

**Décision n° 2026-DEC-05 du 13 avril 2026**

**relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Agridis » d'une surface de 410 m<sup>2</sup> situé à Koumac**

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 le 27 janvier 2026 et enregistré sous le numéro 26-0008EC, relatif à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Agridis » d'une surface commerciale de 410 m<sup>2</sup> situé à Koumac ;

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 de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (ci-après 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 le Code de commerce 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 modifié concernant les modalités d'application et le contenu du dossier de notification d'une opération dans le secteur du commerce de détail ;

Vu la lettre d'engagements proposés par la partie notifiante en date du 24 mars 2026 et modifiés en dernier lieu le 31 mars 2026 ;

Vu le rapport d'instruction en date du 9 avril 2026 proposant d'autoriser l'opération sous réserve d'engagements en application du troisième alinéa du III de l'article Lp. 432-3 du Code de commerce ;

Vu les pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

## Résumé

Aux termes de la présente décision, l'Autorité autorise sous condition, la mise en exploitation d'un magasin d'une surface de 410 m<sup>2</sup> sous l'enseigne « Agridis » par la SARL Agridis à Koumac.

La société Agridis exerce principalement une activité de distribution de produits d'agrofourniture, d'élevage et de matériel agricole, au travers de deux magasins exploités sous l'enseigne « Agridis » à Tomo et à Bourail. Elle est détenue à 100 % par la SARL Vertical Group.

Le 27 janvier 2026, la société Agridis a transmis à l'Autorité un dossier de notification relatif à l'ouverture d'un magasin sous l'enseigne « Agridis » d'une surface de 410 m<sup>2</sup> à Koumac, destiné à distribuer principalement des produits d'agrofourniture, des clôtures, des aliments pour animaux, du petit matériel agricole, ainsi que des articles de jardinage, de bricolage et d'animalerie.

Pour vérifier les éventuels effets de l'opération envisagée sur la concurrence, l'Autorité a examiné, d'une part, les marchés aval de la distribution au détail de produits d'agrofourniture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole, ainsi que le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, de bricolage, d'aménagements extérieurs et d'animalerie, et, d'autre part, les marchés amont de l'approvisionnement. S'agissant des marchés géographiques, l'Autorité a retenu, pour les marchés aval concernés, deux zones de chalandise distinctes : une zone comprenant les communes de Koumac et de Kaala-Gomen, et une seconde zone dite du « Grand Nord », comprenant les communes de Koumac, Poum, Pouébo, Ouégoa, Bélep et Kaala-Gomen. Les marchés amont de l'approvisionnement ont, pour leur part, été analysés comme étant de dimension internationale.

S'agissant des marchés aval de la distribution au détail de produits d'agrofourniture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole, l'analyse concurrentielle a permis de constater que l'opération conduirait à la formation d'un duopole entre la société Agridis et l'enseigne « Agri Nord » dans chacune des deux zones de chalandise retenues : la société Agridis détiendrait alors une part de marché supérieure à 50 %. L'Autorité a considéré que, malgré les effets potentiellement pro-concurrentiels liés à l'arrivée d'un nouvel opérateur à Koumac, **l'opération comportait un risque d'effets horizontaux, tenant à l'importance de la part de marché de la partie notifiante et au très faible nombre d'opérateurs susceptibles de la concurrencer.**

En revanche, s'agissant du marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, de bricolage, d'aménagements extérieurs et d'animalerie, il ressort de l'analyse du service d'instruction la présence de plusieurs acteurs dans les zones de chalandise concernées, de sorte que l'opération n'est pas apparue de nature à porter atteinte à la concurrence sur ce marché.

De même, s'agissant des marchés amont de l'approvisionnement, l'Autorité a relevé que les achats de la société Agridis s'inscrivaient dans un cadre international au sein duquel sa part demeurerait marginale, de telle sorte que l'opération n'était pas de nature à créer ou renforcer une puissance d'achat significative.

Enfin, **les effets verticaux ont pu être écartés, la société Agridis ne réalisant qu'une activité marginale de fourniture auprès d'autres entreprises actives dans les mêmes secteurs.**

Afin de remédier aux préoccupations de concurrence identifiées, la partie notifiante a proposé plusieurs engagements comportementaux.

La société Agridis s'engage ainsi, pendant une durée de cinq ans, à ne pas pratiquer dans le magasin de Koumac des prix de vente aux consommateurs supérieurs à ceux pratiqués dans ses magasins de Tomo et de Bourail. Elle s'engage également à publier, chaque semestre pendant trois ans, une communication sur sa page Facebook indiquant que les prix pratiqués dans le magasin de Koumac sont similaires à ceux appliqués à Tomo et Bourail.

La société Agridis s'engage en outre, pour une durée de cinq ans, à ne pas réaliser d'actes visant à dissuader l'implantation de nouveaux concurrents sur les marchés concernés, tels que des recours ou saisines à des fins dilatoires, des campagnes de dénigrement ou tout autre comportement constitutif d'une barrière à l'entrée.

Ces engagements, clairs, précis et ne soulevant pas de doute quant à la vérification de leur mise en œuvre ont été acceptés par l'Autorité.

Enfin, la partie notifiante a également proposé un engagement relatif au maintien de sa politique tarifaire sur le marché amont de l'approvisionnement, lequel ne soulève pas de difficulté au regard de l'analyse concurrentielle.

L'Autorité a, en conséquence, autorisé l'opération sous réserve du respect de ces engagements.

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

# Sommaire

<b>I.</b>	<b>Présentation de l'entreprise concernée et contrôlabilité de l'opération</b>	<b>4</b>
A.	Présentation de l'exploitant.....	4
B.	Présentation de l'opération .....	4
C.	Contrôlabilité de l'opération .....	5
<b>II.</b>	<b>Délimitation des marchés pertinents .....</b>	<b>5</b>
A.	Les marchés aval de la distribution au détail de produits d'agrofourriture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole .....	6
1.	Les marchés de produits .....	6
2.	Le marché géographique .....	8
B.	Le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie.....	9
1.	Le marché de produits .....	9
2.	Le marché géographique .....	10
C.	Les marchés amont de l'approvisionnement .....	11
1.	Le marché de produits.....	11
2.	Le marché géographique .....	12
<b>III.</b>	<b>Analyse concurrentielle .....</b>	<b>12</b>
A.	Sur les effets horizontaux.....	12
1.	Sur les marchés aval de la distribution au détail de produits d'agrofourriture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole.....	12
2.	Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie .....	13
3.	Sur le marché amont de l'approvisionnement .....	14
B.	Sur les effets verticaux de l'opération .....	14
<b>IV.</b>	<b>Les engagements proposés.....</b>	<b>15</b>
A.	Les principes d'appréciation des engagements .....	15
B.	Les engagements proposés par la partie notifiante et leur appréciation.....	16
1.	Les engagements proposés .....	16
2.	La mise en œuvre des engagements proposés .....	17
3.	L'appréciation des engagements proposés .....	17
<b>V.</b>	<b>Conclusion.....</b>	<b>18</b>
<b>DÉCISION.....</b>		<b>19</b>

