



Autorité de la Concurrence
de la Nouvelle-Calédonie

Décision n° 2018-DEC-08 du 28 septembre 2018
relative au changement d'enseigne du magasin « Casino Johnston » au profit de
l'enseigne « Johnston Supermarché »

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 18 septembre 2018, relatif au changement d'enseigne du magasin « Casino Johnston », situé 8, rue Anatole France à Nouméa, au profit de l'enseigne « Johnston Supermarché » ;

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 27 septembre 2018 visant à autoriser l'opération, enregistrée sous le n° 2018-EC-09 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 de la partie notificante

A. Contexte de l'opération

1. Par arrêté n° 2016-1811/GNC1 du 30 août 2016, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a autorisé, sous engagements, la Société des Supermarchés du Nord (filiale du groupe Bernard Hayot GBH) à ouvrir et exploiter un commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface de 4.500 m², sous enseigne « Géant » à Dumbéa sur-mer.
2. Cette autorisation a été conditionnée à la mise en œuvre, par le groupe GBH, d'engagements annexés à l'arrêté mentionné ci-dessus, tels qu'ils figurent dans la Lettre d'engagements du groupe GBH datée du 27 juillet 2016. Parmi ces engagements, figurent ceux :
 - de céder la totalité de la participation ([confidentiel]) du capital social et des droits de vote) détenue par sa filiale, la société Sodima SAS, dans le capital de la société

¹ Voir l'Arrêté n°2016-1811/GNC du 30 août 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la Société des Supermarchés du Nord (Groupe Bernard Hayot), d'un hypermarché à enseigne Géant à Dumbéa.

Johnston Distribution SAS, exploitant le magasin « Casino Johnston » situé 8, rue Anatole France à Nouméa ;

– et de résilier les contrats de sous affiliation et gestion correspondants.

3. Dans ce contexte, le 28 juin 2018, les sociétés Sodima SAS et N'Johnston SAS ont conclu un contrat de cession de titres, portant sur les [confidentiel] du capital social de la société Johnston Distribution SAS, détenus par la société Sodima SAS, au profit de la société N'Johnston SAS.
4. L'article 4 du contrat de cession prévoit que la réalisation de l'opération est expressément soumise à la réalisation cumulée des conditions suspensives suivantes :
 - l'obtention avant le 12 septembre 2018, date impérative par la société des supermarchés du Nord, de l'approbation par l'Autorité du contrat de cession de titres de la société Sodima dans la société Johnston Distribution SAS par la société N'Johnston SAS ;
 - l'obtention, avant le 31 décembre 2018, date impérative, par la Johnston Distribution, de la décision de l'Autorité, définitive et purgée de tout recours, portant autorisation, conformément aux dispositions des articles Lp. 432-1 et suivants du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, du changement d'enseigne commerciale du magasin de commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface supérieure à 350 m², actuellement exploité sous l'enseigne « Casino Johnston » ».
5. Par lettre du 8 septembre 2018, la présidente de l'Autorité a bien agréé le contrat de cession conclu, conformément aux points 12 à 14 de la Lettre d'engagements du groupe GBH prévoyant que le contrat de cession doit être approuvé par l'Autorité de la concurrence à l'aune des exigences requises par l'acquéreur, telles que définies au point 11 de la Lettre d'engagements.

B. L'opération envisagée

6. Conformément à l'article Lp. 432-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie (ci-après, le « code de commerce ») :
7. « *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 m², et tout changement de secteur d'activité d'un tel magasin ;*
 - 4° *toute reprise, par un nouvel exploitant, d'un magasin de commerce de détail dont la surface de vente est supérieure à 350 m² sauf lorsque l'opération constitue une opération de concentration notifiable au sens des articles Lp. 431-1 et Lp. 431-2 du code de commerce ».*
8. En l'espèce, l'opération notifiée consiste au changement d'enseigne de l'hypermarché exploité sous l'enseigne « Casino Johnston » depuis 1995 par la société Johnston Distribution SAS, au profit de l'enseigne « Johnston Supermarché », dans le cadre du rachat par la société N'Johnston de la participation de la société Sodima dans la société Johnston Distribution SAS. Ce changement d'enseigne n'est pas accompagné d'un agrandissement de la surface totale de vente.
9. L'hypermarché concerné, situé au 8, rue Anatole France dans la commune de Nouméa, dispose d'une surface de vente de 2.798 m².

