

NOUVELLE-CALEDONIE

-----  
GOUVERNEMENT  
-----

N° 2018 - 381 /GNC

du 27 FEV. 2018

Ampliations :

H-C	1
Congrès	1
DAE	1
Intéressée	1
JONC	1
Archives	1

**ARRETE**

**relatif à l'acquisition du fonds de commerce de la société Valco SA exploitant le supermarché « Casino » situé à la Vallée des colons à Nouméa, par la Société Calédonienne de Commerce et à son changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché »**

Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie,

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

Vu la loi modifiée n° 99-210 du 19 mars 1999 relative à la Nouvelle-Calédonie ;

Vu le code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, notamment ses articles Lp. 431-1 à Lp. 431-10 ;

Vu le Code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, notamment ses articles Lp. 432-1 à Lp. 432-6 ;

Vu la délibération n° 252 du 24 août 2017 fixant le nombre de membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu la délibération n° 2017-157D/GNC du 6 décembre 2017 chargeant les membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie d'une mission d'animation et du contrôle d'un secteur de l'administration ;

Vu l'arrêté n° 2017-17284/GNC-Pr du 1er décembre 2017 constatant la prise de fonctions des membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu l'arrêté n° 2017-17286/GNC-Pr du 1er décembre 2017 constatant la prise de fonctions du président et du vice-président du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu l'arrêté n° 2013-3277/GNC du 19 novembre 2013 pris en application de l'article 9 de la loi du pays n° 2013-8 du 24 octobre 2013 relative à la concurrence en Nouvelle-Calédonie et concernant les modalités d'application d'une opération de concentration ;

Vu l'arrêté n° 2013-3271/GNC du 19 novembre 2013 pris en application de l'article 3 de la loi du pays n° 2013-8 du 24 octobre 2013 relative à la concurrence en Nouvelle-Calédonie concernant le communiqué et le contenu du dossier de notification d'une opération de concentration ;

Vu l'arrêté n° 2018-121/GNC du 23 janvier 2018 relatif à l'agrément de la Société Calédonienne de Commerce comme cessionnaire du fonds de commerce « Casino Vallée des Colons » ;

Vu le dossier de notification déposé le 30 janvier 2018, par Madame Stéphane Bouquillard dûment mandatée par M. Steeve Clavier, gérant de la Société Calédonienne de Commerce en cours de constitution, portant le numéro d'instruction 2018-CC-001, consistant en l'acquisition du fonds de commerce de la société Valco SA exploitant le supermarché « Casino » situé à la Vallée des colons à Nouméa et à son changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché » ;

Vu le courrier d'incomplétude n° CS18-3151-179-DAE du 31 janvier 2018 adressé à Mme Stéphane Bouquillard ;

Vu les éléments complémentaires reçus le 12 février 2018 ;

Vu le courrier n° CS18-3151-243-DAE du 13 février 2018, reconnaissant la complétude du dossier de notification ;

Vu le communiqué concernant le résumé de l'opération dans le dossier de notification, publié le 31 janvier 2018 sur le site internet de la direction des affaires économiques de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu le rapport de motivation du gouvernement n° AG18-3151-196 annexé au présent arrêté concernant le dossier référencé sous le numéro 2018-CC-001 ;

Considérant que l'opération, en ce qu'elle porte sur l'acquisition du fonds de commerce de la société Valco SA par la Société Calédonienne de Commerce et au changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché », constitue une opération de concentration visée à l'article Lp. 431-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie et accessoirement une opération de commerce de détail visée à l'article Lp. 432-1 s'agissant du changement d'enseigne, soumise à autorisation préalable du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Considérant les délimitations des marchés amont et aval dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire, concernés par l'opération notifiée ;

Considérant que l'analyse concurrentielle développée dans le rapport de motivation n° AG18-3151-196 annexé au présent arrêté, démontre que l'opération notifiée n'est pas 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 placerait les fournisseurs en situation de dépendance économique,

## ARRETE

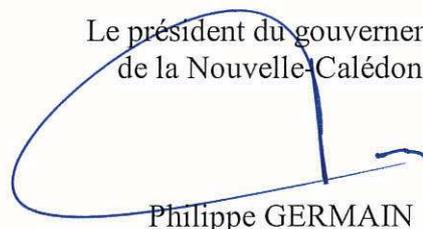
**Article 1<sup>er</sup>** : L'opération consistant en l'acquisition du fonds de commerce de la société Valco SA par la Société Calédonienne de Commerce et au changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché », telle que présentée dans le dossier référencé sous le numéro 2018-CC-001, est autorisée.

