribution de certaines marques notoires auprès des magasins concurrents du magasin « Johnston Supermarché », dont certaines sont considérées comme « incontournables ».

Afin de remédier aux potentiels effets verticaux relevés, la partie notifiante a proposé, de manière spontanée, plusieurs engagements. Ainsi, le groupe Aline s'est engagé à « *pratiquer un tarif unique sur l'ensemble de son portefeuille de produits et à l'ensemble de ses clients, en fonction de leur typologie de surface afin de leur assurer un traitement non-discriminatoire* » ; à « *allouer des budgets de coopération commerciale sur la base de critères commerciaux transparents, objectifs et vérifiables à tous les commerces de détail de la zone du Grand Nouméa* » ; à « *proposer aux commerces de détail d'une superficie comprise entre 120 à 400 m² des promotions sur des produits avec des quantités minimales compatibles avec leurs rotations de stocks* » et « *honorer les commandes reçues dans leur ordre d'arrivée, quel que soit le client, dans la limite des stocks disponibles de produits* ».

Ces engagements, pris pour une durée de cinq ans, permettent d'écarter le risque que le groupe Aline puisse s'appuyer sur l'activité d'importateur-grossiste de la société Aline Calédonie pour favoriser le magasin « Johnston Supermarché » pour certains produits phares, au détriment des commerces de détail concurrents. Ils apparaissent en outre suffisamment clairs et précis et ne soulèvent pas de doute quant à leur mise en œuvre.

Les opérateurs concurrents, consultés par le service d'instruction au sujet de ces engagements, ont estimé que les engagements du groupe Aline auraient pu être renforcés en imposant l'absence de transmission d'informations sensibles entre la société Aline Calédonie et les sociétés du groupe Aline responsables de la gestion des magasins de commerce de détail du groupe.

Cependant, l'Autorité a estimé, compte tenu du volume des ventes réalisés par Aline Calédonie auprès des enseignes concurrentes, que cet engagement aurait été disproportionné. Au surplus, l'Autorité rappelle que la situation dénoncée préexiste à la présente opération. Or, lorsqu'elle exerce son contrôle *a priori* sur une opération de concentration, son rôle se limite à vérifier l'absence d'effets anticoncurrentiels sur les marchés pertinents et à garantir le maintien d'une concurrence suffisante. Il ne lui appartient donc pas de restaurer un niveau de concurrence supérieur à la situation préexistante.

(Ce résumé a un caractère strictement informatif. Seuls font foi les motifs de la décision numérotés ci-après.)

Sommaire

I. Présentation des entreprises concernées et contrôlabilité de l'opération.....	4
A. Présentation des parties à l'opération	4
1. L'acquéreur : le groupe Aline	4
2. La cible : le fonds de commerce exploité par la société Johnston Distribution SAS	5
B. Présentation de l'opération.....	5
C. Contrôlabilité de l'opération.....	6
II. Délimitation des marchés pertinents	7
A. Les marchés aval de la distribution à dominante alimentaire	7
1. Le marché de produits	7
2. Le marché géographique	8
B. Les marchés amont de l'approvisionnement	9
1. Le marché de produits	9
2. Le marché géographique	10
C. Les marchés de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires.....	11
1. Le marché de produits	11
2. Le marché géographique	12
III. Analyse concurrentielle.....	12
A. Sur les effets horizontaux.....	12
1. Le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire	13
2. Les marchés amont de l'approvisionnement	15
B. Sur les effets verticaux	16
1. Sur le risque de verrouillage d'accès à la clientèle	17
2. Sur le risque de verrouillage par les intrants	17
IV. Les engagements proposés par la société Aline Calédonie	22
A. Sur les principes d'appréciation des engagements.....	22
B. Les engagements proposés et leur appréciation	22
1. Les engagements proposés	22
2. Appréciation des engagements proposés.....	24
Conclusion	25
Décision	25

I. Présentation des entreprises concernées et contrôlabilité de l'opération

A. Présentation des parties à l'opération

1. L'acquéreur : le groupe Aline

1. La SARL Delta¹ est détenue indirectement, *via* les sociétés civiles de participations Alias et Karena, à 100 % par la famille Aline (ci-après le groupe « Aline »).
2. Le groupe Aline est présent en Nouvelle-Calédonie et en Polynésie française dans les secteurs du commerce (négociant-grossiste, détaillant), de l'hôtellerie et de la promotion immobilière. [confidentiel]
3. [Confidentiel]² :

Source : Dossier de notification

4. Le tableau *infra* présente l'activité de ces sociétés en Nouvelle-Calédonie³.

SARL SIB Distribution	Société de distribution grossiste
SARL Aline Calédonie	Société de distribution grossiste
SARL Super Auteuil	Magasin à dominante alimentaire
SARL Superette Le Centre	Magasin à dominante alimentaire
SARL Superette Boulouparis	Magasin à dominante alimentaire
Résidences touristiques de Koné SAS	Complexe hôtelier

Source : Dossier de notification

5. En particulier, le groupe Aline est présent sur le segment de la distribution en gros de produits alimentaires et non-alimentaires via ses filiales :
 - La SARL SIB Distribution⁴, qui distribue une gamme large de produits alimentaires, (principalement épicerie sèche et spiritueux), ainsi que de produits non-alimentaires (principalement du petit électroménager). [Confidentiel] En 2021, la société SIB Distribution a réalisé un chiffre d'affaires de 2,15 milliards de F.CFP ; et
 - La SARL Aline Calédonie⁵, qui distribue une gamme large de produits non-alimentaires, (principalement dans le secteur de l'hygiène et la beauté). [Confidentiel]. En 2021, la société Aline Calédonie a réalisé un chiffre d'affaires de 936 millions de F.CFP⁶.
6. Par ailleurs le groupe Aline exploite les magasins de commerce de détail à dominante alimentaire suivants :

¹ La SARL Delta est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 1 538 800 depuis le 12 avril 2022.

² Voir les pages 3-4 du dossier de notification (Annexe 01, Cotes 4-5).

³ Voir la page 3 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 04).

⁴ La SARL SIB Distribution est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 52 209 depuis le 12 mars 1975.

⁵ La SARL Aline Calédonie est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 822 411 depuis le 25 septembre 2006.

⁶ Voir les pages 4-5 du dossier de notification (Annexe 01, Cotes 5-6).

- Le magasin sous l’enseigne « Super U Auteuil », exploité par la SARL Super Auteuil d’une surface de 1 557 m² et situé dans la commune de Dumbéa et affilié à la coopérative Système U⁷ (ci-après le magasin Super U Auteuil) ;
 - Le magasin sous l’enseigne « U Express Koné », exploité par la SARL Superette Le Centre d’une surface de 380 m² et situé dans la commune de Koné et affilié à la coopérative Système U⁸ ; et
 - Le magasin sous l’enseigne « Express Boulouparis », exploité par la SARL Superette Boulouparis d’une surface de 520 m² et situé dans la commune de Boulouparis⁹ ¹⁰.
7. Le groupe Aline a réalisé un chiffre d’affaires à hauteur de [>200 millions] de F.CFP en 2021¹¹.

2. La cible : le fonds de commerce exploité par la société Johnston Distribution SAS

8. Le fonds de commerce du magasin « Johnston Supermarché » d’une surface de 2 798 m² à Nouméa (ci-après le magasin « Johnston Supermarché ») est actuellement exploité par la société Johnston Distribution¹².
9. Le magasin emploie 55 salariés à temps plein, dont 8 contrats à durée déterminée ainsi qu’un gérant. Le groupe Aline prévoit de récupérer en totalité le personnel employé¹³.
10. Le magasin Johnston Supermarché a généré un chiffre d’affaires de 1,9 milliards de F. CFP pour l’année 2021¹⁴.

B. Présentation de l’opération

11. Aux termes d’un acte notarié du 13 mai 2022, il a été conclu un compromis de vente du fonds de commerce du magasin Johnston Supermarché, actuellement exploité par la société Johnston Distribution, au profit de la SARL Delta. Ce compromis de vente prévoit que la cession du fonds de commerce du magasin Johnston Supermarché soit réalisée au plus tard le 30 juin 2022¹⁵.
12. L’opération de reprise du fonds de commerce du magasin Johnston Supermarché par le groupe Aline inclut le droit au bail, actuellement conclu entre la SAS N’Johnston (propriétaire) et la SAS Johnston Distribution (locataire) ainsi que le transfert de la totalité de l’effectif salarié¹⁶.
13. *[Confidentiel]*¹⁷.

⁷ Voir l’arrêté n° 2015-1135/GNC du 30 juillet 2015 relatif à la création et mise en exploitation par la Sarl Super Auteuil, d’un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne Super U d’une surface de vente de 1557 m² situé à Auteuil, commune de Dumbéa.

⁸ Voir l’arrêté n° 2017-327/GNC du 14 février 2017 relatif à la demande de changement d’enseigne présentée par la Sarl Supérette Le Centre Koné du magasin « Superette Le centre Koné » au profit de l’enseigne « U » avec le concept « U-Express ».

⁹ Voir la page 5 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 06).

¹⁰ Voir la décision n° 2021-DEC-13 du 29 décembre 2021 relative à l’acquisition par le groupe Aline du magasin Supermarché Tran Duc situé sur la commune de Boulouparis.

¹¹ Voir la page 3 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 04).

