



Autorité de la Concurrence
de la Nouvelle-Calédonie

Décision (rectifiée*) n° 2021-DEC-13 du 29 décembre 2021

**relative à l'acquisition par le groupe Aline du magasin Supermarché Tran Duc
situé sur la commune de Boulouparis**

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

Vu le dossier de notification adressé à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (ci-après « l'Autorité ») le 28 octobre 2021 et enregistré sous le numéro 21/0031EC concernant i) le projet d'acquisition par le groupe Aline du fonds de commerce de la SARL Angel exploité sous l'enseigne « Supermarché Tran Duc », ii) le changement de l'enseigne actuelle au profit de l'enseigne « Express Boulouparis », iii) l'extension de la surface commerciale n'excédant pas 520 m², et iv) l'acquisition par le groupe Aline du bien immobilier, dont le magasin est locataire ;

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 la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-10 du 19 novembre 2021 relative à une demande de dérogation au titre du VI de l'article Lp. 432-2 du code de commerce formulée par la SARL Superette Boulouparis ;

Vu les engagements en date du 15 décembre 2021 proposés par la société Aline Calédonie ;

Vu la proposition du service d'instruction du 22 décembre 2021 d'autoriser la présente opération sous réserve des engagements proposés, en application du deuxième alinéa du III de l'article Lp. 432-3 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

* Rectification d'une erreur matérielle concernant la date de la décision.

Résumé

Dans sa décision 2021-DEC-13 du 29 décembre 2021, l'Autorité autorise sous engagements l'acquisition par le groupe Aline du magasin « Supermarché Tran Duc » situé sur la commune de Boulouparis, son extension pour atteindre 520 m² maximum, un changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Express Boulouparis » et le rachat de l'immeuble où il est situé par le groupe Aline.

Cette décision succède à une décision dérogatoire en date du 19 novembre 2021, autorisant la réalisation partielle de l'opération avant décision définitive en raison de la situation financière extrêmement fragile de la cible, se limitant à l'acquisition de la cible pour lui apporter des moyens matériels, financiers et commerciaux indispensables à la poursuite de son activité et à une extension de 25m² pour se mettre en conformité avec la législation sur la vente d'alcool en Province Sud.

S'agissant de la première opération de commerce de détail contrôlée par l'Autorité à Boulouparis, l'Autorité a réalisé un test de marché pour déterminer la zone de chalandise pertinente et a considéré, au vu des résultats, que le village de Tomo ne pouvait pas être inclus dans celle-ci, contrairement aux déclarations de la partie notifiante.

L'Autorité souligne la nature concurrentielle de l'opération qui permet la reprise d'un commerce en difficulté par un repreneur disposant d'une situation financière saine, assurant ainsi le maintien d'un équilibre concurrentiel sur les marchés de la distribution au détail à dominante alimentaire dans la zone de chalandise de Boulouparis, comprenant 4 magasins.

Il ressort néanmoins de l'analyse concurrentielle qu'elle soulève un risque de verrouillage par les intrants sur le plan vertical, dans la mesure où le groupe Aline assure de façon quasi-exclusive ou majoritaire, via la société Aline Calédonie, la distribution de certaines marques notoires auprès des magasins concurrents du futur magasin « Express Boulouparis », dont certaines sont considérées comme « incontournables ».

Afin de remédier aux possibles effets verticaux relevés, la partie notifiante a proposé, de manière spontanée, de prendre des engagements. Ainsi, le groupe Aline s'est engagé à pratiquer « *un traitement non discriminatoire* » au sein de la zone de chalandise concernée par l'opération, à proposer aux petits commerces de détail des promotions adéquates et à « *honorer les commandes reçues dans leur ordre d'arrivée, quel que soit le client, dans la limite des stocks disponibles de produits* ».

Ces engagements, pris pour une durée de cinq ans, permettent d'écarter le risque que le groupe Aline puisse s'appuyer sur l'activité d'importateur-grossiste de la société Aline Calédonie pour favoriser le futur magasin « Express Boulouparis » pour certains produits phares, ce qui lui aurait permis d'évincer les superettes concurrentes déjà présentes ou à venir. Il y a lieu de relever que les opérateurs concurrents, consultés par le service d'instruction, n'ont pas formulé d'observations particulières sur ces engagements qui apparaissent suffisamment clairs et précis et ne soulèvent pas de doute quant à leur mise en œuvre.

