



Autorité de la Concurrence
de la Nouvelle-Calédonie

Décision n° 2021-DEC-06 du 10 mai 2021

**relative à l'extension de 90,8 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne
« Discount » situé sur la commune de Nouméa**

Vu le dossier de notification, adressé complet à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie le 6 avril 2021 et enregistré sous le numéro 21-0011EC, relatif à l'extension de 90,8 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « Discount » situé au 189 rue Jacques Iékawé – PK6 à 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 le communiqué n° 2020-01 du 30 décembre 2020 relatif à l'instauration d'un dispositif temporaire de notification simplifiée auprès de l'Autorité de la concurrence des dossiers d'extension ou d'ouverture de surfaces commerciales dans le cadre de la mise en conformité des entreprises avec la réglementation relative à la vente d'alcool en Province Sud à compter du 1^{er} juin 2021 ;

Vu la proposition du service d'instruction du 5 mai 2021 d'autoriser la présente opération en application du deuxième alinéa du III de l'article Lp. 432-3 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante,

Résumé

Par la présente décision, l'Autorité autorise sans condition une opération relative à l'extension de 90,8 m² de la surface de vente du magasin Magenta Discount.

Cette décision intervient dans le cadre de la procédure simplifiée mise en place par l'Autorité pour répondre au besoin des opérateurs soumis à l'obligation de créer, à compter du 1^{er} juin 2021, des espaces de vente dédiés aux boissons alcooliques et fermentées en Province Sud.

La notification de cette opération auprès de l'Autorité intervient en effet à la suite de la délibération n° 13-2020/APS du 7 mai 2020 modifiant le code des débits de boissons dans la Province Sud et imposant l'obligation aux établissements de 3^{ème} et 5^{ème} classes de séparer, avant le 1^{er} juin 2021, les espaces de vente des boissons alcooliques et fermentées des espaces de vente des autres biens, sur le modèle des « Bottle Shop » australiens.

Au regard des obligations que peut impliquer, pour certains magasins franchissant les seuils de notification, la mise en conformité avec cette délibération, l'Autorité a donc adapté sa procédure et fait savoir dans un communiqué n° [2020-01 du 30 décembre 2020](#) que les formalités qui pèseraient sur les entreprises dans ces circonstances seraient allégées.

En l'espèce, l'extension envisagée par le magasin Magenta Discount constitue une opération de commerce de détail notifiable au sens de l'article Lp. 432-1 du code de commerce et le groupe Discount a pu déposer un dossier de notification simplifié pour cette opération.

S'agissant du marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire, l'analyse concurrentielle a montré que l'opération envisagée par le groupe Discount était sans incidence puisque son incrément de part de marché est très marginal (moins de 1 %) et que sa part de marché est de [0-10] %.

S'agissant du marché de la distribution au détail de boissons alcooliques et fermentées, l'Autorité a considéré dans sa décision n° [2021-DEC-05 du 30 avril 2021](#), qu'en raison de la délibération n° 13-2020/APS du 7 mai 2020 modifiant le code des débits de boissons dans la province Sud, les magasins cavistes et les GSA sont désormais en concurrence sur ce marché.

Compte tenu de cette situation et des agrandissements prévus par les autres groupes de GSA en raison de la délibération n° 13-2020/APS du 7 mai 2020, la part de marché du groupe Discount sur le marché de la distribution au détail de boissons alcooliques et fermentées est réduite de 0,1% et reste stable à [0-10] %, étant précisé que l'impact de l'ouverture d'un futur Hyper U à l'Anse Uaré dans la zone industrielle de Ducos en 2023 n'a pas été pris en compte.

Enfin, l'Autorité a constaté que la part de marché du Groupe Discount sur le marché amont de l'approvisionnement en boissons alcooliques et fermentées ne pouvait le conduire à placer les fournisseurs locaux en situation de dépendance économique.

