



Autorité de la Concurrence
de la Nouvelle-Calédonie

Décision n° 2020-DEC-03 du 9 mars 2020

**relative à l'ouverture d'un supermarché d'une surface de vente de 999 m² sous
l'enseigne « Casino » situé sur la commune de Nouméa**

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

Vu le dossier de notification adressé complet à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (ci-après l'« Autorité »), le 22 janvier 2020 et enregistré sous le numéro 20-0003EC, relatif à l'ouverture d'un supermarché d'une surface de vente de 999 m² sous l'enseigne « Casino » au sein du futur centre commercial « les Halles de Magenta », situé dans le quartier du 6ème kilomètre, à Nouméa, consécutive à la fermeture corrélative du supermarché « Casino Belle Vie », d'une surface de vente de 1030 m², situé au 224 rue Jacques Iekawe à Nouméa ;

Vu le livre IV du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles Lp. 432-1 à Lp. 432-5 et Lp. 461-3 ;

Vu l'arrêté n° 2018-43/GNC du 9 janvier 2018 pris en application de l'article Lp. 432-6 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie concernant les modalités d'application et le contenu du dossier de notification d'une opération dans le secteur du commerce de détail ;

Vu la proposition du service d'instruction du 9 mars 2020 d'autoriser la présente opération, enregistrée sous le numéro 20-0003EC, en application du deuxième alinéa du III de l'article Lp. 432-3 du code de commerce ;

Vu le règlement intérieur de l'Autorité ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante,

I. Contrôlabilité de l'opération et présentation des entreprises concernées

A. La contrôlabilité de l'opération

1. Conformément à l'article Lp. 432-1 du code de commerce :

« Est soumis au régime d'autorisation défini par le présent chapitre :

1° toute mise en exploitation d'un nouveau magasin de commerce de détail, lorsque sa surface de vente est supérieure à 350 m² ».

2. En l'espèce, l'opération consiste à réaliser le déménagement du supermarché à enseigne « Casino », actuellement situé au 224 rue Jacques Iekawe¹ à Nouméa (ci-après « le supermarché « Casino Belle Vie » »), vers le futur centre commercial « les Halles de Magenta », situé dans le quartier du 6ème kilomètre, à Nouméa. Il est prévu que ce nouveau supermarché soit d'une surface légèrement inférieure à ce qu'elle est aujourd'hui, de 999 m² contre 1 030 m² actuellement².
3. Selon les déclarations de la partie notifiante, le déménagement du supermarché « Casino Belle Vie » est prévu pour [Confidentiel]. La date de mise en exploitation prévisionnelle du nouveau supermarché, ci-après « le supermarché « Casino Halles de Magenta » », est prévue [Confidentiel]³.
4. En ce qu'elle porte sur l'ouverture d'un nouveau magasin de commerce de détail d'une surface de vente de plus de 350 m², la présente opération constitue une opération visée à l'article Lp. 432-1 du code de commerce⁴ et soumise à autorisation préalable de l'Autorité en vertu de l'article Lp. 432-2 de ce même code.

B. La présentation de l'exploitant

5. Le supermarché « Casino Belle Vie » est exploité par la société SCIE Distribution, société à responsabilité limitée immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 786 590, depuis le 16 novembre 2005.
6. La SCIE Distribution est une filiale à 100% du groupe Bernard Hayot (ci-après « GBH »), dont la société mère est la société Groupe Bernard Hayot, société par actions simplifiée immatriculée au RCS de Fort-de-France en Martinique sous le numéro 352 821 664 depuis le 21 décembre 1989.
7. L'actionnariat de la société Groupe Bernard Hayot est décomposé ci-après ⁵ :

¹ Et non pas rue « Lekawe », comme indiqué dans le dossier de notification.

² Voir la page 11 du dossier de notification.

³ Voir la page 12 du dossier de notification.

⁴ Dans sa version en vigueur avant le 31 janvier 2020.

⁵ Voir les pages 5 et 6 du dossier de notification.