# I. Présentation de l'entreprise concernée et contrôlabilité de l'opération

---

## A. Présentation de l'exploitant

1. Le futur magasin sous l'enseigne « Agridis », situé à Koumac, sera exploité par la SARL Agridis<sup>1</sup>.
2. La société Agridis exerce actuellement son activité principale dans la distribution de produits d'agrofourniture, d'élevage et de matériel agricole, incluant notamment la vente de semences, d'engrais, de clôtures, d'aliments pour animaux, de matériel d'élevage, de tracteurs..., *via* deux surfaces de vente sous l'enseigne « Agridis » :
  - la première, en activité depuis 2013, est située Lot 117, Section Ouinane, à Tomo, Boulouparis, et présente une surface de vente de 450 m<sup>2</sup> ;
  - la seconde, en activité depuis 2015, est située Trou aux perruches RT1, à Bourail, et présente une surface de vente de 320 m<sup>2</sup>.
3. Les produits distribués par la société Agridis sont principalement destinés à une clientèle composée d'agriculteurs et d'éleveurs. Cependant, la société réalise également, à titre accessoire, des ventes auprès d'autres entreprises actives dans la distribution de produits d'agrofourniture.
4. La société Agridis est détenue à 100 % par la SARL Vertical Group, elle-même détenue à [ $> 50$ ] % par Monsieur [C.V.], à [ $< 50$ ] % par Monsieur [B.R.] et à [ $< 50$ ] % par Monsieur [D.U.].
5. [confidentiel]
6. En Nouvelle-Calédonie, la société Agridis a réalisé un chiffre d'affaires de [ $> 600$  millions F. CFP] lors de son dernier exercice clos le 30 juin 2025<sup>2</sup>.

## B. Présentation de l'opération

7. L'opération notifiée consiste en la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Agridis », d'une surface commerciale de 410 m<sup>2</sup>, situé rue Georges Baudoux à Koumac (ci-après le magasin « Agridis Koumac »).
8. Le magasin Agridis Koumac aura pour activité principale la vente aux professionnels et aux particuliers de produits d'agrofourniture, de clôtures, d'aliments pour animaux, de petit matériel agricole ainsi que des articles de jardinage, de bricolage et d'animalerie.
9. Les locaux concernés présentent une surface totale de 839 m<sup>2</sup>, comprenant un parking d'environ 400 m<sup>2</sup> et une surface de vente de 410 m<sup>2</sup>.
10. La société Agridis indique que le magasin Agridis Koumac sera approvisionné [confidentiel]<sup>3</sup>.
11. Selon la partie notifiante, l'ouverture d'un magasin d'agrofourniture à Koumac vise à répondre aux besoins des agriculteurs et éleveurs situés dans l'extrême Nord de la province Nord, lesquels doivent actuellement s'approvisionner auprès de commerces très éloignés. La société Agridis indique que ces contraintes d'acheminement entraîneraient des coûts logistiques importants pour

---

<sup>1</sup> La société Agridis est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 728 725 depuis le 9 juin 2004.

<sup>2</sup> Voir la page 4 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 5).

<sup>3</sup> Voir la page 5 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 6).

les exploitants agricoles de la zone, coûts que l'ouverture du magasin Agridis Koumac permettrait de réduire<sup>4</sup>.

12. La mise en exploitation du magasin Agridis Koumac devrait générer deux emplois<sup>5</sup>.

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

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

*« II. Par dérogation aux dispositions du I, toute opération dans le secteur du commerce de détail doit être notifiée, quelle que soit la surface de vente concernée, lorsque l'exploitant ou le futur exploitant dispose, à l'issue de l'opération, d'une part de marché égale ou supérieure à 25 % dans la zone de chalandise concernée et un chiffre d'affaire supérieur à 600 000 000 F.CFP. »*

14. En l'espèce, la société Agridis disposera d'une part de marché supérieure à 25 % dans la zone de chalandise concernée à l'issue de l'opération, comme il sera développé *infra*, et elle a réalisé un chiffre d'affaires de [ $>$  600 millions de F. CFP] en Nouvelle-Calédonie au 30 juin 2025.
15. Dans ces conditions, la présente opération est contrôlable sur le fondement du II de l'article Lp. 432-1 du Code de commerce et est soumise au régime d'autorisation préalable de l'article Lp. 432-2 du même code.

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

16. 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.
17. En matière de distribution, les autorités de concurrence retiennent généralement deux catégories de marchés : ceux qui mettent en présence les entreprises du commerce de détail et les consommateurs pour la vente des biens (les marchés aval) et ceux de l'approvisionnement de ces mêmes biens (les marchés amont). Ces deux catégories de marchés correspondent au champ d'application du test de concurrence défini à l'article Lp. 432-4 du Code de commerce qui, calqué sur celui du contrôle des concentrations, implique une double analyse du marché de la distribution<sup>6</sup>.
18. La délimitation du marché pertinent 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 d'éléments tels que les coûts de transport, la distance ou le temps de parcours des acheteurs, les contraintes légales et réglementaires ou encore les préférences des clients sont autant d'indices permettant de circonscrire le marché<sup>7</sup>.

---

<sup>4</sup> *Ibid.*

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

<sup>6</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2025-DEC-02 du 2 octobre 2025 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Centrakor » d'une surface de 1 652 m<sup>2</sup> dans le quartier de Motor Pool à Nouméa, n° 2023-DEC-04 du 1<sup>er</sup> mars 2023 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1 200 m<sup>2</sup> à Koné, n° 2020-DEC-07 du 6 août 2020 relative au déménagement et à la réduction de la surface de vente d'un commerce de détail sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher » sur la commune de Nouméa, n° 2018-DEC-03 du 18 mai 2018 relative à l'ouverture d'un commerce de détail d'une surface de vente de 1 321 m<sup>2</sup> sous l'enseigne « House » au centre commercial « Les Jardins d'Apogoti » sur la commune de Dumbéa.

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

19. En l'espèce, le futur magasin Agridis Koumac sera principalement actif dans le secteur de la distribution de produits d'agrofourniture (semences, engrais, clôtures), de petit matériel agricole, d'aliments pour animaux, mais également dans celui de la distribution de produits de bricolage, d'animalerie, et de jardinage<sup>8</sup>.
20. Par conséquent, conformément à la pratique décisionnelle des autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine, l'opération sera analysée sur les marchés aval de la distribution au détail de produits d'agrofourniture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole (A), de la distribution au détail de produits de jardinage, de bricolage, d'aménagements extérieurs et d'animalerie (B), ainsi que les marchés amont de l'approvisionnement (C)<sup>9</sup>.

## ***A. Les marchés aval de la distribution au détail de produits d'agrofourniture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole***

### **1. Les marchés de produits**

21. En l'espèce, le magasin Agridis Koumac distribuera notamment des produits d'agrofourniture (semences, engrais, clôtures), des aliments pour animaux et du petit matériel agricole, principalement auprès d'une clientèle composée d'agriculteurs et d'éleveurs.

#### ***a. Les marchés de la distribution au détail de produits d'agrofourniture***

22. L'Autorité de la concurrence métropolitaine distingue notamment les produits d'agrofourniture destinés à la culture de terres de ceux destinés à l'élevage<sup>10</sup>.
23. En matière d'agrofourniture destinée à la culture de terres, la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence métropolitaine distingue les segments de la distribution de semences, de la distribution d'engrais, de la distribution de produits phytosanitaires, de la distribution d'autres matériels agricoles, voire de la distribution d'amendements, tout en soulignant l'existence d'une forte substituabilité du côté de l'offre dans la mesure où la très grande majorité des distributeurs propose aux agriculteurs ces différentes catégories de produits. S'agissant plus spécifiquement de la distribution de semences, il a été envisagé l'existence d'un sous-segment constitué des semences destinées à l'agriculture biologique<sup>11</sup>.
24. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a également considéré que les clôtures pour l'élevage pouvaient constituer un segment du marché de l'agrofourniture destinée à l'élevage, généralement analysé de manière globale avec les autres équipements d'élevage (abreuvoirs, auges, etc.)<sup>12</sup>.