¹² La SAS Johnston Distribution est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 366 443 depuis le 29 juillet 1993.

¹³ Voir la page 10 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 11).

¹⁴ Voir la page 5 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 06).

¹⁵ Voir le compromis de vente de fonds de commerce Johnston Distribution SAS / Delta SARL fourni en annexe 2 du dossier de notification (Annexe 05, Cotes 61-78).

¹⁶ Voir la page 8 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 09).

¹⁷ Voir la page 7 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 08).

14. *[Confidentiel]* Ainsi, le groupe Aline prévoit un changement d'enseigne du magasin cible accompagné d'une adhésion à une franchise le 1^{er} juillet 2023¹⁸.
15. *[Confidentiel]*¹⁹.

C. Contrôlabilité de l'opération

16. L'opération projetée consiste en la reprise par la SARL Delta du fonds de commerce du magasin Johnston Supermarché d'une superficie de 2 798 m² actuellement exploité par la société Johnston Supermarché et situé à Nouméa.
17. Le I de l'article Lp. 431-1 du code de commerce dispose que :
- « I. Une opération de concentration est réalisée : [...] »
- 2° *Lorsqu'une ou plusieurs personnes, détenant déjà le contrôle d'une entreprise au moins ou lorsqu'une ou plusieurs entreprises acquièrent, directement ou indirectement, que ce soit par prise de participation au capital ou achat d'éléments d'actifs, contrat ou tout autre moyen, le contrôle de l'ensemble ou de parties d'une ou plusieurs autres entreprises. [...] ».*
18. En l'espèce, l'opération notifiée consiste en la prise de contrôle exclusif du fonds de commerce du magasin Johnston Supermarché par la société Delta.
19. Par ailleurs, le I de l'article Lp. 431-2 du code de commerce dispose que :
- « I. Toute opération de concentration, au sens de l'article Lp. 431-1, est soumise aux dispositions des articles Lp. 431-3 à Lp. 431-9, lorsque les deux conditions suivantes sont réunies :
- *Le chiffre d'affaires total réalisé en Nouvelle-Calédonie par les entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales parties à la concentration est supérieur à 1 200 000 000 F CFP.*
 - *Deux au moins des entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales concernées par l'opération réalisent individuellement, directement ou indirectement, un chiffre d'affaires égal ou supérieur à 200 000 000 F CFP en Nouvelle-Calédonie. »*
20. En l'espèce, comme vu *supra*, l'ensemble des sociétés du groupe Aline avait réalisé un chiffre d'affaires en Nouvelle-Calédonie de 5 milliards de F. CPF en 2021.
21. Par ailleurs, le magasin Johnston Supermarché, pour sa part, avait réalisé un chiffre d'affaires en Nouvelle-Calédonie de 1,9 milliards de F. CFP en 2021.
22. Compte tenu des chiffres d'affaires réalisés par les entreprises concernées, le seuil de contrôlabilité mentionné au I de l'article Lp. 431-2 du code de commerce précité est franchi. Ces opérations sont donc soumises aux articles Lp. 431-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

¹⁸ Voir la page 8 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 09).

¹⁹ *Ibid.*

II. Délimitation des marchés pertinents

23. L'analyse concurrentielle des effets d'une opération de concentration au sens de l'article Lp. 431-1 du code de commerce (opération de croissance externe) précité doit être réalisée sur un (ou des) marché(s) pertinent(s) délimités conformément aux principes du droit de la concurrence.
24. La définition des marchés pertinents constitue une étape essentielle du contrôle des structures de marché, dans la mesure où elle permet d'identifier, dans un premier temps, le périmètre à l'intérieur duquel s'exerce la concurrence entre les entreprises et d'apprécier, dans un deuxième temps, leur pouvoir de marché. Cette analyse couvre les marchés sur lesquels les parties sont simultanément actives mais elle peut également s'étendre aux marchés ayant un lien de connexité (« vertical » ou « congloméral ») susceptible de renforcer le pouvoir de marché de l'entité cessionnaire.
25. La délimitation des marchés pertinents se fonde, d'une part, sur un examen des caractéristiques objectives du produit ou du service en cause (caractéristiques physiques, besoins ou préférences des clients, différences de prix, canaux de distribution, positionnement commercial, environnement juridique) et, d'autre part, sur la zone géographique sur laquelle les offreurs exercent une pression concurrentielle effective et pour laquelle l'analyse des éléments tels que les coûts de transport, la distance ou le temps de parcours des acheteurs, les contraintes légales et réglementaires, les préférences des clients sont autant d'indices permettant de circonscrire le marché.
26. En l'espèce, les parties sont simultanément présentes sur le marché aval de la distribution de détail à dominante alimentaire. Ainsi, selon la pratique constante des autorités de concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire.
27. 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 des biens de consommation (A) et, d'autre part, des marchés « amont » de l'approvisionnement mettant en relation les entreprises de commerce de détail et leurs fournisseurs (B).
28. La partie notifiante est, en outre, présente sur le marché intermédiaire de la distribution en gros de produits alimentaires et non-alimentaires (C).

A. Les marchés aval de la distribution à dominante alimentaire

1. Le marché de produits

29. Les autorités de concurrence²⁰ distinguent en général six catégories de commerce, en utilisant notamment les critères de taille des magasins, leurs techniques de vente, leur accessibilité, la nature du service rendu et l'ampleur des gammes de produits proposés :

²⁰ Voir, par exemple, les décisions de l'Autorité n° 2021-DEC-11 du 18 décembre 2021 relative à l'ouverture d'un commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface commerciale de 598,5 m² sous l'enseigne « Leader Price » situé sur la commune de Koumac et n° 2021-DEC-13 précitées ; l'arrêté n° 2015-1135/GNC l'arrêté n° 2015-1135/GNC et la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 22-DCC-19 du 15 février 2022 relative à la prise de contrôle exclusif de plusieurs actifs du groupe Salej par Naturalia et n° 18-DCC-65 du 27 avril 2018 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Zormat, Les Chênes et Puech Eco par la société Carrefour Supermarchés France.

- Les hypermarchés (magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente supérieure à 2 500 m²),
 - Les supermarchés (entre 400 et 2 500 m²),
 - Le commerce spécialisé,
 - Le petit commerce de détail ou supérettes (entre 120 et 400 m²),
 - Les maxidiscompteurs,
 - La vente par correspondance.
30. Toutefois, les seuils susvisés doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés aux configurations de chaque opération.
31. En effet, des magasins dont la surface est proche de ces seuils, soit au-dessus, soit au-dessous, peuvent se trouver, dans les faits, en concurrence directe notamment au regard de la localisation du commerce de détail²¹.
32. Par ailleurs, la pratique décisionnelle métropolitaine et calédonienne considère que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories²².
33. Ainsi, 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 elle l'est d'autant moins que la taille de l'hypermarché considéré est importante²³.
34. En l'espèce, à l'issue de l'opération, le magasin Johnston Supermarché dispose d'une surface de vente de 2 798 m², ce qui correspond à la catégorie des hypermarchés.

2. Le marché géographique

35. Analysés du point de vue aval, et dans la mesure où ils mettent en relation des acteurs de la distribution de détail et les consommateurs finaux, les marchés géographiques pertinents dans le secteur du commerce de détail sont de dimension locale, correspondant à la zone de chalandise du magasin en cause.
36. L'analyse d'une opération, en particulier dans le secteur du commerce de détail à dominante alimentaire, peut cependant être réalisée à deux niveaux : sur une zone dite « primaire », correspondante à la zone sur laquelle l'attractivité est la plus forte, puis sur une zone dite « secondaire »²⁴.
37. Ainsi, s'agissant des hypermarchés, les autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine distinguent deux types de marchés :

²¹ Voir notamment les décisions de l'Autorité n° 2021-DEC-06 du 10 mai 2021 relative à l'extension de 90,8 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « Discount » situé sur la commune de Nouméa et n° 2019-DEC-03 du 21 novembre 2019 relative à l'agrandissement de 1050 m² de la surface de vente du commerce de détail sous enseigne « Korail Païta » situé sur la commune de Païta.

²² *Ibid.*

²³ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-09 du 22 septembre 2020 relative à la mise en exploitation d'un hypermarché sous enseigne « Hyper U » d'une surface de 5 500 m² à Anse Uaré, dans la zone de Ducos à Nouméa, par la société Ballande SAS

²⁴ Voir l'arrêté n° 2017-483/GNC du 28 février 2017 relatif à la prise de contrôle exclusif de la SARL Super Nord par la société SARL Heli.

- Un premier marché où se rencontrent la demande des consommateurs d'une zone et l'offre des hypermarchés auxquels ces derniers 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 des consommateurs, et l'offre des supermarchés et formes de commerces équivalentes situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture. Ces dernières formes de commerces peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs²⁵.
38. D'autres critères peuvent néanmoins être pris en compte pour évaluer l'impact d'une opération sur la situation de la concurrence sur les marchés de la distribution de détail, ce qui peut conduire à affiner les délimitations usuelles en zones isochrones, telle que l'analyse du comportement réel des consommateurs (sondages, calcul de ratio de diversion) et des empreintes réelles des magasins cibles²⁶.
39. Au cas d'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation.