Actionnariat du Groupe Bernard Hayot (GBH) à la date de notification

[Confidentiel]

8. Le groupe GBH a été fondé en 1960 par monsieur Bernard Hayot. Initialement implanté en Martinique et actif dans le secteur du rechapage de pneumatiques, le groupe GBH a progressivement diversifié ses implantations territoriales et ses domaines d'activités. Il s'est ainsi développé aux Antilles, à la Réunion, en Guyane française, à Cuba, à Saint Domingue, à Trinidad et Tobago, en France métropolitaine, en Nouvelle-Calédonie, en Algérie, au Maroc, au Ghana et en Chine⁶.
9. Le groupe GBH est principalement présent en Nouvelle-Calédonie dans les secteurs de :
 - la distribution automobile et de pneumatique : il distribue actuellement des véhicules des marques Hyundai, Nissan et Mitsubishi ;
 - le commerce de détail à dominante alimentaire : il exploite deux hypermarchés à l'enseigne « Géant », trois supermarchés à l'enseigne « Casino », sept magasins « Leader Price » et une supérette à l'enseigne « Vival »⁷.
10. L'ensemble des activités du groupe GBH en Nouvelle-Calédonie a représenté en 2018 un chiffre d'affaires de [Confidentiel] milliards F CFP, dont [Confidentiel] milliards pour le secteur de la distribution à dominante alimentaire⁸.
11. En ce qui concerne le secteur de la distribution à dominante alimentaire, le pôle « grande distribution » a été constitué en 2011 à la suite de l'acquisition, par GBH, des actifs commerciaux du groupe Lavoix (hors l'activité de grossiste-importateur du groupe Lavoix que le groupe GBH n'a pas reprise)⁹.
12. L'activité du groupe GBH dans le secteur de la grande distribution en Nouvelle-Calédonie est principalement exercée au travers de la société Polyanna SAS¹⁰ (ci-après « Polyanna »), laquelle est détenue à 100 % par le groupe GBH.
13. Polyanna SAS détient, à son tour :
 - l'intégralité du capital social de la société SAS Sodima, laquelle exploite l'hypermarché « Géant Casino Sainte-Marie » à Nouméa ;
 - la majorité du capital des sociétés exploitant trois supermarchés sous enseigne « Casino » (dont le supermarché « Casino Belle Vie »), ainsi que la supérette « Vival » de Koutio¹¹ ;

⁶ Voir la page 5 du dossier de notification.

⁷ Voir la page 5 du dossier de notification.

⁸ Voir la page 6 du dossier de notification.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Polyanna SAS est immatriculée au RCS de Nouméa, sous le numéro 614 628.

¹¹ Les magasins du groupe GBH sous les enseignes « Géant », « Casino » et « Vival » sont liés depuis le 1er mai 1995 au groupe « Casino ». Le contrat d'affiliation, conclu pour une durée initiale de 17 ans, a été prorogé jusqu'au 30 avril 2017, puis renouvelé par tacite reconduction pour une période de 3 ans (période renouvelable) (voir l'annexe 7 du dossier de notification).

- l'intégralité de la Société des Supermarchés du Nord SARL, qui exploite un hypermarché à l'enseigne « Géant » dans la zone d'aménagement concerté (ZAC) de Dumbéa-sur-Mer¹².

14. Polyanna SAS détient également, à 100 %, la SAS Maison Guy Courtot¹³ (ci-après la société « MGC »), laquelle exploite les sept supermarchés sous enseigne « Leader Price » de la Nouvelle-Calédonie, dont quatre sont localisés dans le Grand Nouméa. En outre, la société MGC approvisionne exclusivement les magasins de GBH en Nouvelle-Calédonie en produits de marques de distributeurs (ci-après « MDD »)¹⁴.
15. Un organigramme du groupe GBH en Nouvelle-Calédonie, au 31 décembre 2019, est fourni en Annexe 1 de la présente décision [Confidentiel].