---

<sup>8</sup> Voir la page 13 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 14).

<sup>9</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-12 du 20 décembre 2021 relative à l'extension de 230 m<sup>2</sup> du magasin sous l'enseigne « Cheval Distribution » à Nouméa ; voir également les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 22-DCC-167 du 31 août 2022 relative à la prise de contrôle conjoint de neuf magasins Jardiland par les groupes Advitam, InVivo et EMC2, et n° 15-DCC-34 du 23 mars 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de la SICA SA Vegam et d'un fonds de commerce de jardinerie par la coopérative agricole Agrial.

<sup>10</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 26-DCC-10 du 15 janvier 2026 relative à la fusion des coopératives agricoles Terres du Sud et Vivadour, n° 24-DCC-127 du 14 juin 2024 relative à la fusion entre les coopératives agricoles Unicor et Capel, n° 17-DCC-210 du 13 décembre 2017 relative à la fusion par absorption de la société Coopérative des Agriculteurs de la Mayenne par la coopérative agricole Terrena.

<sup>11</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 13-DCC-170 du 20 novembre 2013 relative à la fusion-absorption des sociétés coopératives agricoles Epis-Centre, Epis-Sem et Agralys par l'Union de Coopératives Agricoles Axereal.

<sup>12</sup> *Ibid.*

25. L'Autorité, pour sa part, a retenu un marché aval de l'agrofourmiture, et plus spécifiquement de la distribution au détail de semences, sans procéder à une sous-segmentation plus fine et en laissant ouverte la question de sa délimitation exacte<sup>13</sup>.
26. En ce qui concerne la distribution au détail de clôtures, l'Autorité a envisagé l'existence d'un segment distinct de la distribution de grillage pour animaux, tout en laissant ouverte la définition précise de ce marché<sup>14</sup>.
27. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

***b. Les marchés de la distribution au détail d'aliments pour animaux domestiques et d'élevage***

28. En matière d'alimentation animale, l'Autorité de la concurrence métropolitaine opère une distinction entre l'alimentation destinée aux animaux d'élevage et celle destinée aux animaux domestiques<sup>15</sup>.
29. Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a considéré cette segmentation comme étant pertinente s'agissant du marché calédonien, compte tenu de la distinction établie par les nomenclatures douanières locales qui identifient non seulement des marchés identiques, mais aussi une segmentation plus fine en fonction de chaque espèce animale à laquelle la nourriture est destinée (par exemple les chiens, les chats, les oiseaux, les basses-cours, les chevaux, *etc.*). Toutefois, la question d'une éventuelle segmentation du marché de la commercialisation d'aliments pour animaux en fonction de l'espèce animale a été laissée ouverte<sup>16</sup>.
30. L'Autorité a, pour sa part, également opéré une distinction entre le marché de la distribution d'aliments destinés aux animaux d'élevage et celui de la distribution d'aliments destinés aux animaux domestiques<sup>17</sup>.
31. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

***c. Les marchés de la distribution au détail de matériel agricole***

32. La pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence métropolitaine a estimé que ce secteur devait être segmenté en autant de marchés qu'il existe de familles de produits. Elle a ainsi envisagé l'existence de marchés de la distribution de tracteurs, de moissonneuses-batteuses, de presses ou encore de chargeurs télescopiques<sup>18</sup>. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a également considéré la segmentation des marchés de la distribution au détail de matériel agricole entre : (i) le matériel agricole lourd constitué de machines agricoles (tracteurs, moissonneuses-batteuses, *etc.*) et d'équipements d'accompagnement (remorques, épandeuses, presses, pulvérisateurs, *etc.*), et (ii) le matériel léger constitué de pièces de rechange et consommables ainsi que de divers outils d'équipement (vêtements de protection, outils d'atelier)<sup>19</sup>.

---

<sup>13</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DCC-04 du 2 mars 2020 relative à la création d'une entreprise commune entre les sociétés Agridis SARL et Agricenter SARL.

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 10-DCC-34 du 22 avril 2010 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Arrivé Nutrition Animale, Arrivé Division Petfood, Arrivé Bellanné et Cap Elevage par la Coopérative Interdépartementale des Aviculteurs du Bocage et n° 17-DCC-210 précitée.

<sup>16</sup> Voir l'arrêté du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie n° 2016-419/GNC du 9 mars 2016 relatif à la demande d'ouverture d'un commerce de détail d'une surface de 664 m<sup>2</sup> situé sur la commune de Koné, par la SARL Cheval Distribution.

<sup>17</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DCC-04 précitée.

<sup>18</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 15-DCC-110 du 25 août 2015 relative à la prise de contrôle exclusive de la société Terrea par la société Agri Team.

<sup>19</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 24-DCC-127 précitée.

33. L'Autorité a déjà examiné les marchés suivants au sein du secteur du matériel agricole : (i) les tracteurs, (ii) les machines et accessoires agricoles, (iii) les pièces détachées pour le matériel agricole, et (iv) les machines pour l'élevage et le petit matériel agricole<sup>20</sup>.
34. En l'espèce, il est prévu que le magasin Agridis Koumac propose également du « petit matériel agricole » tel que des petits tracteurs, des tondeuses, *etc*<sup>21</sup>.
35. Cependant, la société Agridis estime qu'il n'est pas pertinent de segmenter le secteur du matériel agricole en familles de produits dans la mesure où le marché calédonien de la distribution au détail de matériel agricole n'est pas dimensionné pour retenir autant de segments. La société Agridis soutient donc qu'il convient de retenir un marché global de la distribution au détail de matériel agricole<sup>22</sup>.
36. Toutefois, le test de marché réalisé dans le cadre de l'instruction confirme qu'il est pertinent de retenir un marché distinct du petit matériel agricole<sup>23</sup> dans la mesure où, notamment, « [d]ans la réalité économique du Nord, un petit tracteur, une tondeuse autoportée, certains équipements motorisés, le matériel léger d'entretien, ainsi que certains accessoires, ne répondent pas aux mêmes attentes, ni aux mêmes niveaux de prix, ni aux mêmes besoins de service qu'un matériel agricole plus lourd ou plus spécialisé »<sup>24</sup>.
37. Par conséquent, l'analyse concurrentielle s'effectuera sur le marché du petit matériel agricole. En tout état de cause, la question de la segmentation précise du marché peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.

## 2. Le marché géographique

38. S'agissant de la dimension géographique des marchés concernés, la pratique décisionnelle retient des périmètres variables selon les catégories de produits.
39. En matière d'agrofourriture destinée à la culture de terres, incluant notamment la distribution de semences et d'engrais, la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence métropolitaine retient généralement une dimension locale, l'analyse étant conduite au niveau départemental<sup>25</sup>.
40. Concernant la distribution de clôtures destinées à l'élevage, une dimension également départementale a été envisagée<sup>26</sup>.
41. S'agissant de la distribution d'aliments pour animaux d'élevage, l'Autorité de la concurrence métropolitaine a envisagé une dimension régionale, au sens des anciennes régions administratives<sup>27</sup>.
42. Enfin, pour la distribution de matériel agricole, la pratique décisionnelle européenne considère en principe qu'il s'agit de marchés de dimension nationale, en raison de l'organisation des réseaux de distribution à cette échelle<sup>28</sup>. Toutefois, la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence métropolitaine admet qu'une dimension locale puisse être pertinente, les utilisateurs

---

<sup>20</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DCC-04 précitée.