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

SOMMAIRE

RESUME	2
I. CONTROLABILITE DE L'OPERATION ET PRESENTATION DE L'ENTREPRISE CONCERNEE	4
A. PRESENTATION DE L'EXPLOITANT	4
B. PRESENTATION DE L'OPERATION	4
C. CONTROLABILITE DE L'OPERATION.....	6
II. DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS	6
A. LE MARCHE AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL A DOMINANTE ALIMENTAIRE	7
1. <i>Le marché de produits</i>	7
2. <i>Le marché géographique</i>	8
B. LE MARCHE AVAL DE LA DISTRIBUTION DE BOISSONS ALCOOLIQUES ET FERMENTEES.....	8
1. <i>Le marché de produits</i>	8
2. <i>Le marché géographique</i>	9
III. ANALYSE CONCURRENTIELLE	9
A. SUR LE MARCHE AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL A DOMINANTE ALIMENTAIRE	10
B. SUR LE MARCHE DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL DE BOISSONS ALCOOLIQUES ET FERMENTEES	12
IV. CONCLUSION	14
DECISION	14

I. Contrôlabilité de l'opération et présentation de l'entreprise concernée

A. Présentation de l'exploitant

1. Le magasin sous enseigne « Discount », situé au 189 rue Jacques Iékawé – PK6 à Nouméa (ci-après le magasin « Magenta Discount »), est exploité par la SARL Magenta Discount¹.
2. La société Magenta Discount est une filiale à 99 % de la SARL Nord Holding².
3. L'enseigne « Discount » a été créée en Nouvelle-Calédonie par la société Nord Holding lors de l'ouverture d'un premier commerce de détail à Koné. Le réseau « Discount » compte aujourd'hui dix magasins qui sont exploités sous l'enseigne « Discount » pour les magasins alimentaires ou sous celle « Bazar Discount » pour les magasins non-alimentaires.
4. [Confidentiel]
5. [Confidentiel]
6. [Confidentiel]
7. La société Nord Holding est pour sa part détenue [Confidentiel].
8. [Confidentiel]

B. Présentation de l'opération

9. L'opération notifiée consiste en l'extension de 90,8 m² de la surface de vente du magasin Magenta Discount.
10. Cette extension de surface est sollicitée pour se mettre en conformité avec la délibération 13-2020/APS du 7 mai 2020 modifiant le code des débits de boissons dans la province Sud.
11. En effet, l'article 3 de la délibération 13-2020/APS du 7 mai 2020 modifiant le code des débits de boissons dans la province Sud dispose notamment que :

« Dispositions liées aux débits de boissons à emporter (3ème classe et 5ème classe) :

Les commerces en détail à dominante alimentaire doivent disposer d'un espace réservé exclusivement à la vente de boissons alcooliques et fermentées isolé du reste de la surface physique commerciale affectée à leur activité.

A ce titre, cet espace de vente des boissons alcooliques et fermentées doit :

- 1) être séparé physiquement et visuellement de l'ensemble des autres rayons de vente par une cloison opaque, mobile ou fixe, d'une hauteur minimale de 2,30 mètres ;*
- 2) disposer de sa propre entrée permettant l'accès à l'espace de vente dédié depuis l'extérieur ou l'intérieur de l'établissement qui comprend au choix une porte, un portillon ou un tourniquet. Lorsque l'entrée et la sortie se font au même endroit, la largeur de cet accès ne doit pas excéder 3,50 mètres. Lorsque l'entrée et la sortie de la surface de vente sont distinctes, la largeur de cet accès ne doit pas excéder 1,75 mètre ;*

¹ La société Magenta Discount est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 520 981 depuis le 28 août 1998.

² La société Nord Holding est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 520 965 depuis le 28 mai 1998.

3) disposer d'un équipement d'encaissement spécifique dédié uniquement à la vente des boissons alcooliques et fermentées.

Les aménagements sus-cités sont réalisés sous réserve de la réglementation en vigueur en matière d'accessibilité aux personnes en situation de handicap ou à mobilité réduite aux installations ouvertes au public, des dispositions prévues par la réglementation en vigueur relative à la lutte contre l'alcoolisme et la réglementation en vigueur relative à la protection contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public.

Les présentes dispositions, relatives à l'aménagement d'un espace de vente des boissons alcooliques et fermentées, ne sont pas applicables aux commerces en détail dont l'activité principale est la fabrication ou la distillation de boissons alcoolisées, ni aux commerces en détail dont l'activité principale est la vente de produit « hors taxes ».

Les présentes dispositions, relatives à l'aménagement d'un espace de vente des boissons alcooliques et fermentées, ne sont pas applicables aux commerces en détail spécialisés dans la vente de boissons alcooliques et fermentées, ni aux commerces en détail spécialisés dans la vente de bière. [...] » (soulignement ajouté)³.

12. Par ailleurs, l'article 21 de la délibération 13-2020/APS du 7 mai 2020 modifiant le code des débits de boissons dans la province Sud dispose que :

« I - Les débits de boissons à dominante alimentaire, qui, à la date d'entrée en vigueur de la présente délibération, ont une autorisation d'exploitation d'un débit de boissons de troisième ou de cinquième classe et qui ne se sont pas conformés à l'obligation prévue à l'article 3 de la présente délibération, peuvent continuer à exercer leur activité jusqu'au 1^{er} juin 2021.

