



Autorité de la Concurrence  
de la Nouvelle-Calédonie

**Décision n° 2021-DEC-02 du 28 janvier 2021**

**relative à une extension de 79,67 m<sup>2</sup> de la surface de vente du supermarché à l'enseigne « Casino Port Plaisance » situé sur la commune de Nouméa**

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 1<sup>er</sup> décembre 2020 et enregistré sous le numéro 20-0037EC, relatif à une extension de 79,67 m<sup>2</sup> de la surface de vente du supermarché à l'enseigne « Casino Port Plaisance » situé sur la commune de Nouméa ;

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 les autres pièces du dossier ;

Vu le rapport du service d'instruction du 26 janvier 2021 proposant d'autoriser la présente opération en application du deuxième alinéa du III de l'article Lp. 432-3 précité ;

Adopte la décision suivante,

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

---

### A. Présentation de l'exploitant

1. Le supermarché « Casino Port Plaisance » est exploité par la société Supermarché Port Plaisance, société par actions simplifiée, immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 214 049 depuis le 03 janvier 1989<sup>1</sup>.
2. La SAS Supermarché Port Plaisance, est une filiale à [>50] % du groupe Bernard Hayot (ci-après le groupe « GBH ») dont la société mère est la société Groupe Bernard Hayot, société par actions simplifiée immatriculée au RCS de Fort-de-France en Martinique sous le numéro 352 821 664 depuis le 21 décembre 1989<sup>2</sup>.
3. L'actionnariat de la société Groupe Bernard Hayot se compose comme suit<sup>3</sup> :

[Confidentiel]

*Source : Dossier de notification*

4. Le groupe GBH a été fondé en 1960 par monsieur Bernard Hayot. Initialement implanté en Martinique et actif dans le secteur du rechapage de pneumatiques, le groupe GBH a progressivement diversifié ses implantations territoriales et ses domaines d'activités. Il s'est ainsi développé aux Antilles, à la Réunion, en Guyane française, à Cuba, à Saint Domingue, à Trinidad et Tobago, en France métropolitaine, en Nouvelle-Calédonie, en Algérie, au Maroc, au Ghana et en Chine<sup>4</sup>.
5. Le groupe GBH est principalement présent en Nouvelle-Calédonie dans les secteurs de la distribution automobile (de marques Hyundai, Nissan et Mitsubishi) et du commerce de détail à dominante alimentaire. Il exploite deux hypermarchés à l'enseigne « Géant », trois supermarchés à l'enseigne « Casino », huit magasins « Leader Price » et une supérette à l'enseigne « Vival »<sup>5</sup>.
6. Le groupe GBH est aussi présent dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire depuis l'acquisition, par le groupe GBH, des actifs commerciaux du groupement d'entreprises

---

<sup>1</sup>Voir l'extrait Kbis de la société Supermarché Port Plaisance, annexe 08, cotes 79 à 80 ; l'organigramme du groupe GBH en Nouvelle-Calédonie au 16 novembre 2020, annexe 04, cote 55.

<sup>2</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-06 du 27 juillet 2020 relative à l'ouverture d'un commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface commerciale de 348,40 m<sup>2</sup> sous l'enseigne « Leader Price Express » situé au sein du complexe « Plaza Apogoti » la commune de Dumbéa ; n° 2020-DEC-03 du 9 mars 2020 relative à l'ouverture d'un supermarché d'une surface de vente de 999 m<sup>2</sup> sous l'enseigne « Casino » situé sur la commune de Nouméa.

<sup>3</sup> Voir le §1.3 du dossier de notification, annexe 02, cotes 15 à 16.

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

<sup>5</sup> 7 commerces de détail alimentaire sous l'enseigne « Leader Price » auxquels s'ajoute le « Leader Price Express » d'Apogoti ouvert au mois d'août 2020 (voir le §1.4 du dossier de notification, annexe 02, cotes 18 à 19 ; la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-06 précitée).

communément désigné sous l'appellation groupe Lavoix<sup>6</sup> (hors activité de grossiste-importateur du groupe Lavoix que le groupe GBH n'a pas reprise)<sup>7</sup>.

7. L'activité du groupe GBH dans le secteur de la grande distribution en Nouvelle-Calédonie est exercée au travers de la société Polyanna SAS (ci-après « Polyanna »), laquelle est détenue à 100 % par le groupe GBH<sup>8</sup>.
8. La société Polyanna détient, à son tour, l'intégralité du capital social de la société SAS Sodima, laquelle exploite l'hypermarché « Géant Casino Sainte-Marie » à Nouméa. La société Polyanna détient à 100 % la SAS Maison Guy Courtot (ci-après « MGC »), laquelle exploite les huit supermarchés sous enseigne « Leader Price » de la Nouvelle-Calédonie, cinq de ces supermarchés étant localisés dans le Grand Nouméa<sup>9</sup>.
9. La société MGC approvisionne exclusivement les magasins du groupe GBH en Nouvelle-Calédonie en produits de marques de distributeurs (ci-après « MDD »)<sup>10</sup>.
10. Par ailleurs, la société Sodima détient la majorité du capital des sociétés exploitant trois supermarchés sous enseigne « Casino » ainsi que la supérette « Vival » de Koutio. Elle détient également l'intégralité de la Société des Supermarchés du Nord SARL qui exploite un hypermarché à l'enseigne « Géant » dans la zone d'aménagement concerté (ZAC) de Dumbéa-sur-Mer<sup>11</sup>.
11. En outre, le groupe GBH détient [ $>50$ ] % des parts sociales de la société Dolibam SARL, laquelle détient également [ $>50$ ] % de la société Naturabam SNC qui exploite deux commerces de détail spécialisés en produits bio sous l'enseigne « Naturalia » à Nouméa et Dumbéa.