C. Présentation de l'opération

16. L'opération consiste à réaliser le déménagement du supermarché « Casino Belle Vie », actuellement situé au 224 rue Jacques Iekawe à Nouméa, vers le futur centre commercial « les Halles de Magenta », situé au 196 rue Roger Gervolino à Nouméa. La distance séparant ces deux sites est de 600 mètres¹⁵.
17. A l'issue de l'opération, le groupe GBH devrait conserver l'usage des locaux qu'il utilise actuellement sur le site « Belle Vie », « *en vue de les réaffecter à des activités internes de production* »¹⁶.
18. Le terrain, sur lesquels le futur centre commercial Les Halles de Magenta où le supermarché « Casino Halles de Magenta » s'installerait, est la propriété de la SCI Madibeu 2¹⁷, laquelle a obtenu un permis de construire le 27 août 2018¹⁸.
19. Une promesse synallagmatique de bail commercial a été conclue entre la SCI Madibeu 2 et la SCIE Distribution le [Confidentiel]¹⁹.
20. Le supermarché « Casino Halles de Magenta » s'intégrera dans un ensemble commercial d'une surface totale de 3 863 m² (dont une surface de vente totale de 2 791 m²)²⁰. Comme indiqué dans le tableau ci-dessous, il est prévu que ce bâtiment regroupe le supermarché « Casino Halles de Magenta », onze boutiques, quatre restaurants et des bureaux.

¹² Voir l'arrêté n° 2016-1811/GNC du 30 août 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la Société des Supermarchés du Nord (Groupe Bernard Hayot), d'un hypermarché à enseigne Géant à Dumbéa-sur-Mer.

¹³ La SAS Maison Guy Courtot est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 87 387.

¹⁴ Voir la page 6 du dossier de notification.

¹⁵ Etant précisé qu'il ressort de l'instruction de ce dossier que cette distance serait de l'ordre de 600 mètres, mais qu'il est indiqué dans le dossier de notification (voir la page 18) que cette distance serait de 300 mètres.

¹⁶ Voir la page 6 du dossier de notification.

¹⁷ [Confidentiel].

La SCI Madibeu 2 est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 253 203 depuis le 16 février 1990.

¹⁸ [Confidentiel] Voir l'annexe 4 du dossier de notification.

¹⁹ La promesse synallagmatique de bail commercial prévoit que l'obtention de l'autorisation de l'Autorité de la Concurrence constitue une condition suspensive de la réalisation du bail (voir page 8 de la promesse synallagmatique de bail commercial fournie en annexe 5 du dossier de notification).

²⁰ Voir la plaquette commerciale jointe en annexe 6 du dossier de notification.

Description des activités	Surfaces
Boutique n°1	138 m ²
Boutique n°2	67 m ²
Boutique n°3	78 m ²
Boutique n°4	48 m ²
Boutique n°5	97 m ²
Boutique n°6	99 m ²
Boutique n°7	95 m ²
Boutique n°8	427 m ²
Boutique n°9	348 m ²
Boutique n°10	50 m ²
Boutique n°11	58 m ²
Restaurant n°1	188 m ²
Restaurant n°2	156 m ²
Restaurant n°3	95 m ²
Restaurant n°4	148 m ²
Supermarché « Casino »	999 m ²
Bureaux	105 m ²

Source : Dossier de notification

21. La partie notifiante attire l'attention de l'Autorité sur le fait qu'à ce jour, le plan merchandising définitif des commerces/boutiques de services de la galerie marchande n'est pas arrêté. Le promoteur n'est dès lors pas en mesure de communiquer le nom des différentes enseignes qui seront présentes dans ce centre commercial²¹.
22. Selon la partie notifiante, l'opération ne suscitera pas de création directe de nouveaux emplois mais devrait conduire à la création d'environ [Confidentiel] emplois indirects dans les laboratoires destinés à approvisionner les rayons [Confidentiel] des autres supermarchés du groupe GBH en Nouvelle-Calédonie²².