A titre exceptionnel, la date butoir mentionnée à l'alinéa précédent peut être repoussée au 1^{er} septembre 2021, lorsque le débitant en fait préalablement la demande et qu'il justifie de travaux de mise en conformité importants n'ayant pas pu être achevés avant le 1^{er} juin 2021. » (soulignement ajouté)⁴.

13. La délibération 13-2020/APS du 7 mai 2020 modifiant le code des débits de boissons impose ainsi l'obligation aux établissements de 3^e et 5^e classes en Province Sud de créer des espaces de vente dédiés aux boissons alcooliques et fermentées. Ces établissements disposent d'un délai fixé au 1^{er} juin 2021 pour se mettre en conformité avec cette nouvelle réglementation⁵.
14. Ce texte comporte des conséquences directes au regard des obligations de notification visées par l'article Lp. 432-1 du code de commerce dans la mesure où les mises en place des espaces de vente dédiés aux boissons alcooliques et fermentées au sein des grandes surfaces alimentaires (ci-après les « GSA ») constitueraient des opérations de commerces de détail qui seraient susceptibles de franchir les seuils de notification énoncés à l'article Lp. 432-1 du code de commerce⁶.
15. Par conséquent, l'Autorité avait envisagé, dans son communiqué n° 2020-01 du 30 décembre 2020, trois hypothèses, y compris les extensions des surfaces commerciales de magasins, selon

³ Voir <https://www.province-sud.nc/reglementation/texte/8a818691719f8a6001720209588c0266> ainsi que le communiqué de l'Autorité n° 2020-01 du 30 décembre 2020 relatif à l'instauration d'un dispositif temporaire de notification simplifiée auprès de l'Autorité de la concurrence des dossiers d'extension ou d'ouverture de surfaces commerciales dans le cadre de la mise en conformité des entreprises avec la réglementation relative à la vente d'alcool en Province Sud à compter du 1^{er} juin 2021.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

⁶ Ibid.

lesquelles les mises en place de ces espaces de vente dédiés aux boissons alcooliques et fermentées par les GSA en Province Sud pourraient être effectuées et les obligations de notification qui en découlent⁷.

16. Dans l'hypothèse où la mise en place des espaces de vente dédiés aux boissons alcooliques et fermentées au sein des GSA en Province Sud serait susceptible de soulever des obligations de notification auprès de l'Autorité au titre de l'article Lp. 432-1 du code de commerce, et afin d'alléger les formalités qui pèseraient sur les entreprises dans ce cadre, l'Autorité a proposé la mise en place d'un dispositif de notification simplifiée⁸.
17. Ainsi, les GSA peuvent soumettre un dossier de notification allégé et unique relatif à l'ensemble des projets d'extension de surface commerciale ou d'ouverture de magasins qui seraient entrepris uniquement dans une démarche de mise en conformité avec la délibération 13-2020/APS du 7 mai 2020⁹. La présente opération s'inscrit dans le cadre de cette procédure.

C. Contrôlabilité de l'opération

18. 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 m². »
19. En l'espèce, l'opération consiste en l'extension de 90,8 m² de la surface de vente du magasin Magenta Discount étant précisé que la surface de vente de ce magasin, après extension, serait de 835,8 m² ¹⁰.
20. 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.

II. Délimitation des marchés pertinents

21. 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.
22. 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

⁷ Voir le communiqué [n° 2020-01 du 30 décembre 2020](#) de l'Autorité.

⁸ *Ibid.*

⁹ Voir la décision n° 2021-DEC-05 du 30 avril 2021 relative à l'extension des surfaces de vente de deux supermarchés à l'enseigne « Leader Price » et « Casino » situés sur la commune de Nouméa.

¹⁰ Voir la page 7 du dossier de notification (Annexe 01, Cote 08).

marchés « amont », de l'approvisionnement, mettant en relation les entreprises de commerce de détail et leurs fournisseurs.

23. En ce qui concerne les marchés « amont » de l'approvisionnement, ceux-ci ne sont pas présentés et n'ont pas fait l'objet d'une analyse concurrentielle approfondie dans la mesure où, comme développé *infra*, à l'issue de l'opération, la partie notifiante détiendra une part de marché inférieure à 5 % dans la zone de chalandise concernée.
24. Au cas d'espèce, l'opération a donc été analysée sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire (A) ainsi que sur le marché aval de la distribution de boissons alcooliques (B).