<sup>21</sup> Voir la page 16 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 17).

<sup>22</sup> Voir la page 10 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 11).

<sup>23</sup> Voir les réponses au test de marché (Annexes 6-9, Cotes 76-115).

<sup>24</sup> *Ibid.* (Annexe 6, Cote 81).

<sup>25</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 24-DCC-127 précitée.

<sup>26</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 13-DCC-170 précitée.

<sup>27</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 20-DCC-82 du 30 juin 2020 relative à la fusion entre les coopératives agricoles Coopérative Dauphinoise et Terre d'Alliances.

<sup>28</sup> Voir les décisions de la Commission européenne COMP/M.1571, *New Holland/Case*, du 28 octobre 1999 et COMP/M.3287, *Agco/Valtra*, du 12 décembre 2003.

finaux recherchant une forte proximité avec les distributeurs, notamment pour l'entretien et la réparation des équipements<sup>29</sup>.

43. L'Autorité a, pour sa part, considéré que les marchés de l'agrofourmiture, de la distribution d'aliments pour animaux et de la distribution de matériel agricole présentent une dimension couvrant l'ensemble du territoire de la Nouvelle-Calédonie, les opérateurs concernés desservant une clientèle répartie sur celui-ci<sup>30</sup>.
44. En l'espèce, la partie notifiante estime également que la dimension géographique pertinente de ces marchés est celle du territoire de la Nouvelle-Calédonie, tout en proposant, à titre subsidiaire, une délimitation alternative à l'échelle de la province Nord<sup>31</sup>.
45. Cependant, il ressort du test de marché mené au cours de l'instruction que les répondants identifient deux zones de chalandise pertinentes : une première zone englobant les communes de Koumac et de Kaala-Gomen, d'une part, et une seconde zone dite du « Grand Nord », comprenant les communes de Koumac, Poum, Pouébo, Ouegoa, Bélep et Kaala-Gomen, d'autre part<sup>32</sup>.
46. Par conséquent, l'analyse de l'impact concurrentiel de l'opération en cause s'effectuera selon deux zones distinctes : l'une comprenant les communes de Koumac et de Kaala-Gomen, et l'autre correspondant à la zone dite du « Grand Nord ».

## ***B. Le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie***

### **1. Le marché de produits**

47. La pratique décisionnelle métropolitaine retient l'existence d'un marché de la distribution grand public de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie, sur lequel sont présents les libres-services agricoles (LISA), les jardineries, les grandes surfaces de bricolage (GSB) et les grandes surfaces alimentaires (GSA) qui disposent d'un espace « jardinerie »<sup>33</sup>.
48. L'Autorité, ainsi que le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, ont considéré que les GSA situées dans la zone du Grand Nouméa ne disposaient pas d'un espace jardinerie et d'alimentation pour animaux présentant une largeur et une profondeur de gamme suffisantes pour exercer une contrainte concurrentielle sur ce marché. En conséquence, seuls sont pris en compte les points de vente offrant une gamme d'articles de jardinage, de bricolage, d'animalerie et d'aménagement extérieur suffisamment étendue, à savoir les jardineries, les GSB disposant d'une surface de vente d'au moins 600 m<sup>2</sup>, ainsi que les LISA<sup>34</sup>.

---

<sup>29</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 24-DCC-127 précitée.

<sup>30</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DCC-04 précitée.

<sup>31</sup> Voir la page 10 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 11).

<sup>32</sup> Voir les réponses au test de marché (Annexes 6-9, Cotes 76-115).

<sup>33</sup> Voir les lettres du ministre de l'économie, des finances et de l'emploi n° C2007-129 du 21 janvier 2008 aux conseillers juridiques de la société Terrena relative à une concentration dans le secteur de la distribution de produits pour le jardinage, le bricolage et pour l'agriculture, C2008-29 du 4 juin 2008 aux conseils de la société coopérative Agrial et de la société coopérative Union Set, relative à une concentration dans le secteur des coopératives agricoles, et C2008-94 du 2 janvier 2009 aux conseils de la société Axérial, relative à une concentration dans le secteur des céréales et des oléo protéagineux ; voir également les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-139 et n° 20-DCC-82 précitées.

<sup>34</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2026-DEC-01 du 13 janvier 2026 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Jardiland » d'une surface commerciale de 1 517 m<sup>2</sup> situé dans le quartier de Motor Pool à Nouméa, et n° 2021-DEC-12 précitée ; voir également l'arrêté du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie n° 2018-1111/GNC du 22 mai 2018 relatif à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Cheval Distribution ».

49. En l'espèce, il est prévu que le magasin Agridis Koumac intervienne sur l'ensemble de ces familles de produits.
50. Par ailleurs, il ressort du test de marché que les répondants se sont déclarés favorables à cette définition du marché de produits<sup>35</sup>.
51. En tout état de cause, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

## **2. Le marché géographique**

52. Dans le secteur de la distribution de détail par le biais de magasins physiques, la concurrence s'exerce, du point de vue du consommateur, principalement au niveau local, sur des marchés dont la dimension varie en fonction du type de produits concernés et de l'attractivité des magasins.
53. S'agissant de la distribution d'articles de jardinage, de bricolage, d'animalerie et d'aménagement extérieur, l'Autorité de la concurrence métropolitaine considère que les consommateurs sont prêts à réaliser un trajet en voiture d'une durée de 20 minutes pour atteindre un magasin et comparer les produits et les prix d'une enseigne à l'autre<sup>36</sup>.
54. L'Autorité et le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ont également retenu une zone de chalandise de 20 minutes autour d'un futur magasin cible<sup>37</sup>.
55. Toutefois, l'étendue de la zone de chalandise doit également être appréciée au regard des caractéristiques propres du territoire concerné, notamment la densité commerciale, la localisation des points de vente concurrents et les habitudes de déplacement de la clientèle<sup>38</sup>.
56. En l'espèce, le magasin Agridis Koumac sera situé dans la commune de Koumac, au sein de la province Nord, caractérisée par une faible densité commerciale et des distances importantes entre les principaux points de vente.
57. Les répondants au test de marché considèrent que la zone de chalandise pertinente ne peut être définie uniquement en fonction d'un temps de trajet en voiture, dans la mesure où la commune de Koumac constitue un pôle commercial structurant pour le « Grand Nord », situé à l'interface entre la côte Ouest et la côte Est du territoire<sup>39</sup>.
58. Selon les réponses recueillies, les exploitants agricoles et les particuliers de cette zone se rendent fréquemment à Koumac pour s'approvisionner en matériel agricole, en agrofourniture ou en produits de jardinage, en raison de l'absence d'offre spécialisée dans certaines communes environnantes. Cette situation s'explique également par le faible nombre et la dispersion géographique des exploitants, qui sont ainsi amenés à parcourir des distances importantes pour accéder à ces produits<sup>40</sup>.
59. Dans ces conditions, l'analyse de l'impact concurrentiel de l'opération sur les marchés en cause s'effectuera selon deux zones distinctes : l'une comprenant les communes de Koumac et de Kaala-Gomen, et l'autre correspondant à la zone dite du « Grand Nord ».

---

<sup>35</sup> Voir les réponses au test de marché (Annexes 6-9, Cotes 76-115).

<sup>36</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-139 et n° 20-DCC-82 précitées.