B. Les marchés amont de l'approvisionnement

1. Le marché de produits

40. Selon une pratique décisionnelle constante, les entreprises du secteur de la distribution à dominante alimentaire sont présentes sur les marchés de l'approvisionnement, qui comprennent la vente de biens de consommation courante par les producteurs à des clients, tels que les grossistes, les détaillants ou d'autres entreprises (par exemple les cafés/hôtels/restaurants).
41. Par ailleurs, si la pratique décisionnelle des autorités de concurrence ne distingue pas selon le circuit de distribution, elle a relevé qu'il existait des indices sérieux permettant de penser que le marché de l'approvisionnement du secteur du commerce de détail pourrait constituer un marché autonome des autres circuits de distribution, tout en laissant la question ouverte²⁷.
42. L'analyse des marchés amont s'opère par catégorie de produits. L'Autorité, ainsi que le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, à l'occasion de précédentes opérations²⁸, ont retenu l'existence de marchés répartis selon les familles ou groupes de produits suivants :
- **Produits de grande consommation** : (1) liquides, (2) droguerie, (3) parfumerie et hygiène, (4) épicerie sèche, (6) produits périssables en libre-service ;
 - **Frais traditionnel** : (7) charcuterie, (8) poissonnerie, (9) fruits et légumes, (10) pain et pâtisseries, (11) boucherie ;

²⁵ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-09 précitée, l'arrêté n° 2016-1811/GNC du 30 août 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la Société Supermarchés du Nord (Groupe Bernard Hayot) d'un hypermarché à enseigne Géant à Dumbéa-sur-Mer et la décision de l'Autorité de concurrence métropolitaine n°11-DCC-134 précitée.

²⁶ Voir la décision n° 2020-DCC-02 du 15 janvier 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la SARL Bleu de Mer par la SARL Michel Ange Nouméa

²⁷ Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.1684 et COMP/M.5112 précitées ; l'arrêté ministériel du 5 juillet 2000 relatif à l'acquisition par la société Carrefour de la société Promodès, BOCCRF n° 11 du 18 octobre 2000 ; et les avis du Conseil de la concurrence n° 97-A-14 du 1er juillet 1997, dans l'opération Carrefour/Cora, n° 98-A-06 du 5 mai 1998, dans l'opération Casino Franprix/Leader Price, et n° 00-A-06 du 3 mai 2000, dans l'opération Carrefour/Promodès.

²⁸ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-01 du 15 janvier 2020 relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Carrefour Market » d'une surface de vente de 1 318 m² situé dans la commune de Nouméa et la décision n° 2019-DEC-03 du 21 novembre 2019 précitée et l'arrêté n° 2015-1135/GNC du 30 juillet 2015 précité.

- **Bazar** : (12) bricolage, (13) maison, (14) culture, (15) jouets, loisirs et détente, (16) jardin, (17) automobile ;
 - **Electroménager/Photo/Cinéma/Son** : (18) gros électroménager, (19) petit électroménager, (20) photo/ciné, (21) Hi-fi/son, (22) TC/vidéo ;
 - **Textile** : (23) textile/chaussures.
43. L’Autorité de la concurrence métropolitaine a également envisagé un marché distinct de l’approvisionnement en produits alimentaires destinés aux grandes surfaces alimentaires (GSA)²⁹. Au sein de ce dernier, elle a envisagé une sous-segmentation en fonction du positionnement commercial du produit (marque de fournisseur ou « MDF », marque de distributeur ou « MDD »)³⁰.
44. Dans le cadre de la présente opération, il n’y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.
45. Sur le marché amont de l’approvisionnement, le groupe Aline est présent en tant qu’acheteur pour l’approvisionnement de ses magasins alimentaires et en tant que grossiste-importateur, via les sociétés :
- SIB Distribution, qui commercialise une gamme de produits alimentaires, épicerie et spiritueux [*confidentiel*] et non alimentaires [*confidentiel*] ; et
 - Aline Calédonie, spécialisée dans les produits de beauté [*confidentiel*], d’hygiène [*confidentiel*] et de bazar [*confidentiel*]³¹.

2. Le marché géographique

46. S’agissant de la délimitation géographique des marchés de l’approvisionnement, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence établit que l’approche nationale est généralement la plus appropriée dans la mesure où c’est plutôt la position d’un distributeur au niveau national, plutôt qu’au niveau local, qui détermine la puissance d’achat qu’il exerce sur ses fournisseurs³².
47. Toutefois, s’agissant des territoires ultramarins³³, l’Autorité de la concurrence métropolitaine a souligné le caractère spécifique des circuits d’approvisionnement en produits de grande consommation et ses effets sur l’équilibre concurrentiel des marchés concernés, notamment en raison de la fragilité de certains produits, des goûts et habitudes alimentaires locales et des politiques locales de développement.
48. L’Autorité comme le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ont également eu l’occasion de remettre en cause une approche purement nationale en raison du caractère insulaire de la Nouvelle-Calédonie³⁴. En effet, en Nouvelle-Calédonie, une partie importante de

²⁹ Voir notamment la décision de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n°17-DCC-11 du 30 janvier 2017 relative à la prise de contrôle de Colruyt France SAS par Metro AG.

³⁰ Voir notamment les décisions de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n° 20-DCC-72 du 26 mai 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Vindémia Group par la société Groupe Bernard Hayot.

³¹ Voir les pages 4 et 5 du dossier de notification (Annexe 01, Cotes 5-6).

³² Voir la décision de l’Autorité n°19-DEC-03 précitée.

³³ Voir l’avis de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n° 09-A-45 du 8 septembre 2009 relatif aux mécanismes d’importation et de distribution des produits de grande consommation dans les départements d’outre-mer.

³⁴ Voir notamment la décision de l’Autorité n° 2020-DEC-06 du 27 juillet 2020 relative à l’ouverture d’un commerce de détail à dominante alimentaire d’une surface commerciale de 348,40 m² sous l’enseigne « Leader Price Express » situé au sein du complexe « Plaza Apogoti » la commune de Dumbéa et l’arrêté n° 2014-3715/GNC du 16 décembre 2014 relatif à la demande d’ouverture d’un commerce de détail à dominante alimentaire d’une surface de vente de 550 m² sous enseigne « Korail » à Païta.

l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire provient de producteurs et de grossistes locaux.

49. En l'espèce, le groupe Aline s'approvisionne ses magasins essentiellement auprès d'acteurs locaux (grossistes et producteurs) ainsi qu'auprès de la centrale d'achat Système U pour ses enseignes « Super U Auteuil » et « U Express Koné »³⁵.
50. Par ailleurs, la partie notifiante indique également que le magasin Johnston Supermarché privilégiera un approvisionnement local, puisque la part des achats sera de 65 % auprès des importateurs-grossistes (y compris les sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution détenues par le groupe) et de 35 % directement auprès des fournisseurs locaux³⁶. La partie notifiante tient à préciser cependant qu'elle « ne prévoit pas d'affiliation immédiate à une centrale d'achat, bien qu'elle soit jugée indispensable pour la pérennité financière et commerciale du projet ».
51. Par conséquent, les marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires, au cas présent, revêtent une dimension principalement locale.

C. Les marchés de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires

1. Le marché de produits

52. S'agissant de la distribution en gros de produits alimentaires, la pratique décisionnelle calédonienne et métropolitaine a retenu l'existence de marchés distincts, segmentés par canal de distribution. Il s'agit, en premier lieu, de la grande distribution et des commerces à dominante alimentaire (GMS), et, en second lieu, de la restauration hors foyer (RHF), et de l'industrie agroalimentaire³⁷.
53. Concernant plus spécifiquement les marchés de gros ultramarins relatifs aux départements et régions d'Outre-mer, les autorités de concurrence retiennent l'existence d'un marché de la distribution de gros aux GMS à l'échelle de chaque DOM et/ou de la zone Antilles-Guyane, correspondant à l'activité des grossistes-importateurs. Cette analyse pourrait s'appliquer au marché calédonien³⁸. En effet, compte tenu de la forte spécialisation des grossistes-importateurs, la pratique décisionnelle calédonienne et métropolitaine a retenu une segmentation des marchés de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires à destination de la GMS par grandes familles de produits (boissons, produits-frais, produits secs, produits périssables, droguerie-parfumerie-hygiène etc...) ³⁹.
54. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette segmentation à l'occasion de la présente opération.

³⁵ Voir la page 23 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 24)

³⁶ Voir la page 31 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 32).

³⁷ Voir la décision de l'Autorité n° n° 2020-DEC-08 du 11 septembre 2020

relative à la mise en exploitation d'un hypermarché sous enseigne « Hyper U » d'une surface de 3 600 m² à Païta par la société Ballande SAS et les arrêtés n° 2015-2467/GNC relatif à la prise de contrôle exclusif de la Société Gastronomie Import par les sociétés Caff Investissement et Socalait (groupe Calonne) dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires et n° 2015-1135/GNC précité et les décisions de l'Autorité métropolitaine n°11-DCC-134 du 2 septembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Louis Delhaize par la société Groupe Bernard Hayot et n° 20-DCC-72 précitée

³⁸ Voir les arrêtés n° 2015-2467/GNC et n° 2015-1135/GNC précités et la décision de l'Autorité métropolitaine n°11-DCC-134 précitée.

