



**Autorité de la Concurrence**  
**de la Nouvelle-Calédonie**

**Décision n° 2023-DCC-07 du 15 novembre 2023**

**relative à la prise de contrôle exclusif par la SARL Héli de la SARL Michel Ange Tontouta, au changement d'enseigne du magasin d'une surface de 1090 m<sup>2</sup> à La Tontouta et à l'agrandissement de sa surface de vente**

L'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (le président statuant seul),

Vu le dossier de notification adressé complet à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (ci-après « l'Autorité ») le 23 octobre 2023 et enregistré sous le numéro 23/0027CC concernant le projet d'acquisition par la SARL Héli de 100 % des parts sociales de la SARL Michel Ange Tontouta, laquelle exploite un magasin d'une surface de 1 090 m<sup>2</sup> à La Tontouta, du changement d'enseigne de ce magasin au bénéfice de l'enseigne « Super U Tontouta » et à l'agrandissement de 200 m<sup>2</sup> de sa surface de vente ;

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 règlement intérieur de l'Autorité ;

Vu le rapport du service d'instruction en date du 9 novembre 2023, proposant d'autoriser la présente opération en application du deuxième alinéa du III de l'article Lp. 431-5 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

## Résumé

Par cette décision, l'Autorité autorise sans condition la prise de contrôle exclusif de la société SARL Michel Ange Tontouta par la SARL Héli, le changement d'enseigne du magasin ainsi que l'agrandissement de sa surface de vente.

La SARL Héli a pour activité l'exploitation de commerces de détail à dominante alimentaire.

La cible, la SARL Michel Ange Tontouta exploite un magasin à dominante alimentaire, auparavant rattaché à l'enseigne « Auchan ».

En l'espèce, l'opération consiste en l'acquisition par la SARL Héli de 100% des parts sociales de la SARL Michel Ange Tontouta qui exploite le magasin Supermarché Tontouta d'une superficie de 1090 m<sup>2</sup>. La reprise de ce magasin sera accompagnée d'un changement d'enseigne au bénéfice de l'enseigne « Super U Tontouta » ainsi que d'une extension de la surface de vente de 200 m<sup>2</sup>.

Concernant la délimitation des marchés pertinents, les parties sont simultanément présentes sur le marché aval de la distribution de détail à dominante alimentaire. Par conséquent, deux catégories de marchés doivent être délimitées dans ce secteur : d'une part, les marchés « aval » de dimension locale, qui met en présence les entreprises de commerce de détail et les consommateurs pour la vente des biens de consommation et, d'autre part, les marchés « amont » de l'approvisionnement mettant en relation les entreprises de commerce de détail et leurs fournisseurs.

L'Autorité a poursuivi son analyse concurrentielle en recherchant les éventuels risques d'atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire ainsi que sur les marchés amont de l'approvisionnement.

**S'agissant du marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire**, l'Autorité a démontré qu'à l'issue de l'opération, le futur magasin « Super U Tontouta » détiendrait 22% des parts de marché sur la zone « secondaire » contre 19% avant l'opération. De ce fait, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la structure de la concurrence sur ce marché.

**S'agissant des marchés amont de l'approvisionnement**, et compte tenu de la dimension territoriale des marchés et de la présence de nombreuses enseignes concurrentes sur le territoire qui disposent de parts de marché en aval bien supérieures au groupe Héli, il a été établi que l'opération n'était 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.

Dans ces conditions, l'opération notifiée a été autorisée sans condition.

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

## SOMMAIRE

<b>I. Présentation des entreprises concernées et contrôlabilité de l'opération.....</b>	<b>4</b>
<b>A- Présentation des parties à l'opération .....</b>	<b>4</b>
1. L'acquéreur : la SARL Héli .....	4
2. La cible : la SARL Michel Ange Tontouta .....	5
<b>B- Présentation de l'opération .....</b>	<b>5</b>
<b>C- Contrôlabilité de l'opération.....</b>	<b>5</b>
<b>II. Délimitation des marchés pertinents.....</b>	<b>6</b>
<b>A. Les marchés aval de la distribution à dominante alimentaire .....</b>	<b>7</b>
1. Le marché de produits.....	7
2. Le marché géographique .....	8
<b>B. Les marchés amont de l'approvisionnement .....</b>	<b>8</b>
1. Le marché de produits.....	8
2. Le marché géographique .....	9
<b>III. Analyse concurrentielle .....</b>	<b>10</b>
<b>A. Les marchés aval de la distribution au détail à dominante alimentaire .....</b>	<b>10</b>
<b>B. Les marchés amont de l'approvisionnement .....</b>	<b>11</b>
<b>IV. Conclusion.....</b>	<b>12</b>