<sup>37</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-12 et l'arrêté du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie n° 2018-1111/GNC précités.

<sup>38</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2022-DEC-07 du 7 octobre 2022 relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Gifi » d'une surface de 796 m<sup>2</sup> situé dans le centre commercial Pwa-Yaya à Koumac.

<sup>39</sup> Voir les réponses au test de marché (Annexes 8, Cote 101).

<sup>40</sup> Voir les réponses au test de marché (Annexes 6-9, Cotes 76-115).

## C. Les marchés amont de l'approvisionnement

### 1. Le marché de produits

60. En matière d'approvisionnement en produits non-alimentaires des distributeurs, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence calédonienne, métropolitaine et européenne considère que les producteurs ne peuvent pas se convertir facilement à la fabrication d'autres produits que les leurs. Elles distinguent ainsi autant de marchés qu'il existe de familles de produits<sup>41</sup>.
61. Ainsi, les familles de produits suivantes ont pu être distinguées : (i) ameublement, (ii) linge de maison, (iii) vêtements pour femmes, (iv) vêtements pour hommes, (v) vêtements pour enfants, (vi) sous-vêtements, (vii) chaussures, (viii) produits de cuir, (ix) textiles de sport, (x) chaussures de sport, (xi) petits appareils électriques, (xii) gros appareils électriques, (xiii) électronique, (xiv) produits de décoration et de jardinage, (xv) éclairage, (xvi) jouets, (xvii) bagagerie et (xviii) arts de la table, sans pour autant que cette liste soit exhaustive<sup>42</sup>.
62. Par ailleurs, l'Autorité de la concurrence métropolitaine a envisagé une segmentation additionnelle du marché de l'approvisionnement d'articles de jardin, entre les produits végétaux et les autres articles de jardin manufacturés. Elle a aussi estimé que certains marchés de l'approvisionnement pouvaient être définis selon les canaux de distribution, l'approvisionnement de la distribution spécialisée pouvant constituer un marché distinct. Cette distribution spécialisée de végétaux regroupe les jardineries, les LISA, les fleuristes et les grossistes spécialisés. Les autres débouchés des producteurs de végétaux comprennent la vente directe aux particuliers, aux collectivités locales, aux entreprises du paysage, aux GSA et aux GSB<sup>43</sup>.
63. S'agissant du matériel agricole, la pratique décisionnelle<sup>44</sup> a envisagé de segmenter les marchés amont de l'approvisionnement en matériel agricole par familles de produits, telles que notamment les tracteurs, moissonneuses-batteuses, ensileuses, presses, consommables en libre-service ; les équipements d'atelier (outillage divers) ; les vêtements de protection ; les lubrifiants ; les pneumatiques ; les pièces pour attelage et remorques ; les batteries ; les pièces pour tracteur ; les pièces et consommables pour éleveurs ; les outils de travail du sol ; les outils de semis et de pulvérisation ; les outils de broyage et fenaison ; les pièces liées à la transmission ; les courroies, chaînes et roulements ; les pièces liées à l'hydraulique ; les pièces et outils liés à l'arrosage et aux espaces verts.
64. Dans le cadre de la présente opération, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

---

<sup>41</sup> Voir en ce sens les décisions 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, 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 et n° 2021-DEC-04 du 20 avril 2021 relative à une extension de 175 m<sup>2</sup> de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « As de Trèfle » situé au Quartier Latin à Nouméa ; voir également 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 et n° 15-DCC-101 du 30 juillet 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de GrosBill SA par Mutares ainsi que les décisions de la Commission européenne COMP/M.070, *Otto/Gratta*, du 21 mars 1991, et les décisions de la Commission européenne COMP/M.080, *La Redoute/Empire*, du 25 avril 1991 et COMP/M.5721, *Otto/Primondo Assets*, du 16 février 2010.

<sup>42</sup> *Ibid.*

<sup>43</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 18-DCC-148 du 24 août 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Jardiland par la société InVivo Retail et n° 22-DCC-167 précitée.

<sup>44</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 24-DCC-127 précitée.

## 2. Le marché géographique

65. Selon la pratique décisionnelle des autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine, les marchés de l’approvisionnement en produits non-alimentaires sont de dimension au moins nationale, voire mondiale<sup>45</sup>.
66. En l’espèce, la partie notifiante estime que les marchés concernés revêtent une dimension internationale « *dans la mesure où les produits sont acquis auprès de fournisseurs présents hors du territoire de la Nouvelle-Calédonie* »<sup>46</sup>.
67. Par conséquent, l’analyse concurrentielle sera menée sur un marché géographique de dimension internationale.

## III. Analyse concurrentielle

---

68. 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* ».
69. En l’espèce, la partie notifiante est active sur des marchés situés à des stades différents de la chaîne de valeur (à l’amont ou à l’aval), ce qui conduit à analyser les effets horizontaux (A) et verticaux (B) de l’opération.

### A. Sur les effets horizontaux

70. L’étude des effets horizontaux consiste à apprécier dans quelle mesure cette opération pourrait conduire à une hausse des prix (ou à une diminution des quantités) sur les marchés de la distribution au détail et *in fine* entraîner une perte de bien-être pour le consommateur<sup>47</sup>.
71. 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 concurrence.
72. 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 dominante<sup>48</sup>.

### 1. Sur les marchés aval de la distribution au détail de produits d’agrofourniture, d’aliments pour animaux et de petit matériel agricole

73. En l’espèce, sur les zones de chalandise primaire (Koumac et Kaala-Gomen) comme secondaire (zone du « Grand Nord »), l’opération conduira à la formation d’un duopole entre le magasin Agridis Koumac et l’enseigne « Agri Nord » : la société Agridis détiendra une part de marché

---

<sup>45</sup> Voir par exemple les décisions de l’Autorité n° 2020-DEC-08 et n° 2020-DEC-09 précitées ; voir également la décision de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n° 20-DCC-72 précitée.

<sup>46</sup> Voir la page 7 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 8).

<sup>47</sup> Voir la décision de l’Autorité n° 2021-DEC-04 précitée.

<sup>48</sup> Voir notamment les décisions de l’Autorité n° 2023-DCC-08 du 22 novembre 2023 relative à l’acquisition du contrôle exclusif de la SAS Socimat par la SAS LH et n° 2023-DEC-13 du 4 octobre 2023 relative à la mise en exploitation par la SARL Apotex d’un magasin sous l’enseigne « Géo » d’une surface de 1 454 m<sup>2</sup> à Dumbéa.

estimée à [50-60] %<sup>49</sup>, soit un niveau supérieur à 50 %, tandis que « Agri Nord », unique autre enseigne spécialisée qui exploite un point de vente à Koumac d'une surface estimée à [confidentiel], détient les [40-50] % restants.

74. Néanmoins, l'ouverture du magasin Agridis Koumac permet l'entrée d'un nouvel opérateur sur les marchés de la distribution au détail de produits d'agrofourriture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole au sein des zones de chalandise identifiées, de nature à diversifier l'offre proposée aux consommateurs et à dynamiser le jeu de la concurrence, notamment en matière de prix et de diversité de produits, vis-à-vis des autres distributeurs.
75. Malgré les aspects pro-concurrentiels de l'opération, celle-ci comporte tout de même un risque d'effets horizontaux du fait de la part de marché importante de la partie notifiante, risque qui se trouve renforcé par le très faible nombre d'opérateurs pouvant la concurrencer. En situation de position dominante, le nouveau magasin pourrait augmenter ses prix sur les marchés des produits d'agrofourriture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole s'agissant des communes de Koumac et de Kaala-Gomen, et plus largement pour la zone du « Grand Nord », et/ou limiter le développement de la concurrence actuelle ou potentielle.
76. Afin de lever ces préoccupations de concurrence, la partie notifiante a par conséquent proposé des engagements (voir *infra*).