**Article 2** : La présente autorisation est délivrée conformément aux articles Lp. 431-1 et suivants et Lp. 432-1 et suivants du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, sans préjudice de l'éventuelle application des autres réglementations en vigueur en Nouvelle-Calédonie, notamment les dispositions du Livre IV du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie.

**Article 3** : Le présent arrêté ainsi que le rapport de motivation du gouvernement annexé n° AG18-3151-196 seront notifiés à l'intéressée afin de tenir compte de son intérêt légitime à occulter ses secrets d'affaires.

**Article 4** : À compter de la réception des observations de l'intéressée, le présent arrêté ainsi que son rapport de motivation n° AG18-3151-196 annexé et occulté des secrets d'affaires seront transmis au haut-commissaire de la République en Nouvelle-Calédonie et publiés au *Journal officiel* de la Nouvelle-Calédonie.

Le président du gouvernement  
de la Nouvelle-Calédonie



Philippe GERMAIN

**NOUVELLE-CALEDONIE**

-----  
**GOUVERNEMENT**  
 -----

Nouméa, le 16 février 2018

**N° AG18-3151-196**

**ANNEXE**  
**RAPPORT DU GOUVERNEMENT**  
**DE LA NOUVELLE-CALEDONIE**

**relatif à l'acquisition du fonds de commerce de la société Valco SA exploitant le supermarché sous enseigne « Casino » situé à la Vallée des colons à Nouméa, par la Société Calédonienne de Commerce et à son changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché »**

**SOMMAIRE**

I.	La saisine .....	4
II.	Contrôlabilité de l'opération et présentation des entreprises concernées .....	4
A.	Contrôlabilité de l'opération .....	4
B.	Présentation des parties à l'opération .....	5
III.	Délimitation des marchés pertinents .....	6
A.	Marchés amont de l'approvisionnement .....	6
B.	Marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire .....	8
IV.	Analyse concurrentielle .....	10
A.	Sur le marché aval de la distribution de détail à dominante alimentaire .....	10
B.	Sur les marchés amont de l'approvisionnement .....	10
V.	Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence .....	11

## I. La saisine

---

1. Par dépôt d'un dossier de notification référencé sous le numéro 2018-CC-001, déclaré complet au 12 février 2018<sup>1</sup>, la Société Calédonienne de Commerce représentée par Mme Stéphane Bouquillard dûment mandatée, sollicite l'autorisation du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie pour la réalisation d'une opération de concentration consistant en l'acquisition du fonds de commerce de la société Valco SA exploitant le supermarché « Casino » situé à la Vallée des colons à Nouméa, par la Société Calédonienne de Commerce et son changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché ».

## II. Contrôlabilité de l'opération et présentation des entreprises concernées

---

### A. Contrôlabilité de l'opération

2. Conformément à l'article Lp. 431-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie (ci-après, le « code de commerce ») :

*« Une opération de concentration est réalisée :*

*[...]*

*2° Lorsqu'une ou plusieurs personnes, détenant déjà le contrôle d'une entreprise au moins ou lorsqu'une ou plusieurs entreprises acquièrent, directement ou indirectement, que ce soit par prise de participation au capital ou achat d'éléments d'actifs, contrat ou tout autre moyen, le contrôle de l'ensemble ou de parties d'une ou plusieurs autres entreprises.*

*[...] »*

3. Par ailleurs l'article Lp. 431-2 du code de commerce précise :

*« Toute opération de concentration, au sens de l'article Lp. 431-1, est soumise aux dispositions des articles Lp. 431-3 à Lp. 431-8, lorsque 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 600 000 000 F.CFP. »*

4. Enfin, s'agissant du changement d'enseigne « Casino » au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché », l'article Lp. 432-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie dispose :

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

*3° tout changement d'enseigne commerciale, d'un magasin de commerce de détail dont la surface de vente est supérieure à 350 m<sup>2</sup>, et tout changement de secteur d'activité d'un tel magasin.*

*[...] »*

5. En vertu du projet de cession de fonds de commerce conclu entre la société VALCO (le cédant) et par la Société Calédonienne de Commerce (ci-après, la « SCC », le cessionnaire) représentée par son gérant, M. Steeve Clavier, la SCC acquerra le fonds de commerce de la société VALCO, composé notamment d'un commerce de détail d'une surface de vente de 560 m<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Au regard des éléments d'information prescrits par l'arrêté n° 2013-3271/GNC visé.