10. En ce qu'elle porte sur le changement d'enseigne d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente de plus de 350 m², la présente opération constitue une opération visée à l'article Lp. 432-1 du code de commerce précité 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.

C. Présentation de la partie notifiante

11. La partie notifiante est la société Johnston Distribution SAS qui exploite le magasin sous enseigne « Casino Johnston ».
12. Actuellement, la société Johnston Distribution SAS est détenue à hauteur de [confidentiel] par la société N° Johnston Distribution SAS, de [confidentiel] par la société Sodima SAS, filiale à 100 % du groupe GBH et de [confidentiel] par la société Promod SARL. La participation de la société N° Johnston SAS dans le capital de la société Johnston Distribution SAS atteindra [confidentiel], lorsque le rachat des titres [confidentiel] de la société Sodima SAS par la société N° Johnston SAS, sera effectif.
13. La société N° Johnston SAS est, quant à elle, détenue à [confidentiel] par M. Richard Johnston et à [confidentiel] par la société TRJ Invest SARL, elle-même détenue à [confidentiel] par M. Eric Johnston et à [confidentiel] par M. Philip Johnston. L'objet social de la société TRJ Invest SARL est notamment : « *L'achat, la vente en gros et au détail, l'échange, l'importation, l'exportation, le conditionnement, la transformation (...) de tous produits, objets et marchandises de toute nature et de toutes provenances. L'acquisition sous toutes formes, la propriété et la gestion de tous titres de participation ou de placement (...). La fourniture de prestations de toute nature au profit des entreprises (...)* ».
14. La société TRJ Invest SARL importe des produits spécifiques d'origine australienne, néozélandaise, asiatique et américaine ainsi que des matériaux spécifiques d'aménagement et d'équipement qu'elle revend quasi-exclusivement à la société Johnston Distribution SAS.
15. Par le biais de ses différentes filiales, la société N° Johnston Distribution SAS est présente en Nouvelle-Calédonie dans les domaines du commerce de détail à dominante alimentaire (Johnston Distribution SAS), du commerce de bateau de plaisance, remorques, moteurs marins, pièces et accessoires de bateaux (société Johnston Plaisance SARL, détenue à [confidentiel]), dans l'élevage bovin (Société d'Élevage de Muéo SARL, détenue à [confidentiel]) et, dans une moindre mesure, dans la distribution automobile dédiée aux marques Ford et Land Rover (Société Johnston & Cie SAS, détenue à [confidentiel]).

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 du code précité (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. Selon la pratique constante des autorités de concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire. Il s'agit, d'une part, des marchés « aval », de dimension locale, qui mettent en présence les entreprises de commerce de détail et les consommateurs pour la vente de biens de consommation et, d'autre part, des

marchés « amont » de l’approvisionnement des entreprises de commerce de détail en biens de consommation courante, de dimension nationale.

18. En l’espèce, l’opération sera analysée uniquement sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire dans la mesure où le groupe Johnston, par l’intermédiaire de la société TRJ Invest SARL, n’est présent que de façon marginale sur le marché amont de l’approvisionnement des entreprises de commerce de détail en biens de consommation courante. En effet, la société TRJ Invest SARL achète des produits spécifiques d’origine étrangère pour les revendre à la filiale Johnston Distribution SAS ([confidentiel]) et n’a pas d’autres clients dans le secteur de la grande distribution (alimentaire et non-alimentaire). La part du chiffre d’affaires réalisé par le supermarché liée à la vente de ces produits spécifiques est également résiduelle (moins de 5 %).