## 2. Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie

77. Le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, de bricolage, d'aménagement extérieur et d'animalerie se caractérise par la présence de plusieurs acteurs au sein des zones de chalandise concernées.
78. Le tableau ci-dessous présente ainsi la répartition des parts de marché entre ces acteurs, estimée au regard de leurs surfaces de vente<sup>50</sup>.

Magasin	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface en m <sup>2</sup>	PDM	Surface en m <sup>2</sup>	PDM
<b>Agredis Koumac</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>410</b>	<b>[10-20]%</b>
Magasin Asinari	[confidentiel]	[30-40]%	[confidentiel]	[30-40]%
Au centre moderne Koumac	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
DQ Koumac	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[10-20]%
Quincaillerie les Bricoleurs de Koumac	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[5-10]%
Cafia Koumac	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
<b>Total</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>100%</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>100%</b>

*Source : Traitement de données ACNC*

79. A l'issue de l'opération, la partie notifiante détiendra ainsi une part de marché inférieure à 25 %. Elle demeurera en outre confrontée à plusieurs concurrents disposant de parts de marché significatives, comprises entre [10-20] % et [30-40] %.

<sup>49</sup> Compte tenu de la porosité entre les différentes catégories de produits et les marchés concernés par l'opération, ainsi que de l'étendue de la surface commerciale en cause, l'intégralité de la surface de vente du magasin Agridis a été retenue, constituant ainsi l'hypothèse la plus défavorable pour la partie notifiante.

<sup>50</sup> *Ibid.* Par ailleurs, les parts de marché présentées sont des estimations hautes dans la mesure où l'intégralité des surfaces commerciales concernées n'a pu être recensée au cours de l'instruction.

80. Il en résulte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, de bricolage, d'aménagements extérieurs et d'animalerie dans les zones de chalandise concernées.
81. En tout état de cause, la partie notifiante a proposé des engagements afin de remédier à tout risque éventuel d'effets horizontaux sur ce marché (voir *infra*).

### **3. Sur le marché amont de l'approvisionnement**

82. En l'espèce, la partie notifiante ne dispose pas d'informations précises sur la taille du marché de l'approvisionnement de produits d'agrofourmiture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole, ainsi que pour celui en produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie, de sorte qu'elle n'est pas en mesure d'estimer sa position exacte.
83. Toutefois, les achats de la société Agridis s'effectuent à l'international et s'inscrivent dans un cadre mondial au sein duquel sa part demeure marginale.
84. Au vu de ces éléments, il apparaît que le renforcement de la puissance d'achat de la société Agridis du fait de l'opération envisagée demeurera limité.
85. L'opération n'est donc pas de nature à créer ou renforcer une puissance d'achat significative sur les marchés de l'approvisionnement en produits non-alimentaires.

### ***B. Sur les effets verticaux de l'opération***

86. Les effets verticaux liés à l'ouverture d'une nouvelle surface commerciale sont étudiés lorsque l'opération réunit des acteurs présents à différents niveaux de la chaîne de valeur. L'intégration verticale peut produire les mêmes effets que des clauses restrictives de concurrence passées entre un fournisseur et ses distributeurs<sup>51</sup>.
87. Lorsqu'un futur exploitant est présent sur des marchés situés en amont du commerce de détail dont l'ouverture est sollicitée, ce dernier a la possibilité de rendre plus difficile l'accès aux marchés concernés, d'évincer les concurrents ou de les pénaliser par une augmentation de leurs coûts. On parle alors de « verrouillage » ou de « forclusion » des marchés.
88. La pratique décisionnelle de l'Autorité distingue deux types de risque de « verrouillage ». Dans le premier cas, 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. Il s'agit alors d'un verrouillage du marché des intrants. Cette forclusion peut être totale, lorsque les concurrents ne sont plus du tout approvisionnés, ou partielle, lorsque le durcissement des conditions tarifaires entraîne une augmentation des coûts des concurrents. Dans le second cas, la branche aval de la nouvelle entité refuse d'acheter ou de distribuer les produits des fabricants actifs en amont, réduisant ainsi leurs débouchés commerciaux. Il s'agit alors d'un verrouillage de l'accès à la clientèle<sup>52</sup>.
89. L'Autorité considère qu'il est peu probable qu'une entreprise ayant une part de marché inférieure à 30 % sur un marché donné puisse verrouiller un marché en aval ou en amont de celui-ci.
90. En l'espèce, la SARL Agridis distribue de manière marginale des produits d'agrofourmiture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole auprès d'autres sociétés également actives dans le même secteur. Cette activité représente environ [0-5] % de son chiffre d'affaires global<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup> 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-09 précitée.

<sup>52</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2022-DCC-06 du 13 décembre 2022 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la SARL Société d'Exploitation Technicar par la société Johnston & Compagnie SAS et n° 2020-DEC-08 précitée.

<sup>53</sup> Voir le courriel de la partie notifiante en date du 24 mars 2026 (Annexe 10, Cotes 127-128).

91. S'agissant du marché de la distribution en gros de produits d'agrofourriture, d'aliments pour animaux et de petit matériel agricole en Nouvelle-Calédonie, la partie notifiante ne dispose pas d'informations précises sur la taille de ce marché, de sorte qu'elle n'est pas en mesure d'estimer sa position exacte.
92. Néanmoins, compte tenu du très faible niveau de chiffre d'affaires qu'elle réalise sur ce marché (inférieur à [confidentiel] de F. CFP), révélateur d'un pouvoir de marché limité, le risque de mise en œuvre par la SARL Agridis d'une pratique de verrouillage par les intrants peut être raisonnablement écarté.
93. Par conséquent, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.
94. En tout état de cause, la partie notifiante a proposé des engagements afin de remédier à tout risque éventuel d'effets verticaux (voir *infra*).

## IV. Les engagements proposés

---

95. Afin de remédier aux risques d'atteinte à la concurrence identifiés, la partie notifiante a déposé une proposition d'engagements le 24 mars 2026, laquelle a été modifiée le 31 mars 2026 en dernier lieu<sup>54</sup>.

### A. Les principes d'appréciation des engagements

96. 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. 432-3 du Code de commerce.
97. Ainsi, conformément à la pratique décisionnelle de l'Autorité, ces engagements doivent être efficaces en permettant pleinement de remédier aux atteintes identifiées à la concurrence<sup>55</sup>.
98. A 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 détaillées<sup>56</sup>.
99. 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.
100. 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.
101. 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 par l'élimination de liens capitalistiques entre concurrents.
102. 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

---

<sup>54</sup> Voir les propositions d'engagements de la SARL Agridis (Annexes 11-13, Cotes 116-125).

<sup>55</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2024-DCC-04 du 29 avril 2024 relative à la prise de contrôle exclusif de la SARL Sodexma par la SARL Nord Holding, n° 2023-DCC-11 du 27 décembre 2023 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la SE Bolloré Logistics par la SA CMA CGM et n° 2019-DCC-06 précitée.

<sup>56</sup> *Ibid.*

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.

103. Il est en particulier impératif que l'efficacité des mesures comportementales dans la présente opération ne puisse dépendre de la seule diligence et bonne foi de la partie notifiante<sup>57</sup>.

