



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

**Décision n° 2018-DEC-07 du 30 août 2018**  
**relative à l'agrandissement de 192,17 m<sup>2</sup> de la surface de vente du commerce de détail**  
**sous enseigne « Best Supermarket » situé à Savannah sur la commune de Païta**

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

Vu le dossier de notification adressé complet à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie le 06 août 2018, relatif à l'agrandissement de 192,17 m<sup>2</sup> de la surface de vente du commerce de détail sous enseigne « Best Supermarket » portant la surface commerciale totale du magasin à 538 m<sup>2</sup> ;

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

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

Vu la proposition du service d'instruction du 28 août 2018 visant à autoriser l'opération, enregistrée sous le n° 2018-EC-007 en application du III de l'article Lp. 432-3 du code de commerce ;

Adopte la décision suivante :

## ***I. Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant***

---

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

1. Conformément à l'article Lp. 432-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie (ci-après, le « code de commerce ») :  
*« Est soumis au régime d'autorisation défini par le présent chapitre :  
(...)  
2° toute mise en exploitation, dans un magasin de commerce de détail déjà en exploitation, d'une nouvelle surface de vente, lorsque la surface totale de vente de ce magasin est ou devient supérieure à 350 m<sup>2</sup>.*
2. En l'espèce, l'opération consiste en l'agrandissement de 192,17 m<sup>2</sup> de la surface de vente du commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Best Supermarket » situé à Savannah sur la commune de Païta. A l'issue de l'opération, la surface totale de vente de ce magasin passera de 345,82 m<sup>2</sup> à 538 m<sup>2</sup>.

3. Selon les déclarations de l'exploitant, cette nouvelle surface de vente permettra de créer une boucherie à l'intérieur du magasin et d'offrir un espace plus important pour les produits surgelés et frais, ainsi qu'un espace de plats à emporter.
4. En ce qu'elle porte sur l'agrandissement d'un magasin de commerce de détail dont la surface de vente sera supérieure à 350 m<sup>2</sup>, la présente opération constitue une opération visée à l'article Lp. 432-1 du code de commerce soumise à autorisation préalable de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie en vertu de l'article Lp. 432-2 de ce même code.

## ***B. Présentation de l'exploitant***

5. La société Best Supermarket Sarl exploite actuellement le magasin sous enseigne « Best Supermarket » situé dans le centre commercial de Savannah sur la commune de Païta. Elle est détenue par la Sarl Best Holding à hauteur de 100 %. Cette holding est elle-même détenue à hauteur de [...] % par M. Peter Kalinowski et à hauteur de [...] % par M. Maurice Do qui en sont tous les deux gérants.
6. Best Holding détient également à hauteur de 100 % la société agissant sous le nom commercial « d'une île à l'autre » qui exerce une activité de restauration au sein du même centre commercial. Cette activité est mise en sommeil<sup>1</sup> depuis le 5 avril 2018 afin de permettre la réalisation des travaux d'agrandissement du commerce de détail sous enseigne « Best Supermarket », qui occuperont désormais l'espace dévolu actuellement à ce restaurant.
7. Par ailleurs, la société Best Butcher Sarl a été créée le 24 mai 2018 dans le but de gérer la future activité de boucherie-charcuterie développée à l'intérieur du magasin. Cette société est détenue actuellement à hauteur de [...] % par M. Do, de [...] % par M. Kalinowski et de [...] % par la Sarl Best Supermarket.
8. Les personnes physiques associés-gérants de la société « Best Supermarket » ne détiennent pas d'autres entreprises présentes sur le marché aval de la distribution alimentaire ni sur les marchés amont de l'approvisionnement<sup>2</sup>.

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

---

9. 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.
10. En l'espèce, le marché concerné par l'opération est celui de la distribution au détail à dominante alimentaire. En effet, environ [70-80] % du chiffre d'affaires du magasin est (et restera) généré par la vente de produits alimentaires.

---

<sup>1</sup> Selon l'extrait KBis en date du 26 août 2018 cette société n'est ni en sauvegarde, ni en redressement ni en liquidation judiciaire. Elle a été mise en sommeil à compter du 05 avril 2018 et n'a donc à ce jour plus d'activité.

<sup>2</sup> M. Do, associé minoritaire de la société exploitant l'espace boucherie exerce seulement une activité de maraicher en tant qu'entrepreneur individuel.

11. Pour leur part, les marchés amont de l'approvisionnement ne feront pas l'objet d'une présentation détaillée ni d'une analyse concurrentielle approfondie dans la mesure où le déclarant n'exerce pas d'activité sur ces marchés. En outre, l'exploitant détiendra une part de marché inférieure à 25 % dans la zone de chalandise concernée.
12. Par conséquent, l'opération sera uniquement analysée sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire<sup>3</sup>.