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

TABLE DES MATIERES

Résumé	2
I. Présentation des entreprises concernées et contrôlabilité des opérations.....	4
A. Rappel de la procédure dérogatoire accordée à la SARL Superette Boulouparis.....	4
B. Présentation des parties aux opérations.....	4
1. L'acquéreur : le groupe Aline	4
2. La cible : le fonds de commerce exploité par la SARL Angel.....	6
C. Présentation des opérations	6
D. Contrôlabilité des opérations.....	7
II. Délimitation des marchés pertinents	7
A. Les marchés aval de la distribution à dominante alimentaire	8
1. Le marché de produits	8
2. Le marché géographique	10
B. Les marchés amont de la distribution	11
1. Le marché de produits	11
2. Le marché géographique	13
III. Analyse concurrentielle	14
A. Sur les effets horizontaux	14
1. Le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire	15
2. Les marchés amont de l'approvisionnement.....	16
B. Sur les effets verticaux.....	18
1. Sur le risque de verrouillage d'accès à la clientèle	18
2. Sur le risque de verrouillage par les intrants	19
IV. Les engagements proposés par la société Aline Calédonie	21
A. Sur les principes d'appréciation des engagements	22
B. Les engagements proposés et leur appréciation	22
1. Les engagements proposés.....	22
2. Appréciation des engagements proposés.....	23
V. Conclusion	24
Décision	24

I. Présentation des entreprises concernées et contrôlabilité des opérations

1. L'opération consiste en l'acquisition par la SARL Superette Boulouparis du fonds de commerce exploité par la SARL Angel sous l'enseigne « Supermarché Tran Duc » à Boulouparis, son extension pour atteindre 520 m² maximum, un changement d'enseigne au profit de l'enseigne « Express Boulouparis » et le rachat de l'immeuble où il est situé par le groupe Aline.

A. Rappel de la procédure dérogatoire accordée à la SARL Superette Boulouparis

2. Il convient de rappeler que l'opération en cause a fait l'objet d'un dossier de notification déposé le 28 octobre 2021 ainsi que d'une demande de dérogation, adressée à l'Autorité le 4 novembre 2021, à l'effet suspensif du contrôle d'une opération de commerce de détail conformément aux dispositions de l'article Lp. 432-2 du code de commerce.
3. S'agissant de la motivation de la demande de dérogation à effet suspensif, la partie notifiante avait notamment invoqué la situation financière du magasin « Supermarché Tran Duc », à la limite de la cessation de paiement, qui était, sans reprise rapide, de nature de nature à compromettre l'opération d'acquisition du fonds de commerce exploité par la SARL Angel.
4. Le mécanisme de dérogation est une mesure d'urgence visant à assurer la pérennité de l'entreprise cible en attendant la décision finale de l'Autorité.
5. Dans sa décision n° 2021-DEC-10 rendue le 19 novembre 2021, l'Autorité a, par dérogation à l'article Lp. 432-2 du code de commerce, autorisé les opérations consistant en l'acquisition du fonds de commerce de la SARL Angel exploité sous l'enseigne « Supermarché Tran Duc » et l'extension de sa surface de vente sous la condition du respect des obligations suivantes par le groupe Aline avant la décision définitive de l'Autorité :
 - Ne pas procéder à une extension de la surface de vente supérieure à 25 m² ;
 - Ne pas procéder au changement de l'enseigne actuelle au profit de l'enseigne « Express Boulouparis » ;
 - Ne pas acquérir le bien immobilier dont la SARL Angel est actuellement locataire¹.
6. Par conséquent, la SARL Superette Boulouparis a procédé à l'acquisition du fonds de commerce du magasin « Supermarché Tran Duc » le 2 décembre 2021².

B. Présentation des parties aux opérations

1. L'acquéreur : le groupe Aline

7. La société Superette Boulouparis est une société à responsabilité limitée immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 1 521 541 depuis le 9 novembre 2021.
8. Monsieur Albert Aline détient de façon indirecte, via [confidentiel], 100 % des parts sociales de la SARL Superette Boulouparis.

¹ Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-10 du 19 novembre 2021 relative à la demande de dérogation à l'effet suspensif du contrôle d'une opération de commerce de détail consistant en l'acquisition par le groupe Aline du fonds de commerce du magasin sous l'enseigne « Supermarché Tran Duc » à Boulouparis.

² Voir l'attestation de cession en date du 2 décembre 2021, annexe 37, cotes 218-220.

9. Aux termes de l'article 2 des statuts de la SARL Superette Boulouparis, il apparait que la société a notamment pour objet : « *L'exploitation de tout commerce de détail de produits d'alimentation générale et de produits non alimentaires, sous forme de supérette ou de supermarché ; L'achat, la vente, l'importation, l'exportation, la distribution, le conditionnement, l'emmagasinage, le warrantage, le transit, le transport, la manutention, le montage, la représentation, la commission, le courtage, de toutes marchandises alimentaires ou non, matériels, matériaux et objets de toute nature et de toutes provenances entrant dans le cadre de l'objet social* »³.
10. Monsieur Aline, [confidentiel] détient des participations dans d'autres sociétés présentes en Nouvelle-Calédonie et en Polynésie française dans les secteurs du commerce (négociant-grossiste, détaillant), de l'hôtellerie et de la promotion immobilière (ci-après « le groupe Aline »). [confidentiel]
11. [confidentiel]⁴ :

Source : Dossier de notification

³ Voir annexe 2, cote 37.

⁴ Voir annexe 1, cote 5.