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

---

## A- Présentation des parties à l'opération

### 1. L'acquéreur : la SARL Héli

1. La SARL Héli<sup>1</sup> a été créée en 1989 et est détenue à hauteur de 95 % par Monsieur M. H. et de 5 % par Monsieur A. H.<sup>2</sup>.
2. Elle détient des entreprises ayant pour activité l'exploitation de commerces de détail à dominante alimentaire, parmi lesquels figurent :
  - le magasin « Super U Mageco », d'une surface totale de vente de 1 570 m<sup>2</sup>, situé dans le quartier de Doniambo à Nouméa et exploité par la société Mageco SAS ;
  - le magasin « Super U Kaméré », d'une surface totale de vente de 1 928 m<sup>2</sup>, situé dans le quartier de Kaméré à Nouméa et exploité par la société Sodepac SARL ;
  - le magasin « Super U Rivière-Salée », d'une surface totale de vente de 1 100 m<sup>2</sup> situé dans le quartier de la rivière salée à Nouméa et exploité par la société Mageco Rivière-Salée SARL ;
  - le magasin « Super U Koumac », d'une surface totale de vente de 856 m<sup>2</sup> situé à Koumac et exploité par la société Koumadis SARL ;
  - la boucherie du « Super U Kaméré » exploitée par la société Ateliers Fraicheurs SARL<sup>3</sup>.
3. La société Héli détient également les sociétés suivantes :
  - la SARL Impordis qui exerce une activité de grossiste-importateur et approvisionne uniquement les magasins du groupe Héli, principalement en produits de la marque U ;
  - la SARL Héli Energies spécialisée dans la production d'électricité<sup>4</sup>.
4. L'ensemble des sociétés contrôlées par la société Héli (ci-après le « groupe Héli ») a réalisé un chiffre d'affaires de [>1,2] milliards de F. CFP en 2022 en Nouvelle-Calédonie<sup>5</sup>.
5. Outre ses participations au sein du groupe Héli, Monsieur M. H. détient des participations dans les sociétés suivantes :
  - la SC H2F, détenue à [>50]% par Monsieur M. H. et possédant en direct ou via des SCI les enceintes des supermarchés précités ;
  - la SCI MAN, détentrice de terrains à Koumac et Koné ;
  - la SC H2F, détenue par 10 % par Monsieur M. H.<sup>6</sup>.
6. En ce qui concerne Monsieur A. H., celui-ci possède [>50] % des parts de la SAS S.N.D.R.R exploitant un restaurant sous l'enseigne [*confidentiel*] à Nouméa<sup>7</sup>.

---

<sup>1</sup> La SARL Héli est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 224 899.

<sup>2</sup> Voir les pages 4 et 5 du dossier de notification (Annexe 1, Cotes 5-6).

<sup>3</sup> *Ibid.*, Cote 6.

<sup>4</sup> *Ibid.*, Cotes 5-6.

<sup>5</sup> *Ibid.*, Cote 5.

<sup>6</sup> *Ibid.*, Cote 6.

<sup>7</sup> *Ibid.*

## 2. La cible : la SARL Michel Ange Tontouta

7. La SARL Michel Ange Tontouta<sup>8</sup> exploite un magasin à dominante alimentaire d'une surface de 1 090 m<sup>2</sup> à La Tontouta (ci-après le magasin « Supermarché Tontouta »)<sup>9</sup>. Auparavant rattaché à l'enseigne « Auchan », le contrat liant la SARL Michel Ange Tontouta a pris fin en milieu d'année 2023 et le magasin opère actuellement sans enseigne<sup>10</sup>.
8. La SARL Michel Ange Tontouta est actuellement détenue à hauteur de 100% par Monsieur M. D.<sup>11</sup>.
9. La SARL Michel Ange Tontouta a généré un chiffre d'affaires de 971,2 millions de F. CFP au cours de l'exercice clos le 31 mars 2023<sup>12</sup>.