---

<sup>6</sup> Voir en ce sens la décision n°2020-DEC-06 précitée.

<sup>7</sup> Voir l'organigramme du groupe GBH en Nouvelle-Calédonie au 16 novembre 2020, annexe 04, cote 55.

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> *Ibid.*

<sup>10</sup> *Ibid.*

<sup>11</sup> Voir le §1.4 du dossier de notification, annexe 02, cote 18.

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

12. L'opération consiste en une extension de 79,67 m<sup>2</sup> de la surface de vente du supermarché « Casino Port Plaisance », situé dans la galerie commerciale « Port Plaisance » à Nouméa<sup>12</sup>.
13. Le centre commercial « Port Plaisance » au sein duquel le supermarché « Casino Port Plaisance » est exploité, appartient au Groupe Le Centre<sup>13</sup>.
14. Un contrat de bail a été conclu entre la SCI Port Plaisance et la SA Supermarché Port Plaisance le 08 août 2019 pour la location de six lots, dont quatre correspondant à l'extension de la surface commerciale du supermarché à l enseigne « Casino Port Plaisance »<sup>14</sup>.
15. Selon le dossier de notification du groupe GBH : « *L'opération envisagée consiste en une extension du supermarché « Port Plaisance » (ci-après, « le Supermarché Port plaisance »), à Nouméa, exploité par GBH sous l'enseigne Casino. Ce supermarché déménagerait certains de ses rayons pour les installer à proximité, dans une cellule située en face de l'entrée (ci-après, « le Supermarché post déménagement »), où serait ainsi exploitée l'activité bio du supermarché à l'enseigne Casino Bio d'une surface de 79 m<sup>2</sup> (ci-après « l'Opération ») ».*
16. Le nouvel ensemble s'intègre dans une galerie commerciale d'une surface totale d'environ 1 000 m<sup>2</sup> en rez-de-chaussée<sup>15</sup>.

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

17. Conformément à l'article Lp. 432-1 du 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 600 m<sup>2</sup>. »*
18. En l'espèce, la partie notifiante considère que le nouveau local de 79,67 m<sup>2</sup>, exploité sous l'enseigne « Casino bio », en face de l'entrée du supermarché « Casino Port Plaisance », n'est pas assimilable à l'ouverture d'un nouveau commerce de détail spécialisé dans la vente de produits bio mais constitue une extension du supermarché à travers le déménagement de ses rayons dédiés à l'activité bio<sup>16</sup>. Ainsi, l'extension envisagée porterait la surface de vente du supermarché « Casino Port Plaisance » de 800 m<sup>2</sup> à 879,67 m<sup>2</sup><sup>17</sup>.

---

<sup>12</sup> Voir le plan de sécurité de la boutique Casino Bio, annexe 16, cotes 137.

<sup>13</sup> Voir le §2.2 de la notification « pour régularisation d'ouverture » de la partie notifiante du 16 novembre 2020, annexe 01, cote 5.

<sup>14</sup> Voir le contrat de bail entre la SCI Port Plaisance et la société Supermarché Port Plaisance, annexe 07, cotes 60 à 77.

<sup>15</sup> Voir le §2.4.7 de la notification « pour régularisation d'ouverture » de la partie notifiante du 16 novembre 2020, annexe 01, cote 6.

<sup>16</sup> Voir le §2.1 de la notification « pour régularisation d'ouverture » de la partie notifiante du 16 novembre 2020, annexe 01, cote 5.

<sup>17</sup> Voir le plan de sécurité du supermarché Casino, annexe 16, cote 138.

19. L'Autorité partage cette analyse qui est confortée par le fait que la partie notifiante a indiqué à l'Autorité que le déménagement des rayons bio du supermarché dans le nouveau local est temporaire, le groupe GBH envisageant d'installer prochainement ses rayons dédiés aux boissons alcoolisées dans ce local pour se conformer à la délibération 13-2020/APS du 7 mai 2020 modifiant le code des débits de boissons, qui impose l'obligation aux établissements de 3e et 5e classes en Province Sud de créer des espaces de vente dédiés aux boissons alcooliques et fermentées.
20. L'Autorité en conclut que l'opération notifiée correspond à une extension de la surface de vente du supermarché à l'enseigne « Casino Port Plaisance » de 800 à 879,67 m<sup>2</sup>, lequel est situé au sein de la galerie commerciale « Port Plaisance » à Nouméa<sup>18</sup>.
21. Par conséquent, la présente opération est soumise au régime d'autorisation préalable de l'Autorité prévu par l'article Lp. 432-2 du code de commerce.
22. Il convient de préciser que la nouvelle surface de vente de 79,67 m<sup>2</sup> a été mise en exploitation le 24 juillet 2020<sup>19</sup>, tandis que le dossier de notification de l'opération a été adressé à l'Autorité le 23 novembre 2020 et déclaré complet le 1<sup>er</sup> décembre 2020, à la suite d'un courrier de mise en demeure par la Rapporteuse générale en date du 4 novembre 2020<sup>20</sup>.
23. La présente opération n'a donc pas fait l'objet d'une notification à l'Autorité avant sa réalisation, en contravention de l'article Lp. 432-2 du code de commerce, conduisant la Rapporteuse générale a demandé, outre sa régularisation auprès du groupe GBH, la saisine d'office de l'Autorité sur le défaut de notification afin d'engager des poursuites au titre du I de l'article Lp. 432-5 du code de commerce.