II. Délimitation des marchés pertinents

23. L'analyse concurrentielle des effets d'une opération dans le secteur du commerce de détail au sens de l'article Lp. 432-1 du code de commerce (opération de croissance « interne »), comme celle d'une concentration au sens de l'article Lp. 431-1 (opération de croissance « externe »), doit être réalisée sur un (ou des) marché(s) pertinent(s) délimité(s) conformément aux principes du droit de la concurrence.
24. Les marchés concernés par l'opération relèvent du secteur de la distribution à dominante alimentaire.

²¹Voir la page 13 du dossier de notification.

²² Voir la page 12 du dossier de notification.

25. Selon la pratique constante des autorités nationale et communautaire de concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire : d'une part, les marchés amont de l'approvisionnement en produits de consommation courante mettant en relation les entreprises de commerce de détail et leurs fournisseurs et, d'autre part, les marchés aval de la distribution de détail à dominante alimentaire, de dimension locale, qui mettent en présence les entreprises de commerce de détail et les consommateurs pour la vente des biens de consommation²³.
26. Au cas d'espèce, l'opération sera analysée sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire et sur les marchés amont de l'approvisionnement.

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

1. Le marché de produits

27. Les autorités de concurrence²⁴ 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 :
- 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 maxi discompteurs et,
 - la vente par correspondance.
28. Il convient toutefois de rappeler que ces seuils doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce, lorsque des magasins dont la surface est située à proximité d'un seuil (en-dessous ou au-dessus), sont susceptibles de se trouver en concurrence directe.

²³ Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.1684 du 25 janvier 2000, Carrefour/Promodès et du 3 juillet 2008, COMP/M.5112, Rewe Plus/Discount ; 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.

²⁴ Voir, par exemple, la décision de l'Autorité 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 et de l'Autorité de la concurrence métropolitaine 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.

29. Par ailleurs, la pratique décisionnelle considère que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories²⁵.
30. En effet, un hypermarché peut être habituellement utilisé par certains consommateurs comme un magasin de proximité, en substitution d'un supermarché. En revanche, la réciproque n'est presque jamais vérifiée et l'est d'autant moins que la taille de l'hypermarché en question est importante.
31. Il en résulte que si le magasin cible est un hypermarché, l'analyse est effectuée sur un marché comprenant uniquement les hypermarchés, d'une part (« zone secondaire »), et sur un marché comprenant les supermarchés et les formes de commerces équivalentes (hypermarchés, discompteurs et magasins populaires) hormis le petit commerce de détail (moins de 400 m²), d'autre part (« zone primaire »)²⁶.
32. En l'espèce, à l'issue de l'opération, le commerce de détail « Casino Halles de Magenta » disposera d'une surface de vente de 999 m², ce qui le fait rentrer dans la catégorie des supermarchés.

2. Le marché géographique

33. S'agissant des supermarchés, l'analyse concurrentielle est menée sur la base d'une zone de chalandise correspondant au 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 déplacement en voiture autour du magasin cible. Ces dernières formes de commerce peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs, les discompteurs et les magasins populaires²⁷.
34. 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, tels que l'analyse du comportement réel des consommateurs (sondages, calcul de ratio de diversion) et des empreintes réelles des magasins cibles²⁸.

²⁵ Voir la décision n° 18-DCC-65 précitée, point 15 ; voir également les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence métropolitaine du 10 juillet 2013 relatives au contrôle des concentrations, point 364 et disponible à l'adresse suivante :

http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?lang=fr&id_rub=325&id_article=2121.

²⁶ Cette approche a été celle suivie par l'Autorité dans la décision n° 19-DEC-02 précitée et par le Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie dans ses décisions les plus importantes en matière de commerces de détail à dominante alimentaire. Voir les arrêtés n° 2016-1811/GNC du 30 août 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la Société des Supermarchés du Nord (Groupe Bernard Hayot), d'un hypermarché à enseigne « Géant » à Dumbéa ; n° 2016-2563 du 22 novembre 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la SAS SCD, d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne « Hyper U » d'une surface de vente de 5 500 m² situé à Anse Uaré, Ducos, commune de Nouméa ; n° 2016-2565 du 22 novembre 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la SAS SCD PAITA, d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne « Hyper U » d'une surface de vente de 3 000 m² situé à Païta.