³⁹ *Ibid*

2. Le marché géographique

55. S'agissant des DOM, l'Autorité métropolitaine a envisagé l'existence d'un marché de la distribution de gros à la GMS à l'échelle de chaque DOM et/ou de la zone Antilles-Guyane, correspondant à l'activité des grossistes-importateurs⁴⁰.
56. En ce qui concerne la Nouvelle-Calédonie, la pratique décisionnelle calédonienne a considéré, eu égard à la spécificité ultramarine du territoire, que les marchés de la distribution en gros de produits alimentaires frais, et plus largement de tous les produits alimentaires, sont essentiellement de dimension territoriale, circonscrite à l'ensemble de la Nouvelle Calédonie⁴¹.
57. Par ailleurs, il a été constaté que les grossistes qui sont également importateurs, assurent la gestion des dates limites de consommation et remplissent une fonction économique de crédit auprès des petits magasins d'alimentation générale, les produits ne leur étant facturés qu'au moment de la livraison. Ils s'avèrent ainsi indispensables au maintien du réseau de petits magasins d'alimentation générale dispersés sur tout le territoire et qui n'ont pas les moyens logistiques nécessaires pour un approvisionnement en direct (contrairement aux grandes surfaces qui peuvent effectuer une partie de leurs achats auprès des centrales métropolitaines).
58. Par conséquent, l'analyse des effets verticaux de l'opération concernant le marché de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires a été menée sur l'ensemble de la Nouvelle Calédonie pour les besoins de l'analyse de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

59. Conformément aux dispositions de l'article Lp. 431-6 du code de commerce, l'instruction doit permettre de déterminer : « *si [l'] opération est de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement d'une position dominante ou par création ou renforcement d'une puissance d'achat qui place les fournisseurs en situation de dépendance économique.* ».
60. Un chevauchement d'activités existe lorsque les entreprises concernées sont, soit présentes sur le(s) même(s) marché(s) concerné(s), soit actives sur des marchés situés à des stades différents de la chaîne de valeur (à l'amont ou à l'aval) ou sur des marchés connexes.
61. En l'espèce, l'opération envisagée entraîne un chevauchement d'activités sur les marchés pertinents définis précédemment ce qui a conduit à en analyser les effets horizontaux (A) et verticaux (B).

A. Sur les effets horizontaux

62. L'étude des effets horizontaux consiste à apprécier dans quelle mesure cette opération pourrait conduire à une hausse des prix (ou diminution des quantités) sur le marché du commerce de détail à dominante alimentaire et *in fine* entraîner une perte de bien-être pour le consommateur⁴².
63. Lorsque l'addition des parts de marché de la partie notifiante sur les marchés concernés aboutit à des parts de marché inférieures à 25 %, il est présumé que l'opération ne porte pas atteinte à la concurrence⁴³.

⁴⁰ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n°11-DCC-134 et n° 20-DCC-72 précitées.

⁴¹ Voir l'arrêté n° 2015-2467/GNC précité.

⁴² Voir l'arrêté n° 2016-1811/GNC précité.

⁴³ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DCC-05 du 9 avril 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la SAS Socalfi par la SA Crédical.

64. En revanche, des parts de marché post-opération élevées, de l'ordre de 50 % et plus, peuvent faire présumer l'existence d'un pouvoir de marché important, étant précisé qu'une telle présomption peut toutefois être réfutée au motif que la part de marché n'est que l'un des facteurs susceptibles de conférer à une entreprise une position dominante⁴⁴.

1. Le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire

65. Sur le marché aval, le groupe Aline en Nouvelle-Calédonie exerce déjà une activité de commerce de détail à dominante alimentaire, sur la zone du grand Nouméa avec le magasin Super U Auteuil.

66. Au cas présent, l'analyse concurrentielle de l'opération concernée a été opérée sur :

- Un premier marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des supermarchés et formes de commerces équivalentes, situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture. Ces dernières formes de commerces peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs (d'une surface supérieure à 400 m²) ; et
- Un second marché où se rencontrent la demande des consommateurs d'une zone et l'offre des hypermarchés auxquels ces derniers ont accès en moins de 30 minutes de déplacement en voiture et qui correspond à une zone comprenant les communes de Païta, Dumbéa, Mont-dore et la ville de Nouméa.

67. En outre, l'analyse concurrentielle n'a pas intégré les surfaces des futurs magasins sous l'enseigne « Hyper U » à Païta et Anse Uaré autorisées par l'Autorité⁴⁵, et dont les mises en exploitations sont respectivement prévues pour fin 2023 et fin 2025⁴⁶, ce qui constitue l'hypothèse la moins favorable pour la partie notifiante.

68. Le tableau ci-dessous présente les estimations de parts de marché (en superficie), à la suite de l'opération envisagée, dans une zone de chalandise de 15 minutes, intégrant les hypermarchés et supermarchés (d'une surface supérieure à 400 m²) :

Parts de marché en surfaces commerciales

Magasins	Enseigne	Commune	Surface m ²	PDM
Johnston Supermarché	Johnston	Nouméa	2798	6%
Super U Auteuil	Super U	Dumbéa	1557	4%
Total Aline après l'opération			4355	10%
Géant Dumbéa-sur-Mer	Casino	Dumbéa	4500	10%
Géant Sainte-Marie	Casino	Nouméa	5688	13%
Casino Belle Vie / Halles de Magenta	Casino	Nouméa	1160	3%
Casino Port Plaisance	Casino	Nouméa	880	2%
Leader Price Ducos	Leader Price	Nouméa	754	2%
Leader Price Magenta	Leader Price	Nouméa	1130	3%
Leader Price Auteuil	Leader Price	Dumbéa	720	2%
Leader Price Express Apogoti	Leader Price	Dumbéa	424	1%
Vival Koutio	Vival	Dumbéa	400	1%

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-08 et n° 2020-DEC-09 précitées.

⁴⁶ Voir la décision de l'Autorité n°2022-DEC-02 du 24 mars 2022 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Thiriet » d'une surface de 333 m² route de l'Anse Vata à Nouméa.

Total GBH			15656	36%
Hyper Carrefour Kenu-In	Carrefour	Dumbéa	6544	15%
Carrefour Market Ducos	Carrefour	Nouméa	1318	3%
Carrefour Market Magenta	Carrefour	Nouméa	1592	4%
Carrefour Market NGEA	Carrefour	Nouméa	1006	2%
Carrefour Market Orphelinat	Carrefour	Nouméa	1000	2%
Carrefour Express Alma	Carrefour	Nouméa	920	2%
Carrefour Express Ducos	Carrefour	Nouméa	588	1%
Total Kenu In			12968	30%
Super U Kaméré	Super U	Nouméa	1928	4%
Super U Mageco	Super U	Nouméa	1570	4%
Super U Rivière Salée	Super U	Nouméa	1100	3%
Total Groupe Héli			4598	10%
Korail Vallée des Colons	Korail	Nouméa	530	1%
Korail Pont des Français	Korail	Mont-Dore	1464	3%
Korail Apogoti	Korail	Dumbéa	540	1%
Korail Ducos	Korail	Nouméa	630	1%
Total Réseau Korail			3164	7%
Discount Magenta	Discount	Nouméa	836	2%
Discount Trianon	Discount	Nouméa	760	2%
Total Groupe Pentecost			1596	4%
Auchan Michel Ange	Auchan	Nouméa	1537	4%
Total			43874	100%

Source : Traitement de données ACNC

69. A l'issue de l'opération, la partie notifiante détiendra donc 10 % de part de marché⁴⁷ sur la zone « primaire » contre 4 % avant l'opération, soit un incrément de 6 %.
70. Bien que partie notifiante doublera sa part de marché sur la zone primaire, celle-ci demeure néanmoins bien inférieure à 25 % et le groupe Aline continuera à faire face à la concurrence du groupe GBH qui demeure leader avec 36 % de part de marché et le groupe Carrefour Kenu-In avec 30 % de part de marché.
71. Le tableau ci-dessous présente les estimations de parts de marché (en superficie), à la suite de l'opération envisagée, dans une zone de chalandise de 30 minutes, intégrant uniquement les hypermarchés :

Magasins	Enseigne	Commune	Surface m ²	PDM
Johnston Supermarché	Johnston	Nouméa	2798	14%
Total Aline après l'opération			2798	14%
Géant Dumbéa-sur-Mer	Casino	Dumbéa	4500	23%
Géant Sainte-Marie	Casino	Nouméa	5688	29%
Total GBH			10188	52%
Hyper Carrefour Kenu-In	Carrefour	Dumbéa	6544	34%
Total			19530	100%

Source : Traitement de données ACNC

⁴⁷ La part de marché du groupe Aline s'élèverait à 9 % si la surface du futur magasin « Hyper U Anse Uaré » de 5500 m² était intégrée à l'analyse.

72. Sur la zone « secondaire », la partie notifiante sera un nouvel entrant sur le marché à l'issue de l'opération avec 14 % de part de marché⁴⁸. Elle se positionnera en troisième position derrière le groupe GBH avec 52 % de part de marché le groupe Carrefour Kenu-In avec 34 % de parts de marché.
73. Par conséquent, il résulte des éléments exposés *supra* que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la structure de la concurrence sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire sur les zones de chalandise concernées.