A. Le marché des produits

19. Les autorités de concurrence distinguent en général six catégories de commerce², 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 m²), (ii) les supermarchés (entre 400 et 2.500 m²), (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail ou supérettes (entre 120 et 400 m²), (v) les maxidiscompteurs et (vi) la vente par correspondance.
20. 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.
21. Par ailleurs, la pratique décisionnelle nationale considère que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories³. 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. En conséquence, si le magasin cible est un hypermarché, l’analyse est effectuée sur un marché comprenant uniquement les hypermarchés, d’une part (« zone primaire »), et sur un marché comprenant les supermarchés et les formes de commerces équivalentes (hypermarchés, discompteurs et magasins populaires) hormis le petit commerce de détail (moins de 400 m²), d’autre part (« zone secondaire »)⁴.
22. En l’espèce, le magasin concerné par l’opération dispose d’une surface de vente de 2.798 m², ce qui le fait rentrer dans la catégorie des hypermarchés.

² Voir, par exemple, la décision de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n° 18-DCC-65 du 27 avril 2018 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Zormat, Les Chênes et Puech Eco par la société Carrefour Supermarchés France.

³ 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.

⁴ 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 m² situé à Anse Uaré, Ducos, commune de Nouméa ; n° 2016-2565 du 22 novembre 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la SAS SCD PAITA, d’un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne « Hyper U » d’une surface de vente de 3 000 m² situé à Païta.

B. La délimitation géographique

23. Dans ses décisions relatives à des opérations concernant des hypermarchés, l'Autorité de la concurrence métropolitaine a rappelé que deux types de marchés sont usuellement distingués, sur la base des zones de chalandise⁵ :
- un premier marché où se rencontrent la demande des consommateurs d'une zone et l'offre des hypermarchés auxquels ils ont accès en moins de 30 minutes de déplacement en voiture et qui sont, de leur point de vue, substituables entre eux ;
 - un second 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. Ces dernières formes de commerce peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs.
24. 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 cibles⁶.
25. Au cas d'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations géographiques du marché.

III. Analyse concurrentielle

26. Conformément aux critères mentionnés au premier alinéa de l'article Lp. 432-4 du code de commerce, l'Autorité examine « *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* ».
27. Les parts de marché de la société Johnston Distribution SAS et de ses principaux concurrents sur les zones primaire et secondaire sont calculées selon les enseignes et les groupes de distributions en concurrence.

A. Les parts de marché de la société Johnston Distribution SAS et de ses principaux concurrents sur la zone primaire

28. Dans la zone primaire correspondant à une zone de 30 minutes de temps de déplacement en voiture autour du magasin cible, le magasin sous enseigne « Johnston Supermarché » sera confronté à la concurrence de trois hypermarchés : l'hypermarché

⁵ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-166 du 12 octobre 2017 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés orthaly et Yvalor par la société U Enseigne.

⁶ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 18-DCC-65 précitée, point 18.

« Carrefour Kenu In » et les hypermarchés « Géant Sainte Marie » et « Géant Dumbéa-sur-Mer »⁷.

**Répartition des parts de marché dans la zone primaire de chalandise du magasin
« Johnston Supermarché » selon les groupes de distribution et les enseignes en
concurrence**

Groupe de Distribution	Enseigne	Surfaces (en m ²)	Parts de marché (en %)
Johnston	Johnston Supermarché (Nouméa)	2 798	[10-20]
GBH	Géant Dumbéa (Dumbéa) ⁸	[...]	[20-30]
	Géant Sainte-Marie (Nouméa)	[...]	[20-30]
Total GBH		[...]	[50-60]
Kenu In Distribution	Carrefour Kenu In (Dumbéa)	[...]	[30-40]
TOTAL GENERAL		[...]	100,00

29. Comme le précise le tableau supra, à l'issue du changement d'enseigne en cause, dans la zone de chalandise primaire considérée, les parts de marché de la société Johnston Distribution SAS et celle de l'enseigne « Johnston Supermarché » ne dépasseront pas [10-20] % en surface de vente.
30. 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 primaire.