### ***B. Les engagements proposés par la partie notifiante et leur appréciation***

104. Des potentiels effets horizontaux ont été identifiés à l'issue de l'opération sur les marchés de la distribution de produits d'agrofourmiture, d'aliments pour animaux, et de petit matériel agricole dans les zones de chalandise concernées, du fait de la part de marché importante de la partie notifiante sur ces marchés et du faible nombre d'opérateurs pouvant la concurrencer.
105. Pour prévenir ces risques, la SARL Agridis a proposé deux types d'engagements : la mise en place d'une politique tarifaire non moins favorable entre ses établissements situés en province Sud (à Tomo et Bourail) et celui de Koumac, d'une part, et l'engagement de ne pas réaliser d'actes visant à dissuader l'implantation de nouveaux concurrents sur les marchés concernés par l'opération, d'autre part.
106. Par ailleurs, la partie notifiante a proposé un engagement relatif à sa politique tarifaire à l'égard de sa clientèle professionnelle composée d'entreprises actives dans les mêmes secteurs d'activité<sup>58</sup>.

#### **1. Les engagements proposés**

##### ***a. L'engagement relatif à la politique tarifaire non moins favorable entre les établissements de Tomo et Bourail et celui de Koumac***

107. La partie notifiante s'engage à appliquer une politique tarifaire non moins favorable entre ses établissements situés à Tomo et Bourail et celui de Koumac (Engagement n° 1). La société Agridis s'engage ainsi à ne pas pratiquer, pour l'ensemble des produits commercialisés dans le magasin Agridis Koumac, des prix de vente aux consommateurs supérieurs à ceux pratiqués dans les magasins sous l'enseigne « Agridis » situés à Tomo et Bourail (hors différence liée au coût de transport pour certains produits à faible marge et hors opérations commerciales spécifiques).
108. Cet engagement est proposé pour une durée de cinq ans à compter de la mise en exploitation du magasin Agridis Koumac, le cas échéant renouvelable.
109. En outre, la partie notifiante s'engage, pendant une durée de trois ans, à publier chaque semestre sur sa page Facebook une communication indiquant que les prix pratiqués dans le magasin situé à Koumac sont similaires à ceux appliqués dans les magasins de Tomo et de Bourail.

##### ***b. L'engagement de maintenir la politique tarifaire sur le marché amont de l'approvisionnement***

110. La partie notifiante s'engage à ne pas modifier sa politique tarifaire appliquée à ses ventes à destination de sa clientèle composée d'entreprises actives dans les mêmes secteurs d'activité (Engagement n° 2).

---

<sup>57</sup> Voir les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence métropolitaine relatives au contrôle des concentrations, §354.

<sup>58</sup> Voir la proposition d'engagements de la SARL Agridis en date du 31 mars 2026 (Annexe 13, Cotes 122-125).

111. Cet engagement est proposé pour une durée de cinq ans à compter de la mise en exploitation du magasin Agridis Koumac, le cas échéant renouvelable.
112. Comme relevé *supra*, l'opération n'étant pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux, cet engagement ne fera pas l'objet d'une appréciation particulière.

***c. L'engagement de ne pas réaliser d'actes de dissuasion à l'implantation de nouveaux concurrents sur les marchés concernés***

113. La partie notificante s'engage à ne pas réaliser d'actes visant à dissuader l'implantation de nouveaux concurrents sur le marché amont de l'approvisionnement ainsi que sur les marchés aval de la distribution au détail de produits d'agrofourriture, d'aliments pour animaux, de petit matériel agricole, d'articles de jardinage, de bricolage, d'animalerie et d'aménagement extérieur (Engagement n° 3), tels que des recours ou saisines à l'encontre d'autorisations d'urbanisme ou auprès d'autorités administratives dans un but uniquement dilatoire, des campagnes de dénigrement d'un concurrent potentiel ou tout autre moyen qui constituerait une barrière à l'entrée sur les marchés concernés.
114. Cet engagement est proposé pour une durée de cinq ans à compter de la mise en exploitation du magasin Agridis Koumac, le cas échéant renouvelable.

**2. La mise en œuvre des engagements proposés**

115. Afin de faciliter la mise en œuvre de l'Engagement n° 1, la partie notificante s'engage à transmettre annuellement à l'Autorité une liste de cent produits commercialisés dans ses trois magasins, aux fins de démontrer l'homogénéité des prix de vente pratiqués.
116. Par ailleurs, la partie notificante s'engage à assurer, dans les conditions prévues au paragraphe 109, la publication semestrielle de cette communication sur sa page Facebook. Elle s'engage également à informer sans délai l'Autorité de toute difficulté d'exécution de cette mesure, notamment en cas de modification de ses modalités de communication au public.
117. Afin de faciliter la contrôlabilité des Engagements n° 1, 2 et 3, la partie notificante s'engage à transmettre à l'Autorité tous les documents nécessaires pour effectuer un contrôle, en cas de réclamation d'un concurrent auprès d'elle pour non-respect de ces engagements.

**3. L'appréciation des engagements proposés**

118. L'Autorité de la concurrence métropolitaine rappelle que les engagements proposés doivent être proportionnés aux risques identifiés au cours de l'instruction et qu'ils n'ont pas « *vocation à accroître le degré de concurrence qui existait sur un marché avant l'opération de concentration* »<sup>59</sup>.
119. En l'espèce, l'Engagement n° 1 permet de s'assurer que, pendant les cinq ans suivant la mise en exploitation du magasin Agridis Koumac, ce dernier bénéficiera d'une politique tarifaire au moins aussi favorable que celle appliquée dans les magasins « Agridis » situés à Tomo et Bourail.
120. Cet engagement est de nature à prévenir le risque de hausse des prix liée au pouvoir de marché de la partie notificante sur les marchés de la distribution de produits d'agrofourriture, d'aliments pour animaux, et de petit matériel agricole, dès lors qu'il impose à la partie notificante d'appliquer, à Koumac, une politique tarifaire alignée sur celle de ses magasins de Tomo et de Bourail, sous réserve des différences liées au coût de transport pour certains produits à faible marge et des opérations commerciales spécifiques.

---

<sup>59</sup> Voir les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence métropolitaine relatives au contrôle des concentrations, §354.

121. Dans ces conditions, et alors même que les magasins de Tomo et de Bourail sont situés dans une zone où la pression concurrentielle apparaît suffisante<sup>60</sup>, le risque d'effets horizontaux est écarté.
122. Cet engagement est clair, précis et ne soulève pas de doute quant à sa mise en œuvre.
123. L'Engagement n° 3 vise à écarter le risque que la société Agridis mette en place des barrières à l'entrée, telles que des saisines judiciaires ou administratives à des fins dilatoires, à l'encontre des nouveaux arrivants sur le marché de la distribution de produits d'agrofourriture, d'aliments pour animaux, et de petit matériel agricole dans les zones de chalandise concernées, afin d'étendre ou de renforcer sa position dominante sur ces marchés.
124. Dans un contexte marqué par le faible nombre d'opérateurs présents et par l'importance que revêt l'entrée potentielle de nouveaux concurrents pour l'animation du jeu concurrentiel, cet engagement est de nature à préserver la contestabilité des marchés concernés.
125. Cet engagement est clair, précis et ne soulève pas de doute quant à sa mise en œuvre.

## **V. Conclusion**

---

126. Il résulte de l'instruction que l'opération consistant en la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Agridis » d'une surface commerciale de 410 m<sup>2</sup> situé à Koumac peut être autorisée sous réserve de la réalisation effective des engagements pris par la partie notifiante.