6. En l'espèce, l'opération notifiée a pour objet l'acquisition du fonds de commerce de la société Valco SA exploitant le supermarché « Casino » situé à la Vallée des colons à Nouméa, par la SCC et son changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché ». A la clôture de l'exercice au 31 décembre 2016, le fonds de commerce a réalisé un chiffre d'affaires total de [secret des affaires] de F. CFP en Nouvelle-Calédonie.
7. La SCC est contrôlée par M. Steeve CLAVIER qui détient directement ou indirectement 95 % des parts sociales. M. Steeve CLAVIER est également gérant de la société Station Shell Auteuil SARL dont il détient la totalité des parts sociales. Cette société a réalisé un chiffre d'affaires de [secret des affaires] de F. CFP pour l'exercice clos le 31 septembre 2016.
8. En ce qu'elle porte sur l'acquisition d'actifs générant un chiffre d'affaires par une personne détenant déjà le contrôle d'une autre entreprise, la présente opération constitue une opération de concentration visée à l'article Lp. 431-1-I-2° du code de commerce.
9. Au regard des chiffres d'affaires réalisés par les entreprises concernées, le seuil de contrôle mentionné au point I de l'article Lp. 431-2 du code de commerce est franchi. L'opération de concentration est donc soumise aux articles Lp. 431-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.
10. En outre, en ce qu'elle porte également sur un changement d'enseigne d'un commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 350 m<sup>2</sup>, la présente opération constitue une opération de commerce de détail visée à l'article Lp. 432-1-3° du code de commerce soumise à autorisation préalable du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie.

### **B. Présentation des parties à l'opération**

11. M. Steeve CLAVIER est gérant de la société Station Shell Auteuil SARL présente dans le secteur de la distribution au détail de carburant et dans le secteur de la distribution au détail avec la boutique de la station-service qui dispose d'une surface de vente de [< à 300 m<sup>2</sup>] dans laquelle sont notamment proposés des produits alimentaires.
12. La société VALCO SA exploite le commerce de détail à dominante alimentaire sous l'enseigne « Casino » d'une surface totale de vente de 560 m<sup>2</sup> situé à la Vallée des colons à Nouméa.
13. Concomitamment à cette opération, M. Steeve Clavier a conclu un contrat de franchise avec la société SN Import afin d'exploiter le fonds de commerce sous l'enseigne « Korail partenaire Intermarché ». Comme tous les commerces de détail sous enseigne « Korail » en Nouvelle-Calédonie, le magasin « Korail Partenaire Intermarché » est titulaire d'une franchise « Korail » auprès de la société SN Import qui lui permet, par un contrat d'adhésion à la centrale d'achat des produits de la marque distributeur Intermarché, de bénéficier des produits de la gamme Intermarché pour une partie de ses approvisionnements.

### *III. Délimitation des marchés pertinents*

---

14. 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 »), comme celle 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 »), doit être réalisée sur un (ou des) marché(s) pertinent(s) délimité(s) conformément aux principes du droit de la concurrence.
15. La définition des marchés pertinents constitue une étape essentielle du contrôle des concentrations, dans la mesure où elle permet d'identifier, dans un premier temps, le périmètre à l'intérieur duquel s'exerce la concurrence entre les entreprises et d'apprécier, dans un deuxième temps, leur pouvoir de marché. Cette analyse couvre les marchés sur lesquels les parties sont simultanément actives mais elle peut également s'étendre aux marchés ayant un lien de connexité (« vertical » ou « congloméral ») susceptibles de renforcer le pouvoir de marché de l'entité cessionnaire.
16. 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 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.
17. En l'espèce, les parties sont simultanément présentes sur le marché de la distribution au détail à dominante alimentaire sur lequel le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a déjà eu l'occasion de se prononcer à de nombreuses reprises<sup>2</sup>.
18. Selon la pratique constante des autorités de la concurrence, dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire deux catégories de marché peuvent être délimitées. Il s'agit des marchés aval, de dimension locale, qui mettent en présence les entreprises de commerce de détail et les consommateurs finals pour la vente de biens de consommation (B), et les marchés amont de l'approvisionnement des entreprises de commerce de détail en biens de consommation courante, de dimension nationale ou limités à chaque DOM ou COM dans les territoires ultramarins (A).