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

---

24. 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.
25. 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 des biens de consommation et, d'autre part, des marchés « amont », de l'approvisionnement, mettant en relation les entreprises de commerce de détail et leurs fournisseurs.

---

<sup>18</sup> Voir le §2.2 de la notification « pour régularisation d'ouverture » de la partie notifiante du 16 novembre 2020, annexe 01, cote 5.

<sup>19</sup> Voir le §2.4.3 de la notification « pour régularisation d'ouverture » de la partie notifiante du 16 novembre 2020, annexe 01, cote 6.

<sup>20</sup> Voir le courrier de la Rapporteuse Générale du 03 décembre 2020 précité et le courrier de la Rapporteuse Générale n° 2020-CS-141/RG du 04 novembre 2020, annexe 19, cotes 2011 à 212.

26. Au cas d'espèce, l'opération sera analysée sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire (A) ainsi que sur le segment de marché de la distribution de produits bio à dominante alimentaire (B) et sur les marchés amont de l'approvisionnement (C).

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

#### **1. Le marché de produits**

27. Les autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine<sup>21</sup> distinguent en général six catégories de commerce, en utilisant notamment les critères de taille des magasins, leurs techniques de vente, leur accessibilité, la nature du service rendu et l'ampleur des gammes de produits proposés :
- Les hypermarchés (magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>) ;
  - Les supermarchés (entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>) ;
  - Le petit commerce de détail ou supérettes (entre 120 et 400 m<sup>2</sup>) ;
  - Les maxi discompteurs ;
  - Le commerce spécialisé ;
  - La vente par correspondance.
28. Il convient toutefois de rappeler que les seuils ci-dessus 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.
29. Par ailleurs, la pratique décisionnelle métropolitaine et calédonienne considère que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories<sup>22</sup>. 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.

---

<sup>21</sup> Voir par exemple les décisions de l'Autorité n° 2020-DCC-15 du 28 décembre 2020 relative à la prise de contrôle exclusif par Monsieur Do de la SARL Michel Ange Tontouta, SARL Costaud's et la SCI Puay's ; n° 2020-DCC-14 du 28 décembre 2020 relative à la prise de contrôle exclusif par Monsieur et Madame Gehin de la SARL Best Supermarket et de la SARL Best Butche ; 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 ; 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-01 du 15 janvier 2020 relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Carrefour Market » d'une surface de vente de 1 318 m<sup>2</sup> situé dans la commune de Nouméa ; n° 2020-DEC-02 du 15 janvier 2020 relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Korail Ducos » d'une surface de vente de 630 m<sup>2</sup> situé dans la commune de Nouméa ; n°2020-DEC-06 et 2020-DEC-03 précitées ; la décision de l'autorité de la concurrence métropolitaine n° 18-DCC-65 précitée.

<sup>22</sup> *Ibid.*

30. Il en résulte que si le magasin cible est un hypermarché, l'analyse est effectuée sur un marché comprenant uniquement les hypermarchés, d'une part (« zone secondaire »), 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 m<sup>2</sup>), d'autre part (« zone primaire »)<sup>23</sup>.
31. En l'espèce, le commerce de détail « Casino Port Plaisance » dispose d'une surface de vente de 800 m<sup>2</sup> porté à 879,67 m<sup>2</sup> à l'issue de l'opération, entrant ainsi dans la catégorie des supermarchés.

## **2. Le marché géographique**

32. S'agissant des supermarchés, la pratique décisionnelle rappelle que l'analyse concurrentielle doit être menée sur la base d'une zone de chalandise correspondant au marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des supermarchés et formes de commerces équivalentes situés à moins de 15 minutes de déplacement en voiture. Ces dernières formes de commerce peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs, les maxidiscompteurs et les magasins populaires<sup>24</sup>.
33. D'autres critères peuvent néanmoins être pris en compte pour évaluer l'impact d'une opération sur la situation de la concurrence sur les marchés de la distribution de détail, ce qui peut conduire à affiner les délimitations usuelles en zones isochrones, tels que l'analyse du comportement réel des consommateurs (sondages, calcul de ratio de diversion) et des empreintes réelles des magasins cibles<sup>25</sup>.
34. Au cas d'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation.