### *B- Présentation de l'opération*

10. Aux termes d'un acte notarié en date du 19 octobre 2023, il a été conclu un compromis de cessions de parts sociales et de créances détenues par Monsieur M. D., au sein de la SARL Michel Ange Tontouta, au profit de la SARL Héli. Ce compromis de vente prévoit que la cession soit réalisée au plus tard le 19 décembre 2023, en cas de réalisation des conditions suspensives stipulées dans l'acte<sup>13</sup>.
11. [Confidentiel]. La partie notifiante considère ainsi que « *Compte tenu de la situation financière et économique de la société, il est urgent de reprendre ce point de vente le plus rapidement possible* »<sup>14</sup>. Il en effet fait état d'un chiffre d'affaires décroissant depuis 2021<sup>15</sup> et d'un passif s'élevant à hauteur de [confidentiel] millions de F. CFP au 31 mars 2023<sup>16</sup>.
12. La SARL Héli prévoit également un changement d'enseigne du magasin cible au profit de l'enseigne « Super U Tontouta », mais sous réserve de la conclusion d'un accord définitif avec Système U<sup>17</sup>.
13. Enfin, la partie notifiante prévoit un agrandissement de la surface de vente du magasin afin de passer de 1 090 m<sup>2</sup> à 1 290 m<sup>2</sup>, agrandissement se faisant sur le local voisin « *Société Générale de Banque de la Nouvelle-Calédonie* ».

### *C- Contrôlabilité de l'opération*

14. L'opération projetée consiste en l'acquisition par la SARL Héli de 100 % des parts sociales de la SARL Michel Ange Tontouta qui exploite le magasin Supermarché Tontouta, d'une superficie de 1 090 m<sup>2</sup> et situé à La Tontouta.
15. Le I de l'article Lp. 431-1 du code de commerce dispose que :  
« I. Une opération de concentration est réalisée : [...]

---

<sup>8</sup> La SARL Michel Ange Tontouta est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 1 395 995 depuis le 1<sup>er</sup> juin 2018.

<sup>9</sup> Voir la décision n° 2020-DCC-15 du 28 décembre 2020 relative à la prise de contrôle exclusif par Monsieur Do de la SARL Michel Ange Tontouta, SARL Costaud's et la SCI Puay's.

<sup>10</sup> Voir la page 8 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 9).

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> Voir la page 20 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 21).

<sup>13</sup> Voir le compromis de cession de parts sociales (Annexe 8, Cotes 81-152).

<sup>14</sup> Voir la page 8 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 9).

<sup>15</sup> *Ibid.*, Cote 11.

<sup>16</sup> Voir le Rapport du commissaire aux comptes sur les comptes annuels de la SARL Michel Ange Tontouta pour l'exercice clos le 31 mars 2023 (Annexe 3, Cotes 47).

<sup>17</sup> Voir la page 8 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 9).

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. [...] ».*

16. En l'espèce, l'opération notifiée consiste en la prise de contrôle exclusif par la SARL Héli de la SARL Michel Ange Tontouta, laquelle exploite actuellement le magasin Supermarché Tontouta. La reprise de ce magasin sera accompagnée d'un changement d enseigne au bénéfice de l'enseigne « Super U Tontouta » ainsi que d'une extension de la surface de vente de 200 m<sup>2</sup>.
17. 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. »*
18. En l'espèce, comme vu *supra*, l'ensemble des sociétés du groupe Héli avait réalisé un chiffre d'affaires en Nouvelle-Calédonie de [ $>1,2$ ] milliards de F. CPF en 2022.
19. Par ailleurs, la SARL Michel Ange Tontouta, pour sa part, avait réalisé un chiffre d'affaires en Nouvelle-Calédonie de 971,2 millions de F. CPF en 2022.
20. 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. L'opération est donc soumise aux articles Lp. 431-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

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

21. 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.
22. 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.
23. 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.

24. 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).

## ***A. Les marchés aval de la distribution à dominante alimentaire***

### **1. Le marché de produits**

25. Les autorités de concurrence<sup>18</sup> 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 m<sup>2</sup>),
  - Les supermarchés (entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>),
  - Le commerce spécialisé,
  - Le petit commerce de détail ou supérettes (entre 120 et 400 m<sup>2</sup>),
  - Les maxidiscompteurs,
  - La vente par correspondance.
26. Toutefois, les seuils susvisés doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés aux configurations de chaque opération.
27. 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 détail<sup>19</sup>.
28. 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 catégories<sup>20</sup>.
29. 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 importante<sup>21</sup>.

---

<sup>18</sup> 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 m<sup>2</sup> sous l'enseigne « Leader Price » situé sur la commune de Koumac et 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 ; 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.