#### *A. Marchés amont de l'approvisionnement*

##### **1- Les marchés de produits**

19. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, l'Autorité de la concurrence nationale<sup>3</sup> (ci-après, « l'Autorité »), a retenu l'existence de marchés, de dimension nationale, segmentés par grands groupes de produits. L'Autorité a en effet considéré qu'il convenait de segmenter les marchés en fonction de ces différentes catégories de produits en raison notamment des différences

---

<sup>2</sup> Voir les arrêtés n° 2014-3715/GNC du 16 décembre 2014 relatif à l'autorisation 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, et n° 2015-1135/GNC du 30 juin 2015 relatif à l'autorisation de création et mise en exploitation par la SARL Super Auteuil, d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne U d'une surface de vente de 1557 m<sup>2</sup> situé à Auteuil, commune de Dumbéa

<sup>3</sup> Voir la décision n° 13-DCC-43 du 29 mars 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Hyper CK par la société Groupe Bernard Hayot.

en termes de caractéristiques des produits, de conditions de conservation, de vente, de commercialisation, de circuits de distribution ou encore de prix<sup>4</sup>.

20. Du point de vue de l'offreur, l'analyse du marché amont s'opère par catégorie de produits sans qu'il y ait lieu de distinguer ce marché selon les catégories de commerce. Afin d'identifier les pressions concurrentielles qui s'exercent sur les acheteurs, il convient d'analyser les solutions de remplacement dont disposent les fournisseurs sur le marché de l'approvisionnement des biens de consommation courante.
21. En revanche, sur ces marchés la pratique décisionnelle ne distingue pas les ventes des producteurs aux grossistes de celles réalisées auprès d'autres clients tels que les détaillants ou la restauration hors foyer par exemple. L'Autorité a toutefois relevé qu'il existait des indices sérieux permettant de penser que le marché de l'approvisionnement du secteur de commerce de détail pourrait constituer un marché distinct des autres circuits de distribution, tout en laissant la question ouverte.
22. Le marché amont de l'approvisionnement des biens de consommation courante se répartit traditionnellement en familles ou groupe de produits : produits de grande consommation, frais traditionnel, bazar, électroménager et textile. Cette délimitation a été retenue et précisée par le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie<sup>5</sup> et n'a pas lieu d'être remise en cause à l'occasion de la présente opération. Elle distingue les groupes de produits suivants (groupes 1 à 23) :

<u>Produits de grande consommation (PGC)</u>	<u>Produits frais traditionnel</u>	<u>Bazar</u>	<u>Electroménager/ Photo/Cinéma/Son</u>	<u>Textile</u>
(1) Liquides (2) Droguerie (3) Parfumerie/Hygiène (4) Epicerie sèche (5) parapharmacie (6) Produits périssables en libre-service	(7) Charcuterie (8) Poissonnerie (9) Fruits et légumes (10) Pain et pâtisserie fraiche (11) boucherie	(12) Bricolage (13) Maison (14) Culture (15) Jouets/loisir/détente (16) Jardin (17) Automobile	(18) Gros Electroménager (19) Petit Electroménager (20) Photo/Ciné (21) Hi-fi/Son (22) TV/Vidéo.	(23) Textile, chaussures

## 2- Délimitation géographique

23. S'agissant de la délimitation géographique des marchés de l'approvisionnement, les autorités de concurrence retiennent que, d'une manière générale, l'approche nationale des marchés semble être la plus appropriée compte tenu du fait que c'est plutôt la position d'un distributeur au niveau national, plutôt qu'au niveau local, qui détermine la puissance d'achat qu'il exerce sur ses fournisseurs.
24. Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a cependant eu l'occasion de nuancer cette approche en raison du caractère insulaire de la Nouvelle-Calédonie<sup>6</sup>. En effet, il rejoint la position des autorités de concurrence s'agissant des territoires ultramarins (DOM)<sup>7</sup> en soulignant le caractère très spécifique des circuits d'approvisionnement en produits de grande consommation et ses effets sur

<sup>4</sup> Voir l'arrêté n° 2015-1135/GNC du 30 juin 2015 relatif à l'autorisation de création et mise en exploitation par la SARL Super Auteuil, d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne U d'une surface de vente de 1557 m<sup>2</sup> situé à Auteuil, commune de Dumbéa, l'arrêté n° 2016-2563/GNC du 22 novembre 2016 relatif à l'autorisation de création et mise en exploitation par la SAS SCD d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne Hyper U d'une surface de 5500 m<sup>2</sup> situé à Anse Uaré, Ducos, commune de Nouméa, et l'arrêté n° 2016-2565/GNC du 22 novembre 2016 relatif à l'autorisation de création et mise en exploitation par la SARL SCD PAITA d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne Hyper U d'une surface de 3000 m<sup>2</sup> situé à Païta.