## **B. Le marché aval de la distribution de produits « bio » à dominante alimentaire**

35. La question se pose de savoir s'il faut restreindre le marché pertinent de la distribution au détail à dominante alimentaire au segment des produits « bio », dans la mesure où l'extension du supermarché Casino Port Plaisance, dans un local situé face au supermarché, est provisoirement dédiée exclusivement à la vente de produits à dominante alimentaires « bio ».

### **1. Le marché de produits**

36. L'existence d'un marché de la distribution de produits « bio » à dominante alimentaire a été reconnue par l'autorité de la concurrence métropolitaine mais n'a pas fait, à ce jour, l'objet

---

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

<sup>24</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DCC-15, 2020-DCC-14, 2020-DEC-03, n°2020-DEC-02 et n°2020-DEC-01 précitées ; n° 2019-DEC-03 du 21 novembre 2019 relative à l'agrandissement de 1050 m<sup>2</sup> de la surface de vente du commerce de détail sous enseigne « Korail Païta » situé sur la commune de Païta ; n° 19-DEC-02 du 6 mars 2019 relative à l'ouverture d'un supermarché d'une surface de vente de 540 m<sup>2</sup> sous l'enseigne « Korail Apogoti » au sein du complexe « Les Jardins d'Apogoti » sur la commune de Dumbéa.

<sup>25</sup> *Ibid.*

d'une analyse approfondie<sup>26</sup>. Néanmoins, l'autorité de la concurrence métropolitaine a souligné dans sa décision n°14-DCC-173 du 21 novembre 2014 que le rapport concurrentiel entre les magasins alimentaires généralistes, pour certaines parties de leur assortiment, et les commerces spécialisés est limité, ce qui vaut également pour les magasins biologiques, lesquels constituent selon l'autorité de la concurrence métropolitaine : « *un type de magasin spécialisés* »<sup>27</sup>. Cette dernière relève cependant que : « *Le poids des magasins bio doit en outre encore être relativisé dans la mesure où les grandes surfaces alimentaires représentent près de la moitié des dépenses en produits biologiques* ».

37. Il convient ainsi de relever que l'autorité de la concurrence métropolitaine a récemment retenu l'existence d'une concurrence, à tout le moins asymétrique, de l'offre des GSA sur les produits distribués par les magasins spécialisés dans les produits surgelés qui permettait de justifier une analyse des marchés de la distribution au détail de produits surgelés intégrant à la fois les GSS et GSA<sup>28</sup>. Elle a également eu la même approche à l'égard de commerces de détail spécialisés en jouets<sup>29</sup> ou encore en produits de jardin<sup>30</sup>.
38. La pratique décisionnelle calédonienne récente relative à d'autres biens de consommation courante (produits surgelés, boissons alcooliques et fermentées, produits de bazar et de décoration, vêtements et chaussures d'entrée de gamme) a également reconnu l'existence d'un marché de la distribution au détail de produits spécifiques intégrant à la fois les GSA et les commerces spécialisés<sup>31</sup>.
39. Dans l'hypothèse d'une segmentation du marché de la distribution au détail à dominante alimentaire limitée aux produits bio, l'existence d'une concurrence, à tout le moins asymétrique, entre les rayons bio des GSA et l'offre des magasins spécialisés en produits bio serait envisageable.
40. En l'espèce, le groupe GBH exploite deux commerces de détail spécialisés en produits bio sous l'enseigne « Naturalia » dans le Grand Nouméa et distribue également des produits bio dans

---

<sup>26</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 19-DCC-31 du 28 février 2019 relative à la prise de contrôle exclusif de la société So.bio par la société Carrefour France.

<sup>27</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 14-DCC-173 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Dia France SAS par la société Carrefour France SAS.

<sup>28</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 20-DCC-06 du 15 janvier 2020 relative à la prise de contrôle conjoint du Groupe Picard par la famille Zouari et Lion Capital.

<sup>29</sup> Voir la décision n° 19-DCC-65 du 17 avril 2019 relative à la prise de contrôle conjoint de la société Luderix International par la société Jellej Jouets et l'indivision résultant de la succession de M. Stéphane Mulliez.

<sup>30</sup> Voir la décision n° 18-DCC-148 du 24 août 2018 relative à la prise de la société Jardiland par la société InVivo Retail.

<sup>31</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-09 du 22 septembre 2020 relative à la mise en exploitation d'un hypermarché sous enseigne « Hyper U » d'une surface de 5 500 m<sup>2</sup> à Anse Uaré, dans la zone de Ducos à Nouméa, par la société Ballande SAS ; 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-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° 2020-DEC-05 du 25 juin 2020 relative à l'ouverture d'un magasin d'une surface de vente de 1 163 m<sup>2</sup> sous l'enseigne sous enseigne « Gemo » situé sur la commune de Nouméa.

l'ensemble de ces hypermarchés et supermarchés, principalement sous marque de distributeur « Casino Bio ».

41. Comme l'opération concerne spécifiquement l'extension du supermarché « Casino Port Plaisance » par le biais d'un nouvel espace commercial dédié provisoirement aux produits bio, l'analyse concurrentielle sera également menée sur le marché de la distribution au détail à dominante alimentaire de produits bio.
42. En tout état de cause, en l'espèce, l'Autorité considère que la définition exacte du marché pertinent peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse demeurant inchangées quelle que soit la définition retenue.