²⁷ Voir la décision n° 19-DEC-02 précitée, point 18.

²⁸ Voir la décision n° 2019-DEC-02 du 6 mars 2019 relative à l'ouverture d'un supermarché d'une surface de vente de 540 m² sous l'enseigne « Korail Apogoti » au sein du complexe « Les Jardins d'Apogoti » sur la commune de Dumbéa. L'ouverture effective de ce supermarché est prévue au mois d'avril 2020, point 19.

35. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation. L'analyse de l'impact concurrentiel de l'opération en cause s'effectuera donc sur une zone de 15 minutes en voiture environ autour du magasin cible situé dans le nouveau complexe « Les Halles de Magenta ».

B. Le marché amont de l'approvisionnement

1. Le marché de produits

36. Selon une pratique décisionnelle constante, les entreprises du secteur de la distribution 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). Si la pratique décisionnelle des autorités de concurrence ne distingue en effet pas selon le circuit de distribution, elle a tout de même 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 ouverte²⁹.
37. 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 opérations³⁰, 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 ;
 - **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.
38. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a également identifié un marché de l'approvisionnement en produits surgelés et en glaces et a envisagé, au sein de celui-ci, un marché spécifique de l'approvisionnement en glaces, crèmes glacées et sorbets³¹.

²⁹ Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.1684 du 25 janvier 2000, Carrefour/Promodès et du 3 juillet 2008, COMP/M.5112, Rewe Plus/Discount ; 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.

³⁰ Voir la décision 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 précitée ainsi que les arrêtés 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.

³¹ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°15-DCC-80 du 26 juin 2015 relative à la prise de contrôle par Pomona SA de huit adhérents du réseau Relais d'Or Miko et de la société Lux Frais.

39. Dans le cadre de la présente opération, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

2. Le marché géographique

40. S'agissant de la délimitation géographique des marchés de l'approvisionnement, les autorités de concurrence retiennent que, d'une manière générale, l'approche nationale des marchés semble être la plus appropriée compte tenu du fait que 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.
41. L'Autorité comme le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ont cependant eu l'occasion de nuancer cette approche en raison du caractère insulaire de la Nouvelle-Calédonie³³. En effet, ils rejoignent la position de l'Autorité de la concurrence métropolitaine s'agissant des territoires ultramarins³⁴, en soulignant le caractère très 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. Ils relèvent en effet qu'une partie importante de l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire provient de producteurs et de grossistes locaux.
42. En l'espèce le groupe GBH s'approvisionne principalement auprès de grossistes-importateurs et de producteurs locaux, à hauteur d'environ [>50] % de ses achats en produits alimentaires et non alimentaires. Les [< 50] % restants correspondent à la part des approvisionnements du groupe GBH hors de la Nouvelle-Calédonie, principalement via la filiale [confidentiel]³⁵.
43. Les marchés de l'approvisionnement, au cas présent, revêtent donc une dimension locale et internationale selon la catégorie de produits concernée. En tout état de cause, la délimitation géographique exacte des marchés concernés par l'opération peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle restant inchangées.

III. Analyse concurrentielle

-
44. Conformément aux critères mentionnés au premier alinéa de l'article Lp. 432-4 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.* ».

³² Voir la décision n°19-DEC-03 précitée, point 40.

³³ Voir notamment la décision de l'Autorité 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 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.

³⁴ 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.

³⁵ Voir la page 21 du dossier de notification.

A. Sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire

45. En l'espèce, la zone de chalandise concernée, correspondant au 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 déplacement en voiture à partir du futur commerce de détail « Casino Halles de Magenta ». Cette zone de chalandise restera quasiment identique à celle du supermarché « Casino Belle Vie », étant donné que la distance séparant les deux sites est de 600 mètres seulement.
46. Dans la zone de chalandise concernée, à l'issue de l'opération, la future entité restera confrontée à la concurrence de 27 surfaces commerciales à dominante alimentaire situées sur les communes de Nouméa, de Dumbéa et du Mont-Dore. Parmi ces surfaces commerciales, se trouvent 4 hypermarchés (Géant Sainte-Marie et Dumbéa-sur-Mer, Carrefour Dumbéa et Johnston) et 22 supermarchés, dont les futurs magasins exploités sous les enseignes « Korail Apogoti », « Korail Ducos » et « Carrefour Market Ducos ».
47. Dans la zone de 15 minutes autour du magasin cible, la concurrence s'exerce entre les magasins recensés dans le tableau ci-dessous, qui présente la répartition des parts de marché entre établissements, estimée au regard de leurs surfaces des ventes.