---

<sup>60</sup> La pression concurrentielle est suffisante en province Sud, comme il a été démontré notamment dans la décision d'autorisation de la création d'une entreprise commune entre les sociétés Agridis SARL et Agricenter SARL ; voir la décision de l'Autorité n° 2020-DCC-04 précitée.

## DÉCIDE

**Article 1<sup>er</sup>** : L'opération notifiée sous le numéro 26-0008EC est autorisée sous réserve des engagements décrits ci-dessus et annexés à la présente décision.

**Article 2** : Conformément à l'article Lp. 465-1 du Code de commerce, la présente décision occultée du secret des affaires sera publiée sur le site internet de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie.

Le président



Stéphane Retterer





**Autorité de la concurrence de  
la Nouvelle-Calédonie**

7 rue du Général Galliéni

98 849 Nouméa Cedex

Nouméa, le 31 mars 2026,

**Objet : engagements de la société AGRIDIS dans le cadre de la notification de l'ouverture d'un commerce de détail sous enseigne AGRIDIS d'une surface de 410 m<sup>2</sup> à Koumac (Dossier n°26-0008EC)**

Madame, Monsieur,

Par un dossier déposé le 27 janvier 2026, la société à responsabilité limitée AGRIDIS au capital de 1.000.000 XPF, immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 728 725, dont le siège social se situe 117 morcellement Joseph, Tomo, BP 1172, 98812 Boulouparis a notifié à l'Autorité de la concurrence de Nouvelle-Calédonie (l'« ACNC ») son projet d'ouverture d'un commerce de détail sous enseigne AGRIDIS d'une surface de 410 m<sup>2</sup> à Koumac. Ce dossier a été déclaré complet le 30 janvier 2026 et reçu le numéro 26-0008EC.

Afin de garantir à l'ACNC que la mise en exploitation du magasin AGRIDIS à Koumac n'entraînera pas des prix élevés pour les consommateurs de la Province Nord et qu'une concurrence pourra se développer dans la zone de chalandise du magasin, la société AGRIDIS prend les trois engagements exposés ci-après.

Ces trois engagements seront interprétés à la lumière de la décision d'autorisation de l'ACNC, et en référence aux dispositions des articles Lp. 432-1 et suivants du code de commerce de Nouvelle-Calédonie.

- **Engagement n°1a** : ne pas pratiquer pour l'ensemble des produits commercialisés dans le magasin AGRIDIS situé à Koumac des prix de vente aux consommateurs qui seraient supérieurs à ceux pratiqués par les magasins AGRIDIS de Bourail et Tomo (hors différence liée au coût de transport pour certains produits à faible marge et hors opérations commerciales spécifiques).

En cas de réclamation d'un concurrent auprès de l'ACNC pour non-respect de cet engagement, la société AGRIDIS s'engage à transmettre à l'ACNC tous les éléments qui seraient nécessaires à l'ACNC dans le cadre d'un contrôle.



*Sarl au Capital de 1 000 000 XPF - R.C.S. : 2004B728 725 - Ridet : 0 728 725.001*

*BP 1172 - 98812 BOULOUPARIS - Tél. : 44 90 20*

*@ : info@agridis.nc - compta@agridis.nc*

*Banques : BCI : 17499 00012 19021102015 72 - BNC : 14889 00081 08768747961 86 - SG : 18319 06711 86060554000 49*

La société AGRIDIS s'engage à transmettre une fois par an à l'ACNC une liste de cent produits vendus dans ses magasins de Bourail, Tomo et Koumac de manière à permettre à l'ACNC de constater que les prix y sont bien similaires (hors différence liée au coût de transport pour certains produits à faible marge et hors opérations commerciales spécifiques).

Cet engagement est pris pour une durée de cinq (5) ans, le cas échéant renouvelable à l'issue d'une nouvelle analyse concurrentielle. Il prendra effet à compter de la mise en exploitation du magasin AGRIDIS de Koumac.

**Engagement n°1b** La société AGRIDIS publiera chaque semestre (soit deux fois par an) sur la page Facebook de la société AGRIDIS une communication indiquant que les prix pratiqués dans le magasin Koumac sont similaires à ceux appliqués dans les magasins de Bourail et de Tomo (hors différence liée au coût de transport pour certains produits à faible marge et hors opérations commerciales spécifiques).

La société AGRIDIS informera dans les plus brefs délais l'ACNC de toute difficulté à exécuter cet engagement, par exemple en cas de changement de ses modes de communication au public.

Cet engagement de communication est pris pour une durée de trois (3) ans.

- **Engagement n°2** : conserver inchangée sa politique tarifaire sur le marché amont de l'approvisionnement (hors hausse résultant de facteurs étrangers à la société AGRIDIS).

En cas de réclamation d'un concurrent auprès de l'ACNC pour non-respect de cet engagement, la société AGRIDIS s'engage à transmettre à l'ACNC tous les éléments qui seraient nécessaires à l'ACNC dans le cadre d'un contrôle.

Cet engagement est pris pour une durée de cinq (5) ans, le cas échéant renouvelable à l'issue d'une nouvelle analyse concurrentielle. Il prendra effet à compter de la mise en exploitation du magasin AGRIDIS de Koumac.

- **Engagement n°3** : ne pas réaliser d'actes visant à dissuader l'implantation de nouveaux concurrents sur le marché amont de l'approvisionnement et sur les marchés avals de la distribution de détail d'articles de jardinage, de bricolage, d'animalerie et d'aménagement extérieur et de matériel agricole, tels que des recours ou saisines à l'encontre d'autorisations d'urbanisme ou auprès d'autorités administratives dans un but uniquement dilatoire, des campagnes de dénigrement d'un concurrent potentiel ou tout autre moyen qui constituerait une barrière à l'entrée sur les marchés concernés.

En cas de réclamation d'un concurrent auprès de l'ACNC pour non-respect de cet engagement, la société AGRIDIS s'engage à transmettre à l'ACNC tous les éléments qui seraient nécessaires à l'ACNC dans le cadre d'un contrôle.

Cet engagement est pris pour une durée de cinq (5) ans, le cas échéant renouvelable à l'issue d'une nouvelle analyse concurrentielle. Il prendra effet à compter de la mise en exploitation du magasin AGRIDIS de Koumac.

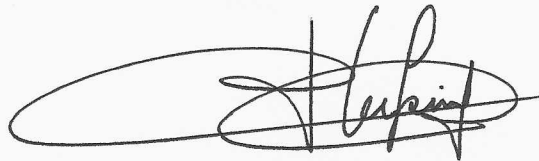
U

L'ACNC pourra, de sa propre initiative ou en réponse à une demande écrite de la société AGRIDIS exposant des motifs légitimes, lever, modifier ou remplacer, un ou plusieurs des engagements décrits ci-avant, si les circonstances de droit ou de fait considérées au moment de l'adoption de la décision d'autorisation de l'opération venaient à être modifiées de manière significative, au point de remettre en cause l'analyse concurrentielle sur les marchés considérés et donc la nécessité des engagements.

Nous vous prions d'accepter, Madame, Monsieur, l'assurance de notre considération distinguée.

**Monsieur Christophe VERKIMPE,**

**Co-gérant,**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Christophe Verkimpe', is written over a large, horizontal, hand-drawn oval. The signature is fluid and cursive, with the first name 'Christophe' being more legible than the last name 'Verkimpe'.