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

1. Le marché de produits

25. Les autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine¹¹ 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 m²) ;
 - les supermarchés (entre 400 et 2 500 m²) ;
 - le commerce spécialisé ;
 - le petit commerce de détail ou supérettes (entre 120 et 400 m²), ;
 - les maxi discompteurs ;
 - la vente par correspondance.
26. 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.
27. Par ailleurs, la pratique décisionnelle métropolitaine et calédonienne montre que considère que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories¹². 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.

¹¹ Voir par exemple les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-03 précitée et n° 2021-DEC-02 du 28 janvier 2021 relative à une extension de 79,67 m² de la surface de vente du supermarché à l'enseigne « Casino Port Plaisance » situé sur la commune de Nouméa ; 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 Butcher ; 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 m² à Anse Uaré, dans la zone de Ducos à Nouméa, 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 m² situé dans la commune de Nouméa ; et les décisions 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 et n° 20-DCC-72 du 26 mai 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Vindémia Group par la société Groupe Bernard Hayot.

¹² *Ibid.*

28. 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 m²), d'autre part (« zone primaire »)¹³.
29. En l'espèce, le magasin Magenta Discount disposera d'une surface de vente de 835,8 m² à l'issue de l'opération, correspondant ainsi à la catégorie des supermarchés.

2. Le marché géographique

30. S'agissant des supermarchés, l'analyse concurrentielle est 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 des maxidiscompteurs et les 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 populaires¹⁴.
31. 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 cibles¹⁵.
32. Au cas d'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation.

B. Le marché aval de la distribution de boissons alcooliques et fermentées

1. Le marché de produits

33. S'agissant des magasins spécialisés de vente au détail de vins et différents alcools (les cavistes), l'Autorité métropolitaine a considéré que ces magasins constituent un canal de distribution qui doit être distingué des GSA. En effet, en France métropolitaine, ces points de vente sont exclusivement implantés en centre-ville, contrairement aux GSA qui tendent à être implantés en périphérie, avec une approche orientée sur le conseil au client, service qui n'est pas accessible à un client achetant du vin en GSA¹⁶.
34. Un marché de la vente au détail, de vins effervescents et tranquilles en caviste, distinct des GSA, a ainsi été retenu par la pratique décisionnelle métropolitaine¹⁷.
35. Il convient cependant 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

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Voir les décisions de l'Autorité n° 2021-DEC-02, 2020-DCC-14, 2020-DEC-09, n° 2020-DEC-06 et n°2020-DEC-01 précitées.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n°12-DCC-92 du 2 juillet 2012 relative à l'acquisition de six sociétés du groupe Patriarche par la société Castel Frères SAS.

¹⁷ *Ibid.*

fois les GSS et GSA¹⁸. Elle a également eu la même approche à l'égard de commerces de détail spécialisés en jouets¹⁹ ou encore en produits de jardin²⁰.

36. La pratique décisionnelle calédonienne récente relative à d'autres biens de consommation courante (produits surgelés, 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 spécialisés²¹.
37. S'agissant du marché de la distribution au détail de boissons alcooliques et fermentées en particulier, l'Autorité a considéré qu'en raison de la délibération n° 13-2020/APS du 7 mai 2020 modifiant le code des débits de boissons dans la province Sud, il y avait lieu de considérer que les magasins cavistes et les GSA étaient en concurrence sur le marché de la distribution au détail de boissons alcooliques et fermentées en province Sud²².
38. Ainsi, l'analyse concurrentielle a également été menée sur le marché de la distribution au détail de boissons alcooliques et fermentées en province Sud intégrant à la fois les magasins cavistes et les GSA.

2. Le marché géographique

39. S'agissant de la dimension géographique du marché de la distribution au détail de boissons alcooliques et fermentées en province Sud, l'Autorité a retenu une zone de chalandise correspondant à un trajet d'environ 10-15 minutes en voiture autour du magasin cible²³.
40. Pour les besoins de la présente opération, l'analyse concurrentielle du marché de la distribution au détail de boissons alcooliques et fermentées en province Sud a été menée sur une zone de chalandise correspondant à un trajet d'environ 15 minutes en voiture autour du magasin cible, à l'instar des marchés de la distribution à dominante alimentaire vu *supra*.

III. Analyse concurrentielle

41. 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.* »

¹⁸ 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.

¹⁹ 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.