**Répartition des parts de marché exprimées en surface de ventes
dans la zone de chalandise du « Casino Halles de Magenta »**

Magasins	Groupe distributeur	Enseigne	Commune	Avant l'opération		Après l'opération	
				Surface m2	PDM	Surface m2	PDM
Géant Dumbéa-sur-Mer	GBH	Casino	Dumbéa	4 500	10,89%	4 500	10,90%
Géant Sainte-Marie	GBH	Casino	Nouméa	5 688	13,77%	5 688	13,78%
Casino Belle Vie / Halles de Magenta	GBH	Casino	Nouméa	1 030	2,49%	999	2,42%
Casino Port Plaisance	GBH	Casino	Nouméa	800	1,94%	800	1,94%
Leader Price Ducos	GBH	Leader Price	Nouméa	754	1,82%	754	1,83%
Leader Price Magenta	GBH	Leader Price	Nouméa	1 070	2,59%	1 070	2,59%
Vival Koutio	GBH	Vival	Dumbéa	400	0,97%	400	0,97%
	Total GBH			14 242	34,47%	14 211	34,42%
Korail Vallée des Colons	Réseau Korail	Korail	Nouméa	530	1,28%	530	1,28%
Korail Pont des Français	Réseau Korail	Korail	Mont-Dore	1 464	3,54%	1 464	3,55%
Korail Apogoti	Réseau Korail	Korail	Dumbéa	540	1,31%	540	1,31%
Korail Ducos	Réseau Korail	Korail	Nouméa	630	1,52%	630	1,53%
	Total Réseau Korail			3 164	7,66%	3 164	7,66%
Discount Magenta	Groupe Pentecost	Discount	Nouméa	495	1,20%	495	1,20%
Discount Trianon	Groupe Pentecost	Discount	Nouméa	495	1,20%	495	1,20%
	Total Groupe Pentecost			990	2,40%	990	2,40%
Johnston centre-ville	Johnston	Johnston	Nouméa	2 798	6,77%	2 798	6,78%
	Total Johnston			2 798	6,77%	2 798	6,78%
Hyper Carrefour	Kenu In	Carrefour	Dumbéa	6 544	15,84%	6 544	15,85%
Carrefour Market Ducos	Kenu In	Carrefour	Nouméa	1 318	3,19%	1 318	3,19%
Carrefour Market Magenta	Kenu In	Carrefour	Nouméa	1 592	3,85%	1 592	3,86%
Carrefour Market NGEA	Kenu In	Carrefour	Nouméa	1 006	2,43%	1 006	2,44%
Carrefour Market Robinson	Kenu In	Carrefour	Mont-Dore	1 029	2,49%	1 029	2,49%
Carrefour Market Orphelinat	Kenu In	Carrefour	Nouméa	1 000	2,42%	1 000	2,42%
Carrefour Express Alma	Kenu In	Casino	Nouméa	920	2,23%	920	2,23%
Carrefour Express Ducos	Kenu In	Carrefour	Nouméa	550	1,33%	550	1,33%
Carrefour Express Ouémo	Kenu In	Carrefour	Nouméa	259	0,63%	259	0,63%
	Total Kenu In			14 218	34,41%	14 218	34,44%
Auchan Michel Ange	M & Mme Gehin	Auchan	Nouméa	1 537	3,72%	1 537	3,72%
	Total M & Mme Gehin			1 537	3,72%	1 537	3,72%
Super U Kaméré	Mageco	Super U	Nouméa	1 928	4,67%	1 928	4,67%
Super U Mageco	Mageco	Super U	Nouméa	1 570	3,80%	1 570	3,80%
Super U Rivière Salée	Mageco	Super U	Nouméa	870	2,11%	870	2,11%
	Total Mageco			4 368	10,57%	4 368	10,58%
	Total			41 317	100,00%	41 286	100,00%