2. Les marchés amont de l'approvisionnement

74. Sur les marchés amont, l'examen de l'opération consiste à vérifier si l'opération est de nature à créer ou renforcer la puissance d'achat du distributeur qui pourrait placer ses fournisseurs en situation de dépendance économique. Il convient de noter que la puissance d'achat doit être évaluée au cas par cas. En effet, un fournisseur peut être en situation de dépendance économique à l'égard d'un distributeur sans que celui-ci soit en position dominante, notamment du fait d'absence d'alternative équivalente⁴⁹.
75. La puissance d'achat est la capacité d'une entreprise à exiger des conditions d'achat préférentielles. La puissance d'achat d'un distributeur ne peut être évaluée qu'au cas par cas. En effet, un fournisseur peut être en situation de dépendance économique à l'égard d'un distributeur sans que celui-ci soit en position dominante, notamment du fait d'absence d'alternative équivalente⁵⁰.
76. Les autorités de concurrence considèrent dès lors qu'il existe un « seuil de menace » au-delà duquel la survie du fabricant est susceptible d'être mise en cause, la disparition de ce débouché plaçant, à plus ou moins brève échéance, le fournisseur dans une situation financière difficile, pouvant parfois conduire à une faillite.
77. En l'espèce, comme vu *supra* le groupe Aline est présent en tant qu'acheteur pour l'approvisionnement de ses magasins de détail et en tant que grossiste-importateur via les sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution.
78. En ce qui concerne les marchés locaux de l'approvisionnement, la partie notifiante ne dispose pas d'information précise sur la taille de ces marchés, de sorte qu'elle n'est pas en mesure d'estimer sa position exacte. Néanmoins elle estime que le renforcement de sa puissance d'achat du fait de l'opération sera limité ; la part d'achat de l'actuel magasin Supermarché Johnston ne représentant qu'une partie infime du marché de l'approvisionnement⁵¹.
79. Comme vu *supra*, le groupe Aline prévoit que le magasin Johnston Supermarché privilégiera un approvisionnement local, puisque la part des achats sera de 65 % auprès des importateurs-grossistes et de 35 % directement auprès des fournisseurs locaux. En affinant par famille de produits, la partie notifiante anticipe que :
- Le futur magasin Johnston Supermarché restera assez dépendant des importateurs-grossistes concurrents sur les liquides (80 %), le frais et la crèmerie (80 %) et les textiles (100 %) ;

⁴⁸ La part de marché du groupe Aline s'élèverait à 10 % si les surfaces des futurs magasins « Hyper U Païta » de 3600 m² et « Hyper U Anse Uaré » de 5500 m² étaient intégrées à l'analyse.

⁴⁹ Voir l'arrêté n° 2016-1811/GNC précité.

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ Voir la page 29 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 30).

- Sur la catégorie des DPH (Droguerie, Parfumerie, Hygiène) les achats seront répartis à 70 % chez les grossistes locaux, dont 30 % pour les industriels locaux et 6 % pour les sociétés du groupe Aline ;
- Et la part des approvisionnements auprès des fournisseurs locaux sera de 25 % pour l'épicerie sèche et de 20 % pour le frais et crèmerie⁵².

80. Par ailleurs, la partie notifiante souligne que s'agissant de l'approvisionnement en viande locale et importée, les commerces de détail situés dans les communes du Grand Nouméa, hors commune de Païta, doivent obligatoirement s'approvisionner auprès de l'OCEF qui bénéficie d'un monopole légal pour l'importation et la commercialisation de la viande⁵³, de sorte le groupe n'aura « *aucun avantage en matière de prix et de négociation, en comparaison aux autres magasins et magasins spécialisés de la zone* »⁵⁴.
81. De surcroît, s'agissant de l'approvisionnement local en fruits et légumes frais, celui-ci s'effectue via une dizaine de grossistes en fruits et légumes (dont deux rattachés aux groupes GBH et Carrefour Kenu-in) et la partie notifiante estime qu'à la suite de l'opération, la puissance d'achat du groupe Aline « *reste[ra] inchangée et soumise aux mêmes contraintes que les magasins indépendants* »⁵⁵.
82. Au vu de ce qui précède, et compte tenu de la dimension territoriale des marchés de l'approvisionnement et de la présence de nombreuses enseignes concurrentes sur le territoire qui disposent de parts de marché en aval bien supérieures au groupe Aline, l'opération n'est pas susceptible de créer ou de renforcer une puissance d'achat qui placerait les fournisseurs en situation de dépendance économique ou à restreindre l'accès à l'aval des produits des opérateurs concurrents sur les marchés amont.
83. Il en résulte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement.

B. Sur les effets verticaux

84. Lorsque l'exploitant (ou le groupe auquel il appartient) est présent sur des marchés situés en amont du commerce de détail, l'opération envisagée peut générer des effets restrictifs de concurrence ou « effets verticaux ». L'intégration verticale peut produire les mêmes effets que des clauses restrictives de concurrence passées entre un fournisseur et ses distributeurs⁵⁶.
85. La pratique décisionnelle calédonienne et métropolitaine distingue deux types de risque de « verrouillage ».
86. Le premier est celui où la branche aval de la nouvelle entité refuse d'acheter ou de distribuer les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux (verrouillage de l'accès à la clientèle).
87. Le second est celui où la nouvelle entité refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval ou alors le leur fournit à un prix élevé, dans des conditions défavorables ou à un niveau de qualité dégradé (verrouillage du marché des intrants). Cette forclusion peut être totale, lorsque les

⁵² Voir la page 32 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 33).

⁵³ Voir la décision n° 2020-DEC-08 de l'Autorité précitée et n° 2020-PAC-01 du 25 mai 2020 relative à des pratiques dans le secteur de l'importation et de la commercialisation de viande ovine en Nouvelle-Calédonie

⁵⁴ Voir la page 28 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 29).

⁵⁵ Voir la page 30 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 31) et l'avis n° 2018-A-04 de l'Autorité du 23 juillet 2018 relatif à l'organisation de la filière Fruits et Légumes

⁵⁶ Voir les décisions de l'Autorité n° 2019-DCC-06 du 25 novembre 2019 relative à la prise de contrôle exclusif négatif de la société Katiramona Explosif SAS par la société Titanobel SAS et n° 2020-DEC-08 précitée.

concurrents ne sont plus du tout approvisionnés, ou partielle, lorsque le durcissement des conditions tarifaires entraîne une augmentation des coûts des concurrents⁵⁷.

88. Les autorités de la concurrence calédonienne et métropolitaine considèrent qu'il est peu probable qu'une entreprise détenant moins de 30 % des parts de marché sur un marché donné, puisse verrouiller le marché aval ou amont de celui-ci⁵⁸.
89. Cette approche doit cependant être nuancée au regard des caractéristiques de l'économie calédonienne car certaines exclusivités de distribution, au-delà de l'emprise sur un marché, pourraient permettre à certains de leurs bénéficiaires de verrouiller les marchés amont ou aval⁵⁹.

1. Sur le risque de verrouillage d'accès à la clientèle

90. En l'espèce, la partie notifiante est présente sur les marchés amont de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires via les sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution.
91. Afin d'être en mesure de fermer l'accès des grossistes-importateurs concurrents au marché aval, la partie notifiante doit disposer d'un pouvoir de marché important sur le marché aval de la distribution de sorte que les concurrents grossistes des sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution se verraient privés de débouchés commerciaux si le groupe Aline cessait d'approvisionner ses magasins dans la zone du Grand Nouméa, c'est-à-dire les magasins Super U Auteuil et Johnston Supermarché, auprès d'eux.
92. Sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire, comme indiqué dans l'analyse concurrentielle sur le marché aval *supra*, le groupe Aline détiendra, à l'issue de l'opération, 10 % et 14 % de parts de marché sur les zones de chalandise primaire et secondaire.
93. Dans la mesure que ces parts de marché sont bien en dessous du seuil de 30 %, le risque de verrouillage de l'accès à la clientèle des grossistes-importateurs concurrents des sociétés du groupe Aline peut donc être raisonnablement exclu.

2. Sur le risque de verrouillage par les intrants

94. La deuxième situation de verrouillage possible du marché apparaît lorsque l'opération est susceptible d'accroître les coûts des concurrents situés sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire en restreignant leur accès à des intrants importants (verrouillage du marché des intrants).
95. En effet, dans une telle situation, la partie notifiante est susceptible d'accroître les coûts de ses concurrents situés en aval, en rendant plus difficile pour ces derniers l'approvisionnement en intrants à des prix ou des conditions identiques à ceux qui auraient prévalu si l'opération n'avait pas eu lieu.
96. Pour que le verrouillage du marché des intrants conduise à un préjudice pour les consommateurs, il est nécessaire que soit identifié un risque de marginalisation des concurrents de la nouvelle entité ou d'accroissement des prix pour les consommateurs via l'augmentation du coût des intrants pour ces concurrents.

⁵⁷ Voir § 672 des Lignes directrices 2020 relatives au contrôle des concentrations de l'Autorité de la concurrence métropolitaine

⁵⁸ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-08 précitée.

⁵⁹ Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-04 du 20 avril 2021 relative à une extension de 175 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « As de Trèfle » situé au Quartier Latin à Nouméa.