B. Les parts de marché de la société Johnston Distribution SAS et de ses principaux concurrents sur la zone secondaire

31. Dans la zone secondaire correspondant à une zone de 15 minutes de temps de déplacement en voiture autour du magasin cible, le magasin sous enseigne « Johnston Supermarché » sera confronté à la concurrence de nombreux supermarchés et des trois hypermarchés mentionnés ci-dessus.

⁷ Dans le cadre de la présente opération, la prise en compte ou non des projets de création des « Hyper U » d'Anse Uaré (5 500 m²) et de Païta (3 000 m²) autorisés par les arrêtés du gouvernement n° 2016-1345 et n° 2016-1347/GNC du 28 juin 2016 est sans incidence sur les conclusions de l'analyse concurrentielle. L'hypothèse la plus conservatrice conduit à ne pas les retenir dans le calcul des parts de marché.

⁸ L'hypermarché Géant de Dumbéa-sur-Mer est distant de 18 minutes en voiture du magasin cible. La non-prise en compte de ce magasin serait sans incidence sur l'analyse concurrentielle puisque les parts de marché du groupe Johnston seraient alors de 11,60 %.

Répartition des parts de marché dans la zone de chalandise secondaire du magasin « Johnston Supermarché » par groupe de distribution et selon les enseignes en concurrence

Groupe	Enseignes	Magasin (implantation)	Total surfaces (m²)	Part de marché (en %)
Johnston	Johnston Supermarché	Nouméa	2 798	[5-10]
GBH	Géant	Sainte-Marie (Nouméa)	[...]	[30-40]
	Géant	Dumbéa-sur-Mer (Dumbéa)	[...]	
	Casino	Belle-Vie (Nouméa)	[...]	[5-10]
	Casino	Port-Plaisance (Nouméa)	[...]	
	Leader-Price	Magenta (Nouméa)	[...]	[5-10]
	Leader-Price	Ducos (Nouméa)	[...]	
Total GBH			[...]	[40-50]
Kenu In Distribution	Champion	Alma (Nouméa)	[...]	[10-20]
	Carrefour Market	Magenta (Nouméa)	[...]	
	Champion	N'Géa (Nouméa)	[...]	
	Carrefour Market	Orphelinat (Nouméa)	[...]	
	Carrefour Express	Ducos (Nouméa)	[...]	[0-5]
Total			[...]	[10-20]
Heli	Super U	Kaméré (Nouméa)	[...]	
	Super U	Magéco (Nouméa)	[...]	
	Super U	Rivière Salée	[...]	
Total			[...]	[10-20]
Gehin	Simply Market	Trianon (Nouméa)	[...]	[5-10]
Clavier	Korail	Vallée des Colons (Nouméa)	[...]	[0-5]
Pentecost	Discount Trianon	Trianon	[...]	[0-5]
TOTAL			[...]	100

32. A l'issue de l'opération, dans un rayon de 15 minutes en voiture autour du magasin cible, l'hypermarché sous enseigne « Johnston Supermarché » détiendra une part de marché inférieure à 10 % en surface de vente.
33. Dans cette zone de chalandise, le magasin cible fera face à la concurrence du groupe GBH [40-50] %, à celle du groupe Kenu In [10-20] %, ainsi qu'à celles de franchisés des enseignes « Super U » [10-20] %, « Simply Market » [5-10] %, « Korail » [0-5] % et du discountier « Discount » [0-5] %, lesquels représentent un quart de l'offre commerciale en surface de vente.
34. Il en résulte que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire dans la zone de chalandise secondaire concernée. Au contraire, l'arrivée de la nouvelle enseigne « Johnston Supermarché » est de nature à dynamiser la concurrence sur cette zone, laquelle est actuellement dominée par les deux principaux groupes de distribution alimentaire (GBH et Carrefour Kenu-In).

IV. Conclusion

35. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant au changement d'enseigne de l'hypermarché « Casino Johnston » au profit de l'enseigne « Johnston Supermarché » d'une surface de vente de 2.798 m² sur la commune de Nouméa, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire.

DECIDE

Article 1^{er} : L'opération notifiée sur le numéro 2018-EC-009 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