<sup>19</sup> Voir notamment les décisions de l'Autorité n° 2021-DEC-06 du 10 mai 2021 relative à l'extension de 90,8 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> de la surface de vente du commerce de détail sous enseigne « Korail Païta » situé sur la commune de Païta.

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> 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 m<sup>2</sup> à Anse Uaré, dans la zone de Ducos à Nouméa, par la société Ballande SAS.

30. En l'espèce, à l'issue de l'opération, le futur magasin « Super U Tontouta » disposera d'une surface de vente de 1 290 m<sup>2</sup>, ce qui correspond à la catégorie des supermarchés.

## **2. Le marché géographique**

31. Analysés du point de vue aval, et dans la mesure où ils mettent en relations 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.
32. 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. Ces dernières formes de commerce peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs, les discompteurs et les petits commerces de détail ou supérettes<sup>22</sup>.
33. 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 cibles<sup>23</sup>.
34. S'agissant du futur magasin « Super U Tontouta », l'Autorité, lors d'une opération précédente, avait retenu une zone de chalandise « primaire » établie sur la base d'un temps de parcours de 15 minutes en voiture autour du magasin cible et une zone de chalandise « secondaire » avec un temps de parcours de 25 minutes en voiture autour du magasin cible<sup>24</sup>.
35. En tout état de cause, la question de la délimitation géographique peut être laissée ouverte, l'analyse concurrentielle demeurant inchangée quelle que soit l'hypothèse retenue.

## ***B. Les marchés 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 ouverte<sup>25</sup>.

---

<sup>22</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2021-DEC-02 du 28 janvier 2021 relative à une extension de 79,67 m<sup>2</sup> de la surface de vente du supermarché à l'enseigne « Casino Port Plaisance » situé sur la commune de Nouméa, n° 2020-DEC-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 n° 2019-DEC-03 du 21 novembre 2019 relative à l'agrandissement de 1050 m<sup>2</sup> de la surface de vente du commerce de détail sous enseigne « Korail Païta » situé sur la commune de Païta.

<sup>23</sup> *Ibid.*

<sup>24</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DCC-15 du 28 décembre 2020 précitée.

<sup>25</sup> Voir en ce sens les décisions de l'Autorité n° 2020-DCC-14, 2020-DEC-09, et 2020-DEC-02 précitées ; 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

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 opérations<sup>26</sup>, 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. Dans le cadre de la présente opération, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

## 2. Le marché géographique

39. 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 fournisseurs<sup>27</sup>.
40. Toutefois, s'agissant des territoires ultramarins<sup>28</sup>, 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.
41. 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-Calédonie<sup>29</sup>.
42. En effet, en Nouvelle-Calédonie, une partie importante de l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire provient de producteurs et de grossistes locaux.

---

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.

<sup>26</sup> 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 m<sup>2</sup> situé dans la commune de Nouméa et la décision n° 2019-DEC-03 précitée ainsi que 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 m<sup>2</sup> situé à Auteuil, commune de Dumbéa.

<sup>27</sup> Voir la décision de l'Autorité n°19-DEC-03 précitée.

<sup>28</sup> 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.

<sup>29</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> sous enseigne « Korail » à Païta.

43. En l'espèce, le groupe Héli approvisionne ses magasins essentiellement auprès d'acteurs locaux (grossistes et producteurs) (prévus à hauteur de [ $>70$ ] % pour le futur magasin « Super U Tontouta ») ainsi qu'auprès de la centrale d'achat Système U pour ses magasins sous enseigne « U »<sup>30</sup>.
44. Par conséquent, les marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires, au cas présent, revêtent une dimension principalement locale.

### **III. Analyse concurrentielle**

---

45. 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.* ».
46. S'agissant de la présente opération, l'analyse concurrentielle doit ainsi permettre de déterminer les risques d'atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la distribution au détail à dominante alimentaire (A) ainsi que les marchés amont de l'approvisionnement (B).