²⁰ Voir la décision n° 18-DCC-148 du 24 août 2018 relative à la prise de la société Jardiland par la société InVivo Retail.

²¹ 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 m² à Anse Uaré, dans la zone de Ducos à Nouméa, 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 m² sous l'enseigne sous enseigne « Gemo » situé sur la commune de Nouméa.

²² Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-09 et n° 2020-DEC-08 précitées.

²³ *Ibid.*

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

42. L'analyse concurrentielle de l'opération sur ce marché a été opérée en tenant compte de l'ensemble des commerces de détail à dominante alimentaire exploités par le groupe discount dans la zone de chalandise concernée où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des hypermarchés, maxidiscounteurs, supermarchés et formes de commerces équivalentes, situés à moins de 15 minutes de déplacement en voiture à partir du magasin Magenta Discount.
43. Dans la zone de 15 minutes autour du magasin cible, la concurrence s'exerce entre les magasins recensés dans le tableau ci-dessous, qui présente la répartition des parts de marché entre GSA, estimée au regard de leurs surfaces des ventes²⁴.

²⁴ A savoir que l'instruction n'a pas pris en compte la future surface autorisée dans la décision 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 m² à Anse Uaré, dans la zone de Ducos à Nouméa, par la société Ballande SAS dans la mesure où l'ouverture de ce magasin n'est pas prévue avant 2023.

Magasins	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface m ²	PDM	Surface m ²	PDM
Discount Magenta	745	1,7%	836	1,9%
Discount Trianon	760	1,7%	760	1,7%
Total Groupe Discount	1 505	3,4%	1 596	3,6%
Géant Dumbéa-sur-Mer	4 500	10,2%	4 500	10,1%
Géant Sainte-Marie	5 688	12,9%	5 688	12,8%
Casino Belle Vie / Halles de Magenta*	999	2,3%	1 160	2,6%
Casino Port Plaisance	880	2,0%	880	2,0%
Leader Price Ducos	754	1,7%	754	1,7%
Leader Price Magenta*	1 070	2,4%	1 130	2,5%
Leader Price Auteuil	720	1,6%	720	1,6%
Vival Koutio	400	0,9%	400	0,9%
Leader Price conception	349	0,8%	349	0,8%
Leader Price Apogoti	348	0,8%	424	1,0%
Total GBH¹	15 708	35,6%	16 005	35,9%
Korail Vallée des Colons	530	1,2%	530	1,2%
Korail Pont des Français	1 464	3,3%	1 464	3,3%
Korail Apogoti	540	1,2%	540	1,2%
Korail Ducos	630	1,4%	630	1,4%
Total Réseau Korail	3 164	5,7%	3 164	5,7%
Hyper Carrefour	6 544	14,8%	6 544	14,7%
Carrefour Market Magenta	1 592	3,6%	1 592	3,6%
Carrefour Market NGEA	1 006	2,3%	1 006	2,3%
Carrefour Market Robinson	1 029	2,3%	1 029	2,3%
Carrefour Market Orphelinat	1 000	2,3%	1 000	2,2%
Champion Alma	920	2,1%	920	2,1%
Carrefour Market Ducos	1 318	3,0%	1 318	3,0%
Carrefour Express Ducos*	550	1,2%	588	1,3%
Arizona Robinson*	494	1,1%	550	1,2%
Total Carrefour²	14 453	32,8%	14 547	32,7%
Super U Kaméré	1928	4,4%	1928	4,3%
Super U Mageco	1570	3,6%	1570	3,5%
Super U Rivière Salée	870	2,0%	870	2,0%
Total Groupe Héli	4 368	9,9%	4 368	9,8%
Auchan Michel Ange	1537	3,5%	1537	3,4%
Best Supermarket	538	1,2%	538	1,2%
Johnston centre-ville	2798	6,3%	2798	6,3%
Total Indépendants	4 873	11,1%	4 873	10,9%
Total	4 4071	100,0%	4 4553	100,0%

Source : Traitement de données ACNC

44. A l'issue de l'opération, et en tenant compte des agrandissements prévus par les autres groupes de GSA en raison de la délibération 13-2020/APS du 7 mai 2020, la part de marché en surfaces de vente des enseignes exploités par le groupe Discount dans un rayon de 15 minutes en voiture autour du magasin cible restera quasiment inchangée, de l'ordre de 3,6 % contre 3,4 % avant la réalisation des opérations, soit un incrément de part de marché de 0,2 %.
45. Par conséquent l'opération ne sera 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.