97. Ainsi, le verrouillage du marché peut-il être total, lorsque les concurrents ne sont plus du tout approvisionnés, ou partiel, lorsque le durcissement des conditions tarifaires entraîne une augmentation des coûts des concurrents.
98. Ce risque dépend des caractéristiques spécifiques du circuit d'approvisionnement des distributeurs en Nouvelle-Calédonie (a) et de la position des sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution sur le marché amont de la distribution en gros de produits alimentaires et non-alimentaires (b). Au regard de ce contexte, la probabilité d'un tel scénario de verrouillage a été ensuite examinée (c).

a. Un circuit d'approvisionnement des distributeurs spécifique

99. Dans son avis n° 2021-A-07 relatif au mécanisme de formation des prix des produits de grande consommation en Nouvelle-Calédonie du 28 décembre 2020, l'Autorité a rappelé les deux alternatives possibles pour l'approvisionnement des distributeurs : un approvisionnement direct auprès des centrales d'achat dit « circuit court » et un approvisionnement auprès des importateurs-grossistes dit « circuit long » ou « intermédié ».
100. L'approvisionnement direct concerne, tout à la fois, les marques de distributeurs et les produits de marque de fabricants que les distributeurs ne trouvent pas auprès des importateurs. L'Autorité a cependant souligné la préférence des distributeurs ultramarins pour le circuit « intermédié » pour des motifs tenant notamment à la logistique et à la gestion des dates limites de consommation.
101. Elle a également relevé qu'à l'image des distributeurs domiens, les distributeurs calédoniens privilégient un approvisionnement auprès des importateurs-grossistes. Ces derniers sont incontournables, en particulier pour les petits magasins d'alimentation générale, qui ne disposent pas de moyens logistiques leur permettant de s'approvisionner en direct.
102. Il en résulte que l'éventuelle mise en place d'une stratégie de verrouillage par les intrants de la part d'un grossiste-importateur calédonien aurait, de façon générale, des effets économiques directs et importants sur les distributeurs, en particulier sur ceux qui ne disposent d'aucune capacité d'approvisionnement direct⁶⁰.

b. La position des sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution sur le marché de la distribution en gros de produits alimentaires et non-alimentaires

103. Les parts de marché des sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution et de leurs principaux concurrents sur le marché de la distribution en gros de produits alimentaires et non-alimentaires à destination des GMS, ainsi que les sous-familles de produits, peuvent être estimées comme suit :

⁶⁰ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-09 précitée.

Part de marché des distributeurs grossistes par familles de produits sur le marché de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires en Nouvelle-Calédonie

Grossistes	Liquides	Vins / Spiritueux	Epicerie sèche	Produits frais en libre-service	Droguerie	Parfumerie / Hygiène	Petit électro ménager	Bazar/autres	Total
SIB	[0-5]%	[0-5]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[50-60]%	[20-30]%	[0-5]%
Aline Calédonie	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[30-40]%	[20-30]%	[0-5]%	[0-5]%
Total Groupe Aline	[0-5]%	[0-5]%	[10-20]%	[0-5]%	[5-10]%	[30-40]%	[>50]%	[20-30]%	[5-10]%
Nouméa Gros	[0-5]%	[20-30]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
Rabot	[50-60]%	[10-20]%	[20-30]%	[0-5]%	[10-20]%	[30-40]%	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%
Sopli	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[20-30]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Serdis	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[40-50]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[10-20]%
Bargibant	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[20-30]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[10-20]%
Sullivan	[0-5]%	[30-40]%	[20-30]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[10-20]%
Cocogé	[0-5]%	[5-10]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[50-60]%	[5-10]%
Cellocal	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[30-40]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
Total Cocogé/ Cellocal	[0-5]%	[5-10]%	[10-20]%	[0-5]%	[40-50]%	[0-5]%	[0-5]%	[50-60]%	[10-20]%
Vega	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[30-40]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Colgate Palmolive	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Breckwoldt	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Source : Traitement de données ACNC

104. Il ressort de ces données que la part de marché du groupe Aline est estimée à 8 % sur le marché global de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires à destination des GMS, avec ainsi un positionnement inférieur à celui des sociétés Rabot (avec [10-20] % de part de marché), Cocogé/Cellocal ([10-20] %), Serdis ([10-20] %), Sullivan ([10-20] %) etc.
105. En revanche, il apparaît que la part de marché du groupe Aline sur deux des sous-familles de produits serait supérieure à 30 %. En effet, elle serait de l'ordre de 31 % sur les sous-segments des produits DPH et, plus particulièrement sur la parfumerie et l'hygiène dont la distribution est assurée par la société Aline Calédonie, et serait supérieure à 50 % sur le sous-segment de produits de petit électroménager, dont la distribution est principalement assurée par la société SIB Distribution.
106. Sur ce dernier segment néanmoins, il convient de souligner que la position du groupe Aline doit être relativisée dans la mesure où elle a été estimée à partir d'un échantillon très restreint d'entreprises concurrentes présentes sur le marché de l'approvisionnement en produits de petit électroménager et qu'elle ne tient pas compte des circuits courts d'approvisionnement.
107. En effet, comme le souligne la partie notifiante, « *les imports directs par les commerces de détail via leur centrale d'achat, [...] sont de plus en plus nombreux et systématiques pour les magasins qui en bénéficient* »⁶¹. Par ailleurs le marché de la distribution au détail de petit et moyen électroménager en Nouvelle Calédonie est fortement divisé entre les magasins de commerce de détail à dominante alimentaire et les commerces spécialisés tels que Darty,

⁶¹ Par exemple l'enseigne Conforama est intégrée au groupe Carrefour Kenu-In et l'enseigne Connexion est intégrée au groupe GBH comprend. Voir la page 28 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 29).

Sopema Gitem, Connexion etc. qui représentent des canaux de distribution importants sur ce segment⁶².

108. Enfin, il convient de relever que les ventes de produits de petit électroménager du groupe Aline auprès des GMS ont représenté moins de 2 % du chiffre d'affaires des sociétés SIB Distribution et Aline Calédonie ce qui témoigne d'une faible demande dans cette catégorie de la part des distributeurs.
109. Par conséquent, le pouvoir de marché du groupe Aline sur le marché de la distribution en gros de petit électroménager est surestimée par rapport au marché réel. Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie avait d'ailleurs dressé le même constat lors de son analyse d'une opération précédente notifiée par le groupe Aline⁶³.
110. En revanche, sur le segment de produits de parfumerie et hygiène, il y a lieu de relever que la société Aline assurant majoritairement la distribution de certaines marques notoires, le risque de verrouillage par les intrants à l'issue de l'opération envisagée pourrait s'en trouver renforcé.

c. L'analyse des effets de verrouillage par les intrants

111. En premier lieu, s'agissant des produits de petit électroménager, comme vu *supra*, la part de marché apparemment élevée du groupe Aline sur ce segment doit être relativisée par rapport à la structure du marché réel.
112. Par ailleurs, les achats du magasin Johnston Supermarché ont représenté moins de 1 % des ventes en gros produits de petit électroménager du groupe Aline auprès des GMS en 2021 de sorte qu'une mise en place d'une stratégie de verrouillage des intrants par la partie notifiante, à l'issue de l'opération, semble peu probable.
113. Par conséquent, le risque de verrouillage par les intrants sur le marché de la distribution en gros de produits de petit électroménager à la suite de l'opération peut être raisonnablement écarté⁶⁴.
114. En second lieu, s'agissant des produits de parfumerie et hygiène, il convient de rappeler que le groupe Aline assure quasi-exclusivement ou majoritairement, via la société Aline Calédonie, la distribution de marques à forte notoriété, et en particulier celles du groupe l'Oréal (produits L'Oréal, Garnier, Elsève, etc.) qui sont parfois considérées comme « incontournables » et susceptibles de renforcer la part de marché du groupe sur le marché aval⁶⁵.
115. En l'espèce, les achats du magasin Johnston Supermarché ont représenté 2,4 % des ventes en gros de produits de parfumerie et hygiène du groupe Aline auprès des GMS en 2021. Au vu de ces éléments, il apparaît que le groupe Aline ne pourraient se permettre de perdre des débouchés de vente significatifs auprès des magasins concurrents des magasins Johnston Supermarché et Super U Auteuil en mettant en place un scénario de verrouillage.
116. Néanmoins, les répondants au test de marché réalisé au cours de l'instruction ont pour la plupart confirmé qu'ils n'avaient, pas intérêt à recourir à une source alternative d'approvisionnement en produits de parfumerie et hygiène de la marque l'Oréal (en termes de délais de réception de commandes, soutien commercial, etc.) :

⁶² Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-04 précitée.

⁶³ Voir l'arrêté n° 2015-1135/GNC précité.

⁶⁴ Il convient de relever qu'aucun des opérateurs concurrents des magasins Super U Auteuil et Johnston Supermarché ont soulevé des réserves particulières, lors du test de marché mené au cours de l'instruction, en ce qui leur approvisionnement en produits de petit électroménager auprès du groupe Aline

⁶⁵ Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-13 précitée et l'arrêté n° 2015-1135/GNC précité.