## **2. Le marché géographique**

43. Dans la mesure où la zone de chalandise retenue pour les marchés de la distribution au détail de produits à dominante alimentaire (produits surgelés, boissons alcooliques et fermentées) est généralement de 15 minutes autour du magasin cible au regard de la pratique décisionnelle de l'Autorité<sup>32</sup>, l'analyse concurrentielle du marché de la distribution de produits bio à dominante alimentaire sera également menée sur une zone de chalandise correspondant à un trajet d'environ 15 minutes en voiture autour du magasin « Casino Port-Plaisance ».

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

### **1. Les marchés de produits**

44. Selon une pratique décisionnelle constante, les entreprises du secteur de la distribution alimentaire sont présentes sur les marchés de l'approvisionnement, qui comprennent la vente de biens de consommation courante par les producteurs à des clients, tels que les grossistes, les détaillants ou d'autres entreprises (par exemple les cafés/hôtels/restaurants). Si la pratique décisionnelle des autorités de concurrence ne distingue pas selon le circuit de distribution, elle a tout de même relevé qu'il existait des indices sérieux permettant de penser que le marché de l'approvisionnement du secteur du commerce de détail pourrait constituer un marché autonome des autres circuits de distribution, tout en laissant la question ouverte<sup>33</sup>.

---

<sup>32</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-09 et n° 2020-DEC-08 précitées.

<sup>33</sup> Voir en ce sens les décisions de l'Autorité n°2020-DCC-15, 2020-DCC-14, 2020-DEC-06, 2020-DEC-03, 2020-DEC-02 et 2020-DEC-01 précitées ; les décisions de la Commission européenne COMP/M.1684 du 25 janvier 2000, Carrefour/Promodès et du 3 juillet 2008, COMP/M.5112, Rewe Plus/Discount ; l'arrêté ministériel du 5 juillet 2000 relatif à l'acquisition par la société Carrefour de la société Promodès, BOCCRF n° 11 du 18 octobre 2000 ; et les avis du Conseil de la concurrence n° 97-A-14 du 1er juillet 1997, dans l'opération Carrefour/Cora, n° 98-A-06 du 5 mai 1998, dans l'opération Casino Franprix/Leader Price, et n° 00-A-06 du 3 mai 2000, dans l'opération Carrefour/Promodès.

45. L'analyse des marchés amont s'opère par catégorie de produits. L'Autorité, ainsi que le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, à l'occasion de précédentes opérations<sup>34</sup>, ont retenu l'existence de marchés répartis selon les familles ou groupes de produits suivants :

- **Produits de grande consommation** : (1) liquides, (2) droguerie, (3) parfumerie et hygiène, (4) épicerie sèche, (6) produits périssables en libre-service ;
- **Frais traditionnel** : (7) charcuterie, (8) poissonnerie, (9) fruits et légumes, (10) pain et pâtisseries, (11) boucherie ;
- **Bazar** : (12) bricolage, (13) maison, (14) culture, (15) jouets, loisirs et détente, (16) jardin, (17) automobile ;
- **Electroménager/Photo/Cinéma/Son** : (18) gros électroménager, (19) petit électroménager, (20) photo/ciné, (21) Hi-fi/son, (22) TC/vidéo ;
- **Textile** : (23) textile/chaussures.

46. Dans le cadre de la présente opération, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

## **2. Les marchés géographiques**

47. 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<sup>35</sup>.

48. L'Autorité comme le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ont cependant eu l'occasion de nuancer cette approche en raison du caractère insulaire de la Nouvelle-Calédonie<sup>36</sup>. En effet, ils rejoignent la position de l'Autorité de la concurrence métropolitaine s'agissant des territoires ultramarins<sup>37</sup>, en soulignant le caractère spécifique des circuits d'approvisionnement en produits de grande consommation et ses effets sur l'équilibre concurrentiel des marchés concernés, notamment en raison de la fragilité de certains produits, des goûts et habitudes alimentaires locales et des politiques locales de développement. Ils relèvent en effet qu'une partie importante de l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire provient de producteurs et de grossistes locaux.

---

<sup>34</sup> Voir la décision n° 2020-DEC-01 du 15 janvier 2020 relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Carrefour Market » d'une surface de vente de 1 318 m<sup>2</sup> situé dans la commune de Nouméa et la décision n° 2019-DEC-03 précitée ainsi que les arrêtés n° 2015-1135/GNC du 30 juillet 2015 relatifs à la création et mise en exploitation par la Sarl Super Auteuil, d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne Super U d'une surface de vente de 1557 m<sup>2</sup> situé à Auteuil, commune de Dumbéa.

<sup>35</sup> Voir par exemple les décisions n° 2020-DEC-06, 2020-DEC-03 et 19-DEC-03 précitées.

<sup>36</sup> Voir notamment la décision de l'Autorité n° 2019-DEC-03 précitée ; l'arrêté n° 2014-3715/GNC du 16 décembre 2014 relatif à la demande d'ouverture d'un commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface de vente de 550 m<sup>2</sup> sous enseigne « Korail » à Païta.