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Avis n° 09-A-45 relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les départements d'outre-mer.

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. Il relève en effet qu'une partie importante de l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire en Nouvelle-Calédonie provient de producteurs et de grossistes locaux.

25. Au cas d'espèce, la partie notifiante s'approvisionnera à hauteur de [90-100 %] de ses dépenses totales d'approvisionnement auprès de fournisseurs et grossistes locaux, dont *a minima* [10-20 %] auprès de la société SN Import conformément au contrat d'engagement relatif à l'enseigne Korail.
26. Par conséquent, il y a lieu de retenir une dimension géographique des marchés amont de l'approvisionnement circonscrite à la Nouvelle-Calédonie.

## ***B. Marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire***

### **1- Les marchés de services**

27. La pratique décisionnelle des autorités de concurrence distingue au sein du marché aval de la vente au détail deux principales catégories de points de vente :
  - Les commerces à dominante alimentaire, dont plus d'un tiers du chiffre d'affaires provient de la vente de produits alimentaires ;
  - Les commerces non alimentaires, dont le chiffre d'affaires réalisé avec les produits alimentaires est inférieur à ce seuil.
28. L'offre alimentaire généraliste proposée par les commerces à dominante alimentaire permet aux consommateurs de se procurer un ensemble complet de produits principalement alimentaires en un temps limité et dans un espace unique.
29. Les autorités de concurrence distinguent en général six catégories de commerce en utilisant plusieurs critères, notamment la taille des magasins, leurs techniques de vente, leur accessibilité, la nature du service rendu et l'ampleur des gammes de produits proposés : (i) les hypermarchés (magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>), (ii) les supermarchés (entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>), (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail ou supérettes (entre 120 et 400 m<sup>2</sup>), (v) les maxi discompteurs, (vi) la vente par correspondance.
30. Ces seuils doivent cependant être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce. Des magasins dont la surface est située près de ces seuils, soit au-dessus, soit au-dessous, peuvent se trouver, dans les faits, en concurrence directe.
31. Si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, les autorités de concurrence considèrent en général qu'il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories. S'agissant des hypermarchés et des supermarchés, il peut ainsi être distingué :
  - Un marché comprenant uniquement les hypermarchés ;

- Un marché comprenant les supermarchés et les formes de commerce équivalentes (hypermarchés, hard discount et magasins populaires) hormis le petit commerce de détail (moins de 400 m<sup>2</sup>).
32. Au cas d'espèce, l'opération concerne l'acquisition d'un fonds de commerce dont le magasin dispose d'une surface de vente de 560 m<sup>2</sup>. Ce magasin entre donc dans la catégorie des supermarchés.
33. En tout état de cause, la question de la délimitation précise des marchés aval de la distribution à dominante alimentaire peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.
34. En l'espèce, l'analyse concurrentielle intégrera les supermarchés et les hypermarchés présents dans la zone de chalandise délimitée.

## **2- Délimitation géographique**

35. Un marché pertinent géographique est un territoire sur lequel sont offerts des biens et des services pour lesquels les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes et qui peut être distingué de zones géographiques voisines, dans la mesure où, en particulier, les conditions de concurrence y diffèrent de manière appréciable. 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. L'analyse d'une opération, en particulier dans le secteur du commerce de détail à dominante alimentaire, peut cependant être réalisée à deux niveaux : sur une zone dite « primaire », correspondante à la zone sur laquelle l'attractivité est la plus forte, puis sur une zone dite « secondaire ».
36. Ainsi, la pratique décisionnelle considère qu'en matière de commerce de détail à dominante alimentaire, en ce qui concerne les supermarchés, les conditions de la concurrence doivent en principe s'apprécier sur un marché où se rencontrent la demande de consommateurs et l'offre des supermarchés et formes de commerce équivalentes situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture à partir du magasin cible. Ces dernières formes de commerce peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs.
37. En l'espèce, la question de la délimitation précise des marchés aval de la distribution à dominante alimentaire peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.
38. L'analyse concurrentielle sera conduite sur un marché géographique correspondant à un temps de trajet maximum de 15 minutes en voiture autour du supermarché cible, ce qui correspond à la zone dite « primaire ».