Source : ACNC

48. A l'issue de l'opération, dans un rayon de 15 minutes en voiture autour du magasin cible, la part de marché des enseignes « Casino », « Géant » et « Leader Price » exploités par le groupe GBH restera quasiment inchangée (voire très légèrement en baisse) : de l'ordre de 34,42 % (en surface de vente), contre 34,47 % avant l'opération.
49. L'opération ne conduira pas à l'augmentation de la part de marché du groupe GBH sur la zone de chalandise concernée et n'aura pas pour effet de renforcer son pouvoir de marché par rapport à la situation actuelle. Par ailleurs ses magasins resteront principalement confrontés à la concurrence du groupe Kenu In, qui détient 34,44 % de parts de marché dans la zone de chalandise considérée et celle des autres enseignes de distribution qui représentent ensemble environ 31 % de parts de marché.
50. Il résulte des éléments exposés ci-dessus que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire, dans la zone de chalandise concernée.

C. Sur les marchés amont de l'approvisionnement

51. En l'espèce, le groupe GBH n'est présent sur les marchés amont de l'approvisionnement en Nouvelle-Calédonie qu'en tant qu'acheteur, au travers de ses magasins à dominante alimentaire.
52. Comme précisé supra, le groupe GBH s'approvisionne principalement auprès de grossistes-importateurs et de producteurs locaux, à hauteur d'environ [> 50] % de ses achats en produits alimentaires et non alimentaires. Les [< 50] % restants correspondent à la part des approvisionnements du groupe GBH hors de la Nouvelle-Calédonie, principalement via la [Confidentiel].
53. Le tableau ci-après présente chacune des familles de produits achetées par le groupe GBH pour l'ensemble de ses magasins en Nouvelle-Calédonie, par origine d'approvisionnement (locale / nationale / internationale)³⁶ :

[Confidentiel]

Source : Dossier de notification

54. En ce qui concerne les marchés nationaux de l'approvisionnement réalisé en France métropolitaine, la partie notificante estime qu'elle détient une part de marché inférieure à [0-10] % des achats, sur chacun de ces segments. Par ailleurs, elle estime également qu'elle ne représente qu'une part très négligeable des ventes des produits MDD du groupe Casino³⁷.
55. En ce qui concerne les marchés locaux de l'approvisionnement, dont l'essentiel est réalisé dans deux catégories de produits, que sont les produits de grande consommation et les produits frais, la partie notificante 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 exacte³⁸.
56. En tout état de cause, l'Autorité considère que dans la mesure où l'opération notifiée consiste à déménager le supermarché « Casino Belle Vie » au sein d'une même zone de chalandise, sans

³⁶ Voir la page 21 du dossier de notification.

³⁷ Voir la page 21 du dossier de notification.

³⁸ Voir la page 22 du dossier de notification.

changement significatif de la surface de vente (qui sera très légèrement inférieure à ce qu'elle est aujourd'hui), celle-ci ne devrait pas avoir d'impact significatif sur le volume des achats réalisés par le groupe GBH pour les besoins de ce supermarché. L'opération n'aura donc pas pour effet de faire perdre de débouchés aux fournisseurs du groupe GBH ni d'accroître la part des achats du groupe GBH auprès de ceux-ci.

57. Il en résulte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement.

IV. Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence

58. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant à déménager le magasin « Casino Belle Vie » dans le nouveau complexe commercial « Les Halles de Magenta », situé à 600 mètres, en passant d'une surface de vente de 1030 m² à 999 m², n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence dans la zone de chalandise concernée.

Décide :

Article 1^{er} : L'opération notifiée sous le numéro 20-0003EC est autorisée.

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,



Aurélie Zoude-Le Berre