<sup>37</sup> Voir l'avis de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 09-A-45 du 8 septembre 2009 relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les départements d'outre-mer.

49. En l'espèce le groupe GBH s'approvisionne principalement auprès de grossistes-importateurs et de producteurs locaux, à hauteur d'environ [60-70] % de ses achats en produits alimentaires et non alimentaires. Les [30-40] % restants correspondent à la part des approvisionnements du groupe GBH hors de la Nouvelle-Calédonie, principalement via la filiale MGC, laquelle importe les produits MDD pour les enseignes exploitées par le groupe GBH<sup>38</sup>.
50. Les marchés de l'approvisionnement, au cas présent, revêtent donc une dimension locale et internationale selon la catégorie de produits concernée.

### **III. Analyse concurrentielle**

---

51. 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.* ».
52. L'analyse concurrentielle portera sur chacun des marchés identifiés précédemment.

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

53. L'analyse concurrentielle de l'opération concernée prend en considération l'ensemble des commerces de détail exploités par le groupe auquel appartient la partie notifiante, en l'espèce le groupe GBH, dans la zone de chalandise concernée.
54. La zone de chalandise concernée correspond 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, à partir du supermarché « Casino Port Plaisance ».
55. L'analyse a été menée à la date de la réalisation de l'opération le 24 juillet 2020. Sont donc exclus de l'analyse le futur supermarché exploité sous l'enseigne « Korail Ducos »<sup>39</sup> ainsi que l'hypermarché concurrent à l'enseigne « Hyper U Anse Uaré »<sup>40</sup> dans la mesure où, à la date de la réalisation de l'opération, ces commerces de détail alimentaires n'étaient pas ouverts au public<sup>41</sup>.

---

<sup>38</sup> Voir le § 3.2.2 du dossier de notification, annexe 02, cote 31.

<sup>39</sup> Voir la décision d'autorisation n° 2020-DEC-02 précitée.

<sup>40</sup> Voir la décision n° 2020-DEC-09 précitée.

<sup>41</sup> Ces commerces de détail à dominante alimentaire ne sont toujours pas ouverts à la date de la présente décision.

56. Dans la zone de chalandise concernée, le supermarché « Casino Port Plaisance » et les autres GSA du groupe GBH sont confrontés à la concurrence de 13 surfaces commerciales à dominante alimentaire à la date de réalisation de l'opération, dont deux hypermarchés (Carrefour Kenu In et Johnston).
57. Dans la zone de 15 minutes autour du magasin « Casino Port Plaisance », la concurrence s'exerce entre les magasins recensés dans le tableau ci-dessous, qui présente la répartition des parts de marché entre les grandes surfaces à dominante alimentaires et les grandes surfaces spécialisées dans la vente de produits bio à dominante alimentaire, estimée au regard de leurs surfaces des ventes.

**Répartition des parts de marché des opérateurs sur le marché de la distribution au détail à dominante alimentaire dans une zone de chalandise de 15 minutes autour du supermarché « Casino Port Plaisance »**

GSA	<i>Avant l'opération</i>		<i>Après l'opération</i>	
	Surface de vente totale (en m2)	% de marché	Surface de vente totale (en m2)	% de marché
<b>Casino Port Plaisance</b>	<b>800</b>	<b>3,3%</b>	<b>879,67</b>	<b>3,6%</b>
Géant Sainte-Marie	5688	23,7%	5688	23,6%
Casino Belle Vie	1030	4,3%	1030	4,3%
Leader Price Ducos	754	3,1%	754	3,1%
Leader Price Magenta	1070	4,5%	1070	4,4%
<b>Total GBH</b>	<b>9342</b>	<b>38,9%</b>	<b>9422</b>	<b>39,1%</b>
Carrefour Market Ducos	1318	5,5%	1318	5,5%
Carrefour Market Magenta	1592	6,6%	1592	6,6%
Carrefour Market N'GEA	1006	4,2%	1006	4,2%
Carrefour Market Orphelinat	1000	4,2%	1000	4,1%
Champion Alma	920	3,8%	920	3,8%
Carrefour Express Ducos	550	2,3%	550	2,3%
<b>Total Kenu In</b>	<b>6386</b>	<b>26,6%</b>	<b>6386</b>	<b>26,5%</b>
Super U Mageco	1570	6,5%	1570	6,5%
Super U Rivière Salée	870	3,6%	870	3,6%
<b>Total Héli</b>	<b>2440</b>	<b>10,2%</b>	<b>2440</b>	<b>10,1%</b>
Discount Magenta	495	2,1%	495	2,1%
Discount Trianon	495	2,1%	495	2,1%
<b>Total Pentecost</b>	<b>990</b>	<b>4,1%</b>	<b>990</b>	<b>4,1%</b>
Johnston centre-ville	2798	11,6%	2798	11,6%
Auchan Michel Ange	1537	6,4%	1537	6,4%
Korail Vallée des Colons	530	2,2%	530	2,2%
<b>Total Autres</b>	<b>4865</b>	<b>20,3%</b>	<b>4865</b>	<b>20,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>24023</b>	<b>100%</b>	<b>24103</b>	<b>100%</b>