- « *Aline Calédonie et SIB Distribution sont les importateurs historiques de ces marques sur le marché calédonien. Nous avons la possibilité de nous approvisionner différemment mais la pertinence économique de cette approvisionnement alternatif n'est pas démontrée et présente plusieurs bémols. [...] Nous comprenons qu'Aline Calédonie bénéficie d'accords historiques avec les marques du Groupe L'Oréal (maquillage et soin capillaire notamment). Il nous est apparu que de travailler des gammes de produits plus techniques ou déclinables (colorations, rouges à lèvres, ...) et d'assurer le stockage d'un grand nombre de références à faible rotation, nécessitent une grande connaissance opérationnelle des différents produits et une organisation précise qu'un grossiste importateur est plus à même de détenir qu'un distributeur* »⁶⁶ ;
- « *Il nous est parfois possible d'avoir quelques produits via la centrale d'achat Carrefour France, mais il nous est impossible d'avoir les gammes entières des marques distribuées par Aline ou SIB, et en particulier les produits L'OREAL* »⁶⁷ ;
- « *Nous avons la possibilité de nous approvisionner via notre centrale Système U. [...] ALINE et SIB sont dynamiques commercialement (promotions, nouveautés, ...). [...] Passer par des grossistes importateurs locaux nous permet de mieux gérer notre stock (rotations plus régulières, moins de casse, ...). Passer par en centrale d'achat européenne nécessiterait de patienter plusieurs mois entre la commande et la réception (environs 2 à 3 mois). [...]Le Groupe Aline apporte un soutien commercial à nos enseignes afin de promouvoir l'ensemble des marques qu'ils distribuent. Cela peut se présenter via des animations en magasin par exemple* »⁶⁸.

117. Il convient de rappeler que le groupe Aline, tout comme ses fournisseurs, ne peut se prévaloir d'aucun accord exclusif d'importation pour empêcher d'autres grossistes-importateurs ou magasins de distribuer les marques qu'elle distribue seule actuellement, étant donné l'interdiction posée par l'article Lp. 421-2-1 du code de commerce. Il en résulte que ses clients pourraient le cas échéant s'organiser pour s'approvisionner en direct auprès des fournisseurs actuels du groupe Aline et que d'autres grossistes pourraient également se rapprocher des fournisseurs desdites marques pour les distribuer et le concurrencer.
118. Néanmoins, compte tenu des déclarations précitées, la société Aline Calédonie apparaît comme un acteur incontournable, en pratique, pour l'approvisionnement de certaines marques. Il n'est donc pas exclu que la société Aline Calédonie puisse mettre en place une stratégie de verrouillage en ce qui concerne ses produits de marques notoires en dégradant les conditions d'approvisionnement (au niveau tarifaire et non tarifaire) des concurrents des magasins Johnston Supermarché et Super U Auteuil.
119. Afin de remédier au risque d'atteinte à la concurrence identifié, la partie notificante a donc proposé de prendre des engagements.

⁶⁶ Voir la réponse au test de marché du groupe GBH (Annexe 25, Cotes 206-213).

⁶⁷ Voir la réponse au test de marché du groupe Carrefour Kenu-In (Annexe 19, Cotes 162-169).

⁶⁸ Voir la réponse au test de marché du groupe Héli (Annexe 20, Cotes 170-177).

IV. Les engagements proposés par la société Aline Calédonie

120. La partie notifiante a déposé une proposition d'engagements le 14 juin 2022⁶⁹.
121. A la suite de cette proposition, le service d'instruction a interrogé les concurrents de la future entité afin de vérifier si les engagements proposés par la partie notifiante leur paraissaient suffisants pour remédier aux risques d'effets anticoncurrentiels identifiés lors de l'instruction de l'opération⁷⁰.
122. A la suite du retour des concurrents interrogés, la partie notifiante a modifié les engagements en question et a déposé une version finale le 20 juin 2022⁷¹.

A. Sur les principes d'appréciation des engagements

123. Les engagements de la partie notifiante, destinés à remédier aux atteintes à la concurrence résultant de l'opération notifiée, doivent être conformes aux critères généraux définis par la pratique décisionnelle et la jurisprudence afin d'être jugés aptes à assurer une concurrence suffisante, conformément aux dispositions du II de l'article Lp. 431-5 du code de commerce.
124. Ainsi, conformément à la pratique décisionnelle de l'Autorité, ces engagements doivent être efficaces en permettant pleinement de remédier aux atteintes à la concurrence identifiées⁷². À cette fin, leur mise en œuvre ne doit pas soulever de doute, ce qui implique qu'ils soient rédigés de manière suffisamment précise et que les modalités opérationnelles pour les réaliser soient suffisamment détaillées⁷³. Leur mise en œuvre doit également être rapide, la concurrence n'étant pas préservée tant qu'ils ne sont pas réalisés. Ils doivent, en outre, être contrôlables.
125. Enfin, l'Autorité doit veiller à ce que les mesures correctives soient neutres, au sens où elles doivent viser à protéger la concurrence en tant que telle et non des concurrents spécifiques, et à ce qu'elles soient proportionnées, dans la mesure où elles doivent être nécessaires pour maintenir ou rétablir une concurrence suffisante.
126. Les autorités de concurrence recherchent généralement des mesures structurelles qui visent à garantir des structures de marché compétitives par des cessions d'activités ou d'actifs à un acquéreur approprié susceptible d'exercer une concurrence réelle, ou l'élimination de liens capitalistiques entre concurrents.
127. Toutefois, eu égard à l'objectif de neutralité des mesures correctives, rien ne s'oppose à ce que des remèdes de nature comportementale soient acceptés s'ils apparaissent, au cas d'espèce, plus appropriés pour compenser certaines des atteintes à la concurrence identifiées, pour autant que ces engagements soient définis de manière à garantir leur efficacité et leur contrôlabilité.

B. Les engagements proposés et leur appréciation

1. Les engagements proposés

128. Comme vu *supra*, l'instruction a identifié de potentiels effets anticoncurrentiels du fait que la partie notifiante est active sur les marchés amont et aval de la distribution au détail à dominante alimentaire et qu'elle détient des marques incontournables *via* la société Aline Calédonie.

⁶⁹ Voir la proposition d'engagement en date de 14 juin 2022 (Annexe 38, Cotes 262-264).

⁷⁰ Voir les réponses au test des engagements (Annexes 40-42, Cotes 269-276).

⁷¹ Voir la proposition d'engagement en date de 20 juin 2022 (Annexe 39, Cotes 265-268).

⁷² Voir les décisions de l'Autorité n° 2019-DCC-06 précitée et n° 2020-DCC-05 du 9 avril 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la SAS Socalfi par la SA Crédical.

⁷³ *Ibid.*

129. En conséquence, la partie notifiante a proposé le 20 juin 2022 une liste de quatre engagements en vue d'obtenir une décision d'autorisation fondée sur l'article Lp. 431-5 du code de commerce⁷⁴.

a. Les quatre engagements proposés par la partie notifiante

130. Le premier engagement prévoit que la société Aline Calédonie pratique « *un tarif unique sur l'ensemble de son portefeuille de produits et à l'ensemble de ses clients, en fonction de leur typologie de surface (supérette/supermarché/hypermarché [...] dans la zone du Grand Nouméa, garantissant ainsi un traitement non-discriminatoire à toutes les surfaces existantes ou à venir présentes sur les zones de chalandise concernées* ».

131. Le second engagement proposé par la partie notifiante garantit que « *les budgets de coopération commerciale reçus de la part de [la société Aline Calédonie] soient alloués entre les commerces de détail exploités par le groupe Aline dans la zone du Grand Nouméa et les supermarchés et hypermarchés concurrents sur la base de critères commerciaux transparents, objectifs et vérifiables, afin de garantir un traitement non-discriminatoire dans la ventilation de ces budgets* ».

132. Le troisième engagement proposé vise à ce que la société Aline Calédonie « *propose aux commerces de détail d'une superficie comprise entre 120 et 400 m² des promotions sur des produits avec des quantités minimales compatibles avec leurs rotations de stocks. Le rythme et l'ampleur des promotions seront calqués sur celles des enseignes en tenant compte du rapport des ventes entre enseignes et petits commerces de détail. Les promotions devront également avoir lieu sur des produits de lancement selon les règles exprimées ci-dessus* ».

133. Enfin, le quatrième engagement proposé par la partie notifiante oblige la société Aline Calédonie « *à honorer les commandes reçues dans leur ordre d'arrivée, quel que soit le client, dans la limite des stocks disponibles de produits* »⁷⁵.

134. Ces engagements sont pris pour une durée de cinq ans.

b. La contrôlabilité des engagements proposés

135. Afin de faciliter la contrôlabilité des engagements proposés, la partie notifiante s'engage :

- Pour le premier engagement, à fournir à l'Autorité tous les justificatifs nécessaires au contrôle appliqué en cas de réclamation d'un client de la zone de chalandise concernée auprès de l'Autorité pour non-respect de l'application d'un traitement non-discriminatoire. Elle devra également tenir à disposition de l'Autorité tous les éléments de facturation nécessaires au contrôle des tarifs appliqués à ses clients sur la zone de chalandise concernée ;
- Pour le second engagement, en cas de réclamation d'un client de la zone de chalandise concernée auprès de l'Autorité pour non-respect de cette règle, à fournir à l'Autorité tous les justificatifs nécessaires au contrôle des accords concernés. La partie notifiante s'engage également à transmettre à l'Autorité sur une base annuelle les accords de coopération commerciale conclus entre la société Aline Calédonie et les supermarchés et hypermarchés concernés par cet engagement
- Pour le quatrième engagement, sur demande de l'Autorité ou en cas de réclamation d'un client de la zone de chalandises concernée, à fournir à l'Autorité la liste des promotions fournies au magasin et celles proposées à ses clients de la zone de chalandises concernée ;

⁷⁴ Voir la proposition d'engagement en date de 20 juin 2022 (Annexe 39, Cotes 265-268).