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

13. Les autorités de concurrence<sup>4</sup> distinguent en général six catégories de commerce, en utilisant notamment les critères de taille des magasins, leurs techniques de vente, leur accessibilité, la nature du service rendu et l'ampleur des gammes de produits proposés : (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 et (vi) la vente par correspondance.
14. Il convient toutefois de rappeler que ces seuils doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce, lorsque des magasins dont la surface est située à proximité d'un seuil (en-dessous ou au-dessus), sont susceptibles de se trouver en concurrence directe.
15. Par ailleurs, la pratique décisionnelle nationale<sup>5</sup> considère que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories. En effet, un hypermarché peut être habituellement utilisé par certains consommateurs comme un magasin de proximité, en substitution d'un supermarché. En revanche, la réciproque n'est presque jamais vérifiée et l'est d'autant moins que la taille de l'hypermarché en question est importante. Il en résulte que si le magasin cible est un hypermarché, l'analyse est effectuée, d'une part, sur un marché comprenant uniquement les hypermarchés (« zone secondaire »), et d'autre part, sur un marché comprenant les supermarchés et les formes de commerces équivalentes (hypermarchés, discompteurs et magasins populaires) hormis le petit commerce de détail (moins de 400 m<sup>2</sup>) (« zone primaire »)<sup>6</sup>.
16. En l'espèce, après agrandissement, le commerce de détail sous enseigne « Best Supermarket » disposera d'une surface de vente de 538 m<sup>2</sup>, ce qui le fait entrer dans la catégorie des supermarchés.

---

<sup>3</sup> Conformément au point III.A.1 de l'annexe 1 à l'arrêté n° 2018-43/GNC du 9 janvier 2018, précité.

<sup>4</sup> Voir, par exemple, la décision de l'Autorité métropolitaine de la concurrence n° 18-DCC-65 du 27 avril 2018 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Zormat, Les Chênes et Puech Eco par la société Carrefour Supermarchés France.

<sup>5</sup> Voir la décision n° 18-DCC-65 précitée, point 15 ; voir également les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence métropolitaine du 10 juillet 2013 relatives au contrôle des concentrations, point 364 et disponible à l'adresse suivante : [http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?lang=fr&id\\_rub=325&id\\_article=2121](http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?lang=fr&id_rub=325&id_article=2121)

<sup>6</sup> Cette approche a été celle suivie par le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie dans ses décisions les plus importantes en matière de commerces de détail à dominante alimentaire. Voir les arrêtés n° 2016-1811/GNC du 30 août 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la Société des Supermarchés du Nord (Groupe Bernard Hayot), d'un hypermarché à enseigne « Géant » à Dumbéa-sur-Mer ; n° 2016-2563 du 22 novembre 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la SAS SCD, d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne « Hyper U » d'une surface de vente de 5 500 m<sup>2</sup> situé à Anse Uaré, Ducos, commune de Nouméa ; n° 2016-2565 du 22 novembre 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la SAS SCD PAITA, d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne « Hyper U » d'une surface de vente de 3 000 m<sup>2</sup> situé à Païta.

## 2. Le marché géographique

17. S'agissant des supermarchés, l'analyse concurrentielle est menée sur une zone de chalandise correspondant au marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des supermarchés et formes de commerces équivalentes situés à moins de 15 minutes de déplacement en voiture<sup>7</sup>. Ces dernières formes de commerce peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs, les discompteurs et les magasins populaires<sup>8</sup>.
18. D'autres critères peuvent néanmoins être pris en compte pour évaluer l'impact d'une opération sur la situation de la concurrence sur les marchés de la distribution de détail, ce qui peut conduire à affiner les délimitations usuelles en zones isochrones, tels que l'analyse du comportement réel des consommateurs (sondages, calcul de ratio de diversion) et des empreintes réelles des magasins cibles<sup>9</sup>.
19. Au cas d'espèce, le magasin « Best Supermarché » est certes un petit supermarché, plus proche d'une supérette, mais il est intégré à un centre commercial situé le long de la voie express, lequel dispose d'un parking. Ce centre commercial est ainsi susceptible d'attirer une clientèle plus large qu'une clientèle résidentielle de proximité. La partie notificante reconnaît elle-même que cette situation justifie de retenir un temps de parcours de 15 minutes en voiture.
20. Au cas d'espèce, l'analyse concurrentielle sera menée sur une zone de chalandise de 15 minutes de déplacement en voiture autour du magasin cible.