## IV. Analyse concurrentielle

---

39. 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.* »
40. Ainsi, conformément à ce test de concurrence l'analyse concurrentielle doit permettre d'apprécier les risques d'atteinte à la concurrence sur les marchés aval (A), notamment afin de vérifier si l'opération crée ou renforce une position dominante, et sur les marchés de l'approvisionnement (B), afin de déterminer notamment si l'opération crée ou renforce une puissance d'achat préjudiciable. A cette fin, l'analyse des parts de marché joue un rôle prépondérant pour connaître les effets dits « horizontaux » que serait susceptible d'emporter la présente opération.
41. La partie notifiante n'étant pas présente sur le marché de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires à destination des GMS, il n'y a donc pas d'effets verticaux à examiner dans le cadre de cette opération<sup>8</sup>.

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

42. La partie notifiante soumet à autorisation du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie l'acquisition d'un fonds de commerce dont le magasin de détail à dominante alimentaire dispose d'une surface de vente totale de 560 m<sup>2</sup> et son changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché ».
43. À partir des surfaces de ventes des commerces de détail localisés<sup>9</sup> dans la zone de chalandise retenue, la Société Calédonienne de Commerce détiendra une part de marché inférieure à [0-5 %].
44. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire dans la zone de chalandise délimitée (principalement la commune de Nouméa).

### B. Sur les marchés amont de l'approvisionnement

45. La partie notifiante est déjà présente sur les marchés amont de l'approvisionnement en tant qu'acheteur pour l'approvisionnement de la boutique de la station-service Shell de [< à 300 m<sup>2</sup>] situé à Auteuil dans le Grand Nouméa.
46. Cependant, l'opération n'aura qu'un très faible impact sur les marchés amont de l'approvisionnement dans la mesure où les deux fonds de commerce détenus par M. Steeve Clavier représentent moins de [0-5 %] des approvisionnements locaux auprès des principaux grossistes-importateurs.

---

<sup>8</sup> Il existe des effets verticaux lorsque la ou les parties à l'opération sont présentes à différents niveaux de la chaîne de valeur. Par exemple, le distributeur a également une activité de producteur et/ou de grossiste pour des produits susceptibles d'être distribués à l'aval.

<sup>9</sup> L'hypermarché Casino Sainte-Marie, l'hypermarché Casino Johnston, les supermarchés Casino (Port Plaisance et Belle-vie), les supermarchés Champion (Magenta, Ngea, et Alma), le Supermarché U Mageco, le Carrefour Market Orphelinat, les magasins Leader Price (Magenta, Plexus et Rivière salée), le Simply Market Michel ange ou encore les magasins Discount Trianon et Magenta.

47. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est pas de nature à créer ou renforcer une puissance d'achat à l'égard des fournisseurs susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement.

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

---

48. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant en l'acquisition du fonds de commerce de la société Valco SA, (« Casino » situé à la Vallée des colons à Nouméa) par la SCC et le changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché », n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés.
49. Cette conclusion ne fait pas obstacle à un examen *ex post* du comportement de cet opérateur si son comportement venait ultérieurement à soulever des préoccupations de concurrence, à travers le dispositif prévu par l'article Lp. 422-1 du code de commerce qui prévoit qu' « *en cas d'existence d'une position dominante détenue par une entreprise ou un groupe d'entreprises, qui soulève des préoccupations de concurrence du fait de prix ou de marges élevés, que l'entreprise ou le groupe d'entreprises pratique, en comparaison des moyennes habituellement constatées dans le secteur économique concerné, ou lorsqu'une entreprise ou un groupe d'entreprises détient, dans une zone de chalandise, une part de marché dépassant 25 %, représentant un chiffre d'affaires supérieur à 600 000 000 F.CFP, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie peut faire connaître ses préoccupations de concurrence à l'entreprise ou au groupe d'entreprises en cause, qui peut dans un délai de deux mois, lui proposer des engagements dans les conditions prévues à l'article Lp. 431-5.* »
50. Par ailleurs, l'autorisation ne fait pas non plus obstacle à la mise en œuvre de l'article Lp. 421-2 (sur les abus de position dominante) si une position dominante ou position dominante collective venait à être détectée ultérieurement et qu'un abus devait être relevé.
51. Cette décision ne préjuge pas, en outre, des conclusions d'une éventuelle analyse des accords conclus par le notifiant au regard des dispositions de l'article Lp. 421-2-1 du code de commerce interdisant les accords exclusifs à l'importation.
52. Il convient enfin de souligner que l'autorisation ne vaut que pour l'opération qui a été notifiée auprès du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, consistant en l'acquisition du fonds de commerce de la société Valco SA par la Société Calédonienne de Commerce et au changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Korail partenaire Intermarché ».