Source : ACNC

58. A l'issue de l'opération, la part de marché en surface de vente des enseignes « Casino », « Géant » et « Leader Price » exploités par le groupe GBH dans un rayon de 15 minutes en voiture autour du magasin « Casino Port Plaisance » restera quasiment inchangée, de l'ordre de 39,01 % contre 38,81 % avant l'opération, soit un incrément de part de marché de 0,2 %.
59. Cette opération n'a ainsi pas pour effet de renforcer de manière sensible le pouvoir de marché du groupe GBH sur le marché de la distribution au détail à dominante alimentaire par rapport à la situation qui existait avant sa réalisation.
60. En outre, si le groupe GBH est actuellement le premier opérateur sur le marché, la situation concurrentielle actuelle ne le conduit pas à détenir, avant comme après l'opération, une position dominante au sens du droit de la concurrence.
61. L'Autorité rappelle que 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. Une telle présomption est toutefois réfutable. Comme le souligne les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence métropolitaine auxquelles l'Autorité se réfère, d'autres facteurs peuvent constituer des obstacles à l'exercice de ce pouvoir de marché. En particulier, la pression concurrentielle à laquelle sera soumis le groupe concerné après la réalisation de l'opération ne dépend pas seulement de l'état actuel des marchés, mais aussi des possibilités de développement des autres opérateurs, et donc des facilités d'accès aux marchés concernés. En outre, même en l'absence de position dominante de la part de la nouvelle entité post-opération, celle-ci est susceptible de produire des effets anticoncurrentiels si elle conduit à l'élimination d'un concurrent.
62. En l'espèce, l'Autorité constate qu'à la date de réalisation de l'opération, la part de marché du groupe GBH dans la zone de chalandise ne dépasse pas 40 %. De plus, ses magasins restent notamment confrontés à la concurrence de 6 groupes de distribution, et en particulier du groupe Kenu In qui détient plus de 26 % de parts de marché dans la zone de chalandise considérée après l'opération. Enfin, l'opération ne conduit pas à l'élimination d'un concurrent et, depuis sa réalisation, la concurrence potentielle s'est intensifiée puisque deux ouvertures de commerce concurrents sont prévues : le futur supermarché exploité sous l'enseigne « Korail Ducos »<sup>42</sup> ainsi que l'hypermarché concurrent à l'enseigne « Hyper U Anse Uaré »<sup>43</sup>
63. Il résulte des éléments exposés *supra* 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 concernée.

---

<sup>42</sup> Voir la décision d'autorisation n° 2020-DEC-02 précitée.

<sup>43</sup> Voir la décision n° 2020-DEC-09 précitée.

## ***B. Sur le marché aval de la distribution au détail de produits bio à dominante alimentaire***

64. L'analyse concurrentielle de l'opération sur ce marché est opérée en tenant compte de l'ensemble des commerces de détail exploités par le groupe GBH dans la zone de chalandise concernée où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des hypermarchés, maxidiscompteurs, supermarchés, formes de commerces équivalentes et commerces de détail spécialisés en produits bio, situés à moins de 15 minutes de déplacement en voiture à partir du supermarché « Casino Port Plaisance ».
65. L'offre en produits bio à dominante alimentaire du supermarché « Casino Port Plaisance » reste, à la date de la réalisation de l'opération, confrontée à la concurrence des rayons bio des autres GSA ainsi qu'à celle des commerces de détail spécialisés en produits bio situés dans la zone de chalandise.
66. Comme le montre le tableau ci-après qui présente la répartition des parts de marché entre GSA et commerces spécialisés, estimée au regard de leurs surfaces des ventes dédiées aux produits bio dans la zone de 15 minutes autour du magasin « Casino Port Plaisance », à l'issue de l'opération, le groupe GBH détient 25 % de parts de marché contre 23 % avant la réalisation de l'opération, soit un incrément de part de marché inférieur à 2 %.
67. L'opération n'a donc pas pour effet de renforcer de manière sensible le pouvoir de marché du groupe GBH, lequel restera notamment confronté à la concurrence des enseignes « Biomonde » qui détiennent, à elles trois, 50 % de parts de marché.
68. Il en résulte que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail de produits bio à dominante alimentaire dans la zone de chalandise concernée.

**Répartition des parts de marché entre les GSA et les GSS bio (en surface de vente) dans une zone de chalandise de 15 minutes autour du supermarché « Casino Port Plaisance »**