### III. Analyse concurrentielle

---

21. 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* ».
22. Dans la zone de chalandise concernée (sud de Païta), le magasin cible sera confronté à la concurrence de deux supermarchés « Korail » et des hypermarchés « Géant » et « Carrefour Kenu-In »<sup>10</sup>.

---

<sup>7</sup> La pratique décisionnelle métropolitaine considère que le recours à une zone de chalandise de 15 minutes de trajet en voiture, traditionnellement utilisé pour les supermarchés, apparaît peu pertinent s'agissant du commerce de proximité. Elle a ainsi relevé que « *le commerce d'alimentation générale de proximité se caractérise par une clientèle composée majoritairement de personnes habitant à moins de 500 mètres du point de vente, se rendant à pied sur le lieu de vente et réalisant des achats de faible montant* », tout en soulignant que la délimitation de ces zones de chalandise doit tenir compte des spécificités locales affectant l'accessibilité de ces magasins. Voir les décisions n° 12-DCC-112 du 3 août 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société SNC Schlecker par la société Système U Centrale Régionale Sud, point 21 ; et n° 10-DCC-25 du 19 mars 2010 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Louis Delhaize par la société H Distribution (groupe Hoio), point 19.

<sup>8</sup> Voir la décision n° 18-DCC-65 précitée, point 17.

<sup>9</sup> Voir la décision n° 18-DCC-65 précitée, point 18.

<sup>10</sup> Dans le cadre de la présente opération, la prise en compte ou non du projet d'ouverture de l'hypermarché « Hyper U » de Païta (3 000m<sup>2</sup>) autorisé par l'arrêté du gouvernement n° 2016-1347/GNC du 28 juin 2016 est sans incidence sur la conclusion de l'analyse concurrentielle. L'hypothèse la plus conservatrice conduit à ne pas le retenir dans le calcul des parts de marché.

## Répartition des parts de marché dans la zone de chalandise du « Best Supermarket »

Groupe de Distribution	Enseigne	Parts de marché			
		Surface (m <sup>2</sup> )	Avant l'opération	Surface (m <sup>2</sup> )	Après l'opération
Sarl Best Supermarket	Best Supermarket	[...]m <sup>2</sup>	[0-10] %	[...] m <sup>2</sup>	[0-10] %
Kenu-In	Carrefour Kenu-In	[...]	[50-60] %	[...]	[50-60] %
SARL Korail Market	Korail Market (ZAC Panda)	[...]	[0-10] %	[...]	[0-10] %
Sarl Auguste	Korail Market (Païta)	[...]	[0-10] %	[...]	[0-10] %
GBH	Géant Dumbéa	[...]	[30-40] %	[...]	[30-40] %
<b>TOTAL</b>		<b>12 811</b>	<b>100%</b>	<b>13 003</b>	<b>100 %</b>

23. A l'issue de l'opération, dans un rayon de 15 minutes en voiture autour du magasin cible le supermarché « Best Supermarket » détiendra une part de marché de l'ordre de [0-10] % (en surface de vente), contre un peu plus de [0-10] % actuellement.
24. Dans cette zone de chalandise, le magasin cible fera face à la concurrence des supermarchés franchisés sous enseigne « Korail » et des deux hypermarchés « Carrefour » et « Géant ». En outre, compte tenu de sa taille relativement petite pour un supermarché, le magasin « Best Supermarket » est susceptible d'être soumis à la pression concurrentielle des supérettes sous enseigne « Carrefour Express » et « Arizona »<sup>11</sup> respectivement situés à Nakutakoin (au Sud de Païta) et dans le centre-ville de Païta, non prises en compte dans le calcul des parts de marché.
25. 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 concernée. Au contraire, l'agrandissement d'un supermarché indépendant sous l'enseigne « Best Supermarket » est de nature à dynamiser la zone de chalandise en cause.

### IV. Conclusion

26. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant en l'agrandissement de la superficie de la surface de vente de 192,17 m<sup>2</sup> du magasin sous enseigne « Best Supermarket », situé dans le centre commercial de Savannah sur la commune de Païta, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire.

<sup>11</sup> Compte tenu de leur surface de vente respective de 225 m<sup>2</sup> et de la notoriété des enseignes.

## DECIDE

**Article 1<sup>er</sup>** : L'opération notifiée sur le numéro 2018-EC-007 est autorisée.

**Article 2** : Conformément à l'article Lp. 450-9 du code de commerce, la présente décision occultée des secrets d'affaires sera publiée au *Journal officiel* de la Nouvelle-Calédonie.

La Présidente de l'Autorité de la concurrence,

Aurélie Zoude-Le Berre



DÉCISION EXPURGÉE  
DU SECRET DES AFFAIRES