B. Sur le marché de la distribution au détail de boissons alcooliques et fermentées

46. L'analyse concurrentielle des opérations sur ce marché a été opérée en tenant compte de l'ensemble des commerces de détail exploités par le groupe Discount 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 des magasins cavistes, situés à moins de 15 minutes de déplacement en voiture à partir du magasin Magenta Discount.
47. Ainsi, dans la zone de 15 minutes autour du magasin cible, le tableau ci-après présente la répartition des parts de marché entre GSA et magasins cavistes, estimée au regard de leurs surfaces des ventes dédiées aux boissons alcooliques et fermentées.
48. Il en ressort qu'à l'issue de l'opération, et en tenant compte des agrandissements prévus par les autres groupes de GSA en raison de la délibération 13-2020/APS du 7 mai 2020, le groupe Discount détiendrait 5,9 % de parts de marché contre 6 % avant la réalisation de l'opération dans la zone de chalandise concernée, soit une réduction de part de marché de 0,1 %.
49. Par conséquent l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail de boissons alcooliques et fermentées dans les zones de chalandise concernées.

Magasins	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface m ²	PDM	Surface m ²	PDM
Discount Magenta	78	2,9%	91	3,0%
Discount Trianon	86	3,1%	86	2,9%
Total Groupe Discount	164	6,0%	177	5,9%
Géant Dumbéa-sur-Mer	216	7,9%	216	7,2%
Géant Sainte-Marie	250	9,1%	250	8,3%
Casino Halles de Magenta*	70	2,6%	161	5,4%
Casino Port Plaisance	78	2,9%	78	2,6%
Leader Price Ducos	30	1,1%	30	1,0%
Leader Price Magenta*	19	0,7%	60	2,0%
Leader Price Auteuil	20	0,7%	20	0,7%
Vival Koutio	50	1,8%	50	1,7%
Leader Price conception	20	0,7%	20	0,7%
Leader Price Apogoti*	20	0,7%	76	2,5%
Total GBH	773	28,3%	961	32,0%
Korail Vallée des Colons	17	0,6%	17	0,6%
Korail Pont des Français	30	1,1%	30	1,0%
Korail Ducos	20	0,7%	20	0,7%
Korail Apogoti	25	0,9%	25	0,8%
Total Réseau Korail	92	3,4%	92	3,1%
Hyper Carrefour	153	5,6%	153	5,1%
Carrefour Market Magenta	51	1,9%	51	1,7%
Carrefour Market NGEA	30	1,1%	30	1,0%
Carrefour Market Robinson	41	1,5%	41	1,4%
Carrefour Market Orphelinat	25	0,9%	25	0,8%
Carrefour Express Alma	18	0,7%	18	0,6%
Carrefour Market Ducos	45	1,6%	45	1,5%
Carrefour Express Ducos*	14	0,5%	38	1,3%
Arizona Robinson*	14	0,5%	56	1,9%
Total Carrefour	391	14,3%	457	15,2%
Super U Kaméré	75	2,7%	75	2,5%
Super U Mageco	136	5,0%	136	4,5%
Super U Rivière Salée	22	0,8%	22	0,7%
Total Groupe Héli	233	8,5%	233	7,8%
Auchan Michel Ange	100	3,7%	100	3,3%
Johnston centre-ville	84	3,1%	84	2,8%
Total Indépendants	184	6,7%	184	6,1%
La Cave du PK6	70	2,6%	70	2,3%
Terre de Vignes	60	2,2%	60	2,0%
Winerie 1 Koutio	150	5,5%	150	5,0%
Winerie 2 St Marie	110	4,0%	110	3,7%
Winerie 3 Dumbéa mall	50	1,8%	50	1,7%
Le caviste port plaisance	30	1,1%	30	1,0%
Le vin passion	60	2,2%	60	2,0%
Maison Ballande	200	7,3%	200	6,7%
Vinothèque Ducos	60	2,2%	60	2,0%
Vinothèque Magenta	60	2,2%	60	2,0%
Vinothèque Ouèmo	50	1,8%	50	1,7%
Vinothèque Motor Pool	180	6,6%	180	6,0%
Total Cavistes	1 080	39,5%	1 080	36,0%
Total	2 733	100,0%	3 000	100,0%

Source : Traitement de données ACNC

IV. Conclusion

50. Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que l'opération relative à l'extension de 90,8 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « Discount » situé au 189 rue Jacques Iékawé – PK6 à Nouméa n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence.

Décide :

Article 1^{er} : L'opération notifiée sous le numéro 21-0011EC 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