GSA/GSS bio	<i>Avant l'opération</i>		<i>Après l'opération</i>	
	Surfaces de vente en m <sup>2</sup>	% de marché	Surfaces de vente en m <sup>2</sup>	% de marché
<i>Surfaces de vente dédiées aux produits bio des GSA et commerces spécialisés bio du groupe GBH</i>				
<b>Casino Port Plaisance</b>	<b>40,37</b>	<b>2%</b>	<b>79,67</b>	<b>5%</b>
Géant Ste Marie	47,61	3%	47,61	3%
Casino Belle-Vie	19,61	1%	19,61	1%
Leader Price Magenta	11	1%	11	1%
Leader Price Ducos	5,95	0%	5,95	0%
Naturalia Magenta	264,5	16%	264,5	15%
<b>Total GBH</b>	<b>389,04</b>	<b>23%</b>	<b>428,34</b>	<b>25%</b>
<i>Surfaces de vente dédiées aux produits bio des GSA concurrents de GBH</i>				
Carrefour market Orphelinat	7,8	1%	7,8	1%
Carrefour market N'gea	7,8	1%	7,8	1%
Carrefour market Magenta	12	1%	12	1%
Carrefour market Ducos	7,8	1%	7,8	1%
Carrefour express Ducos	2,7	0%	2,7	0%
Champion Alma	3,6	0%	3,6	0%
<b>Total Kenu In</b>	<b>41,7</b>	<b>3%</b>	<b>41,7</b>	<b>2%</b>
Super U Mageco	4	0%	4	0%
Super U Rivière-Salée	4	0%	4	0%
<b>Total Héli</b>	<b>8</b>	<b>1%</b>	<b>8</b>	<b>1%</b>
Magenta Discount	2	0%	2	0%
Discount Trianon	4	0%	4	0%
<b>Total Pentecost</b>	<b>6</b>	<b>0%</b>	<b>6</b>	<b>0%</b>
Auchan	100	6%	100	6%
Johnston	58	3%	58	3%
Korail Vallée des Colons	0,5	0%	0,5	0%
<b>Total Autres</b>	<b>158,5</b>	<b>9%</b>	<b>158,5</b>	<b>9%</b>
<i>Surfaces de vente des commerces spécialisés bio concurrents de GBH</i>				
Biomonde Michel-Ange	70	4%	70	4%
Biomonde Saint-Hubert	375	22%	375	22%
Biomonde Kenu In	420	25%	420	24%
<b>Total "Biomonde"</b>	<b>865</b>	<b>51%</b>	<b>865</b>	<b>50%</b>
La Vie Claire République	95	6%	95	6%
La Vie Claire Victoire	52	3%	52	3%
<b>Total "La Vie Claire"</b>	<b>147</b>	<b>9%</b>	<b>147</b>	<b>9%</b>
Santé Nature	75	4%	75	4%
<b>Total Autres</b>	<b>75</b>	<b>4%</b>	<b>75</b>	<b>4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1690,24</b>	<b>100%</b>	<b>1729,54</b>	<b>100%</b>

*Source : ACNC*

### *C. Sur les marchés amont de l'approvisionnement*

69. Au cas présent, le groupe GBH n'est présent sur les marchés amont de l'approvisionnement en Nouvelle-Calédonie qu'en tant qu'acheteur, au travers de ses magasins à dominante alimentaire<sup>44</sup>.
70. Comme précisé *supra*, le groupe GBH s'approvisionne principalement auprès de grossistes-importateurs et de producteurs locaux, à hauteur de [60-70] % environ de ses achats en produits alimentaires et non alimentaires. Les [30-40] % restants correspondent à la part des approvisionnements du groupe GBH hors de la Nouvelle-Calédonie, principalement via la filiale MGC, qui exploite les magasins à enseigne « Leader Price » et qui importe les produits MDD exclusivement pour le groupe GBH.
71. Le tableau ci-après présente chacune des familles de produits achetées par le groupe GBH pour l'ensemble de ses magasins en Nouvelle-Calédonie, par origine d'approvisionnement (locale / nationale / internationale)<sup>45</sup> :

[Confidentiel]

*Source : Dossier de notification*

72. En ce qui concerne les marchés nationaux de l'approvisionnement réalisé en France métropolitaine, la partie notifiante estime qu'elle détient une part de marché inférieure à [0-5] % des achats, sur chacun de ces segments. [Confidentiel]<sup>46</sup>.
73. En ce qui concerne les marchés locaux de l'approvisionnement, dont l'essentiel est réalisé dans deux catégories de produits, que sont les produits de grande consommation et les produits frais, la partie notifiante ne dispose pas d'information précise sur la taille de ces marchés, de sorte qu'elle n'est pas en mesure d'estimer sa position exacte<sup>47</sup>.
74. En tout état de cause, dans la mesure où l'opération notifiée consiste en une extension de la surface commerciale du supermarché « Casino Port Plaisance » inférieure à 100 m<sup>2</sup>, celle-ci a nécessairement un impact très limité sur les achats réalisés par le groupe GBH pour les besoins de ce supermarché. L'opération est également insusceptible de faire perdre des débouchés aux fournisseurs du groupe GBH, ni d'accroître la part des achats du groupe GBH auprès de ceux-ci.
75. Il en résulte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement.

---

<sup>44</sup> Voir le §3.2.2 du dossier de notification, annexe 02, cotes 31.

<sup>45</sup> *Ibid.*

<sup>46</sup> *Ibid.*

<sup>47</sup> *Ibid.*

## IV. Conclusion

---

76. L'Autorité considère donc que l'opération notifiée n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence.

### Décide :

**Article 1<sup>er</sup>** : L'opération notifiée sous le numéro 20-0037EC est autorisée.

**Article 2** : Conformément à l'article Lp. 465-1 du code de commerce, la présente décision occultée des secrets d'affaires sera publiée sur le site internet de l'Autorité.

La Présidente,



Aurélie Zoude-Le Berre