⁷⁵ *Ibid.*

- Pour le quatrième engagement, en cas de réclamation pour une commande qui n'aurait pas été honorée selon les termes de cet engagement, d'un client de la zone de chalandise concernée auprès de l'Autorité, à fournir un état récapitulatif sur le ou les produits en litige qui retrace l'historique de la commande et les livraisons sur une période glissante d'un mois commençant quinze jours avant la date du litige et finissant quinze jours après⁷⁶.

2. Appréciation des engagements proposés

136. L'Autorité considère que les engagements pris dans leur ensemble permettent d'écarter le risque que le groupe Aline puisse s'appuyer sur l'activité d'importateur-grossiste de la société Aline Calédonie pour favoriser les magasins Johnston Supermarché et Super U Auteuil pour certains produits phares et garantissent un traitement non-discriminatoire, tant au niveau tarifaire que non-tarifaire, dans les conditions d'approvisionnement des magasins concurrents pour ces produits.
137. Il convient de relever que le deuxième engagement a été proposé par la partie notifiante à la suite du retour de deux concurrents qui considéraient qu'il était nécessaire d'inclure un engagement de la part de la société Aline Calédonie sur la transparence quant à la répartition des budgets de coopération commerciale⁷⁷.
138. Ces mêmes concurrents ont également remarqué qu'il était nécessaire que la partie notifiante prenne un engagement concernant l'absence de transmission d'informations sensibles (calendrier de promotions, volume de commandes, etc.) entre la société Aline Calédonie et les sociétés du groupe Aline responsables de la gestion des magasins de commerce de détail du groupe⁷⁸.
139. Cependant, dans la mesure où l'ensemble des achats réalisés auprès sociétés grossistes du groupe Aline représentent entre [>1] % et [<10] % du volume total des achats des enseignes concurrentes interrogées, un tel engagement serait disproportionné par rapport au risque identifié.
140. Au surplus, l'Autorité rappelle que, lorsqu'elle exerce son contrôle *a priori* sur une opération de concentration, son rôle se limite à vérifier l'absence d'effets anticoncurrentiels sur les marchés pertinents et à garantir le maintien d'une concurrence suffisante. Comme l'a rappelé le Conseil d'Etat à l'occasion de l'arrêt Salto, il n'appartient pas à l'Autorité de restaurer un niveau de concurrence supérieur à la situation préexistante⁷⁹.
141. En l'espèce, la situation du groupe Aline sur les marchés amont et aval de la distribution au détail à dominante alimentaire étant préexistante à l'opération envisagée, l'Autorité ne peut donc subordonner son accord à des engagements visant à restaurer un niveau de concurrence supérieur à celui existant avant l'opération.
142. Par ailleurs, un concurrent a également estimé que l'ensemble des engagements proposés par la partie notifiante devraient également s'appliquer à la société SIB Distribution⁸⁰. Cependant, comme vu *supra*, dans la mesure où il n'est pas avéré que la société SIB Distribution puisse mettre en œuvre un scénario de verrouillage en ce qui concerne la distribution de ses produits, l'Autorité estime qu'il n'est pas nécessaire de soumettre la société SIB Distribution à des engagements spécifiques sur ce point.

⁷⁶ *Ibidem*.

⁷⁷ Voir les réponses au test des engagements du groupe Carrefour et du groupe Héli (Annexes 40-41, Cotes 269-274).

⁷⁸ *Ibid*.

⁷⁹ Voir CE n° 435984 et 439527, 8 novembre 2021, Salto, point 41.

⁸⁰ Voir la réponse au test des engagements du groupe Héli (Annexe 41, Cotes 272-274).

143. L'Autorité estime ainsi que les engagements proposés par la partie notifiante sont clairs, précis, et suffisants pour écarter le risque d'effets verticaux identifié, et qu'ils ne soulèvent pas de doute quant à leur mise en œuvre.

Conclusion

144. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant à l'acquisition par le groupe Aline du fonds de commerce exploité par la SAS Johnston Distribution sous l'enseigne « Johnston Supermarché » d'une surface de 2 798 m² à Nouméa, sous réserve de la réalisation effective des engagements pris par la partie notifiante à la date du 20 juin 2022, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence.

Décision

Article 1^{er} : L'opération notifiée sous le numéro 22/0007CC est autorisée sous réserve des engagements annexés à la présente décision.

Article 2 : Conformément à l'article Lp. 465-1 du code de commerce, la présente décision occultée des secrets d'affaires sera publiée sur le site internet de l'Autorité.

La Présidente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. Zoude-Le Berre', with a long horizontal flourish extending to the right.

Aurélie Zoude-Le Berre

Autorité de la concurrence
de la Nouvelle Calédonie
Madame Caroline GENEVOIS
BP M2 98849 NOUMEA CEDEX

Nouméa, le 20 juin 2022

Références :

Dossier de notification d'une opération dans le secteur du commerce de détail / Opération de concentration déposé le 20 mai 2022 et enregistré sous le numéro 22/0007CC. Acquisition par le groupe ALINE du fonds de commerce de la SAS JOHNSTON DISTRIBUTION exploité sous l'enseigne « SUPERMARCHÉ JOHNSTON » à Nouméa.

Conformément aux articles Lp. 432-1 et suivants du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, le groupe Aline a notifié à l'**Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie**

ci-après l'« **Autorité** »

le projet d'acquisition à Nouméa du fonds de commerce exploité par la SAS Johnston Distribution,

ci-après le magasin « **SUPERMARCHÉ JOHNSTON** ».

Conformément à l'article Lp. 432-3 du code de commerce, la **SARL ALINE CALEDONIE** inscrite au RCS de NOUMEA sous le numéro 822 411,

ci-après l'"**Entreprise**", dûment représentée par Monsieur Albert Aline, propose les engagements suivants afin de permettre à l'Autorité d'adopter une décision autorisant l'opération projetée dans les meilleurs délais :

Engagement 1 :

L'**Entreprise** s'engage à proposer un tarif unique sur l'ensemble de son portefeuille de produits et à l'ensemble de ses clients, en fonction de leur typologie de surface (Supérette/supermarché/hypermarché), existants ou à venir, présents dans la zone du Grand Nouméa. L'**Entreprise** s'engage également à ce que ce tarif unique s'applique également aux commerces de détail exploités par le groupe Aline dans la zone du Grand Nouméa, garantissant ainsi un traitement non-discriminatoire à toutes les surfaces existantes ou à venir présentes sur les zones de chalandise concernées.

En cas de réclamation d'un client de la zone de chalandise concernée auprès de l'**Autorité** pour non-respect de cette règle, l'**Entreprise** s'engage à fournir à l'**Autorité** tous les justificatifs nécessaires au contrôle du tarif appliqué.

L'**Entreprise** s'engage également à tenir à disposition de l'**Autorité** tous les éléments de facturation nécessaires au contrôle des tarifs appliqués à ses clients sur la zone de chalandise concernée.

Engagement 2 :

L'**Entreprise** s'engage à ce que les budgets de coopération commerciale reçus de la part de l'**Entreprise** soient alloués entre les commerces de détail exploités par le groupe Aline dans la zone du Grand Nouméa et les supermarchés et hypermarchés concurrents sur la base de critères commerciaux transparents, objectifs et vérifiables, afin de garantir un traitement non-discriminatoire dans la ventilation de ces budgets.

En cas de réclamation d'un client de la zone de chalandise concernée auprès de l'**Autorité** pour non-respect de cette règle, l'**Entreprise** s'engage à fournir à l'**Autorité** tous les justificatifs nécessaires au contrôle des accords concernés. L'**Entreprise** s'engage également à transmettre à l'**Autorité** sur une base annuelle les accords de coopération commerciale conclus entre l'**Entreprise** et les supermarchés et hypermarchés concernés par cet engagement.

Engagement 3 :

L'**Entreprise** propose aux commerces de détail d'une superficie comprise entre 120m² et 400m² des promotions sur des produits avec des quantités minimales compatibles avec leurs rotations de stocks. Le rythme et l'ampleur des promotions seront calquées sur celles des supermarchés en tenant compte du rapport des ventes entre enseignes et petits commerces de détail. Les promotions devront également avoir lieu sur des produits de lancement selon les règles exprimées ci-dessus.

Sur demande de l'ou en cas de réclamation d'un client de l'une des zones de chalandise concernées auprès de l'**Autorité** à cet égard, l'**Entreprise** s'engage à fournir la liste des promotions fournies au magasin et celles proposées à ses clients sur les zones de chalandise concernées.

Engagement 4 :

L'**Entreprise** honore les commandes reçues dans leur ordre d'arrivée, quel que soit le client, dans la limite des stocks disponibles des produits.

En cas de réclamation d'un client de l'une des zones de chalandise concernées auprès de l'**Autorité** concernant une commande qui n'aurait pas été honorée selon les règles de l'engagement n°3, l'**Entreprise** s'engage à fournir un état récapitulatif sur le ou les produits en



litige qui retrace l'historique de la commande et les livraisons sur une période glissante d'un mois commençant quinze jours avant la date du litige et finissant quinze jours après.

Ces quatre engagements sont pris pour une durée de cinq ans.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several fluid, overlapping strokes.

Mr Albert ALINE

Gérant