#### **A. Les marchés aval de la distribution au détail à dominante alimentaire**

47. L'analyse concurrentielle de l'opération sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire a été opérée en tenant compte de l'offre des hypermarchés, maxidiscompteurs, supermarchés et formes de commerces équivalentes, dans la zone de chalandise concernée où se rencontrent la demande des consommateurs.
48. Que ce soit sur la zone de chalandise primaire de 15 minutes ou secondaire de 25 minutes, le futur magasin « Super U Tontouta » ne se situe pas dans les mêmes zones de chalandise que les magasins à dominante alimentaire exploités par la partie notifiante de sorte qu'il n'existe pas de chevauchement horizontal de ces enseignes sur les zones de chalandise concernées.
49. Par conséquent, bien que le futur magasin « Super U Tontouta » détienne 100 % des parts de marché sur la zone de chalandise primaire de 15 minutes, la structure concurrentielle du marché resterait inchangée à la suite de l'opération malgré le changement de propriétaire.
50. Le tableau ci-dessous présente les estimations de parts de marché (en superficie), suite à l'opération envisagée, dans une zone de chalandise de 25 minutes, intégrant les hypermarchés et supermarchés (d'une surface supérieure à 400 m<sup>2</sup>) actuellement en activité, ainsi que le futur magasin sous l'enseigne « Hyper U » à Païta autorisé par l'Autorité<sup>31</sup> et dont la mise en exploitation est prévue au premier semestre 2024<sup>32</sup>.
51. Répartition des parts de marché dans la zone de chalandise « secondaire » du magasin « Super U Tontouta » (25 minutes en voiture) :

---

<sup>30</sup> Voir la page 11 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 12).

<sup>31</sup> Voir la décision de l'Autorité 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 m<sup>2</sup> à Païta par la société Ballande SAS.

<sup>32</sup> Voir la page [Facebook du centre commercial Hyper U Païta](#).

25 min	Avant l'opération		Après l'opération	
Magasins	Surface m <sup>2</sup>	PDM	Surface m <sup>2</sup>	PDM
<b>Super U Tontouta</b>	<b>1090</b>	<b>16%</b>	<b>1290</b>	<b>18%</b>
Auchan Savannah	538	8%	538	8%
Hyper U Païta	3600	53%	3600	51%
Korail Païta	1600	23%	1600	23%
<b>Total</b>	<b>6828</b>	<b>100%</b>	<b>7028</b>	<b>100%</b>

*Source : Traitement de données ACNC<sup>33</sup>*

52. A l'issue de l'opération, le futur magasin « Super U Tontouta » détiendra ainsi 18 % des parts de marché sur la zone « secondaire » contre 16 % avant l'opération. Il continuera à faire face à la concurrence des magasins « Auchan Savannah » et « Korail Païta » et surtout celle du futur « Hyper U Païta » qui sera leader sur le marché.<sup>34</sup>
53. 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.

### ***B. Les marchés amont de l'approvisionnement***

54. 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 équivalente<sup>35</sup>.
55. 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 équivalente<sup>36</sup>.
56. Les autorités de concurrence considèrent qu'il existe un « seuil de menace » au-delà duquel la survie du fabricant est susceptible d'être mise en cause. En effet, dès lors que ce seuil est dépassé, la disparition de ce débouché peut, à plus ou moins brève échéance, placer le fournisseur dans une situation financière difficile, et, le cas échéant, le conduire à une faillite.
57. En l'espèce, comme vu *supra* le groupe Héli est présent en tant qu'acheteur pour l'approvisionnement de ses quatre magasins de détail à dominante alimentaire. Par ailleurs, comme vu *supra*, le groupe Héli prévoit que le futur magasin « Super U Tontouta » privilégiera un approvisionnement local, puisque la part des achats sera de 90 % auprès des fournisseurs locaux<sup>37</sup>.

<sup>33</sup> Tableau modifié par décision n°23-REM-05 du 23 novembre 2023 annexée à la présente

<sup>34</sup> Paragraphe modifié par décision n°23-REM-05 du 23 novembre, annexée à la présente

<sup>35</sup> Voir l'arrêt n° 2016-1811/GNC 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.

<sup>36</sup> *Ibid.*

<sup>37</sup> Voir la page 11 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 12).

58. 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 dans la mesure où le futur magasin « Super U Tontouta » ne représente qu'une partie infime du marché de l'approvisionnement<sup>38</sup>.
59. 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 Héli, 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.
60. 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**

---

61. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant en la prise de contrôle exclusif par la SARL Héli de la SARL Michel Ange Tontouta, laquelle exploite un magasin d'une surface de 1090 m<sup>2</sup> à La Tontouta, du changement d'enseigne de ce magasin au bénéfice de l'enseigne « Super U Tontouta » et à l'agrandissement de 200 m<sup>2</sup> de sa surface de vente n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence et peut être autorisée.

## **DECISION**

**Article 1er** : L'opération notifiée sous le numéro 23/0027CC est autorisée.

62. **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 de la concurrence de Nouvelle-Calédonie.

Le Président,



Stéphane Retterer

---

<sup>38</sup> *Ibid.*