12. Le tableau *infra* présente l'activité de ces sociétés en Nouvelle-Calédonie⁵.

Raison sociale	Chiffre d'affaires 2020	Activité
SARL SIB Distribution	2,1 milliards de F. CFP	Société de distribution grossiste
SARL Aline Calédonie	927 millions de F. CFP	Société de distribution grossiste
SARL Super Auteuil	1,3 milliards de F. CFP	Magasin à dominante alimentaire
SARL Superette Le Centre	485 millions de F. CFP	Magasin à dominante alimentaire
Résidences touristiques de Koné SAS	210 millions de F. CFP	Complexe hôtelier

Source : Dossier de notification

13. En matière de commerce de détail à dominante alimentaire, le groupe exploite les deux magasins suivants en Nouvelle-Calédonie⁶ :

Raison sociale	Enseigne	2018	2019	2020	2021
SUPER AUTEUIL	SUPER U AUTEUIL	1 137 585 070	1 187 441 588	1 291 235 168	1 698 097 007
SUPERETTE LE CENTRE	U EXPRESS KONE	339 357 597	411 666 430	485 081 821	550 937 680
Total annuel :		1 476 942 667	1 599 108 018	1 776 316 989	2 249 034 687

Source : Dossier de notification

2. La cible : le fonds de commerce exploité par la SARL Angel

14. La société Angel, est une société à responsabilité limitée, immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 578 963, depuis le 10 mars 2000. Elle est détenue à 100 % par Monsieur Patric Tran Duc Throng.
15. La société Angel est active dans le secteur du commerce de détail à dominante alimentaire sur la commune de Boulouparis, où elle exploite un magasin sous l'enseigne « Supermarché Tran Duc » d'une surface de 433 m² (ci-après le magasin « Supermarché Tran Duc »)⁷.
16. Le magasin compte actuellement un gérant, M. Patric Tran Duc Throng, ainsi que quatre salariés.
17. Le magasin Supermarché Tran Duc a généré un chiffre d'affaires de 110,8 millions de F. CFP pour l'année 2020⁸.

C. Présentation des opérations

18. L'opération principale consiste en la reprise par la SARL Superette Boulouparis du fonds de commerce du magasin Supermarché Tran Duc d'une superficie de 433 m² exploité par la SARL Angel et situé sur la commune de Boulouparis.
19. A cette fin, le compromis de vente signé le 27 octobre 2021 entre la SARL Angel et la SARL Superette Boulouparis prévoit :
- La vente du fonds de commerce de l'enseigne « Supermarché Tran Duc », situé au Complexe Mercier, Route territoriale n°1, dans la commune de Boulouparis et appartenant

⁵ Voir annexe 1, cote 4.

⁶ Voir annexe 1, cote 4.

⁷ Voir annexe 1, cotes 1-31.

⁸ Voir annexe 3, cote 57.

à la SARL Angel, au profit de la SARL « Superette Boulouparis » ;

- Le changement de l'enseigne actuelle au profit de l'enseigne « Express Boulouparis » ;
- Une extension de la surface de vente du magasin cible, pour un maximum de 520 m² ;
- Le rachat des principaux locaux commerciaux du complexe Mercier, ensemble immobilier au sein duquel est situé l'actuel magasin Supermarché Tran Duc⁹.

20. La partie notifiante précise que les locaux concernés sont les suivants : [confidentiel]

Source : Dossier de notification

D. Contrôlabilité des opérations

21. S'agissant de la contrôlabilité des opérations, il convient de rappeler que dans la mesure où le magasin Supermarché Tran Duc a réalisé un chiffre d'affaires inférieur à 200 millions de F.CFP en 2020, ces opérations ne rentrent pas dans le champ de contrôlabilité prévu par les articles 431-1 et suivants du code de commerce au titre du contrôle des opérations de concentration.
22. En revanche, le II de l'article Lp. 432-1 du code de commerce dispose que :
- « II. – [...] toute opération dans le secteur du commerce de détail doit être notifiée, quelle que soit la surface de vente concernée, lorsque l'exploitant ou le futur exploitant dispose, à l'issue de l'opération, d'une part de marché égale ou supérieure à 25 % dans la zone de chalandise concernée et un chiffre d'affaires supérieur à 600 000 000 F CFP ».*
23. En l'espèce, le groupe Aline disposera d'une part de marché supérieure à 25 % dans la zone de chalandise concernée à l'issue des opérations, comme il sera développé *infra*, et il réalise un chiffre d'affaires en Nouvelle-Calédonie qui s'est élevé à 5 milliards de F.CFP en 2020. En conséquence, l'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

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.
26. 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.
27. Au cas d'espèce, l'opération a été analysée sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire (A) et sur les marchés amont de l'approvisionnement (B).

⁹ Voir annexe 3, cotes 51-66.

A. Les marchés aval de la distribution à dominante alimentaire

1. Le marché de produits

28. Les autorités de concurrence¹⁰ 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 maxidiscompteurs,
 - La vente par correspondance.
29. Toutefois, les seuils susvisés doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés aux configurations de chaque opération.
30. En effet, des magasins dont la surface est proche de ces seuils, soit au-dessus, soit au-dessous, peuvent se trouver, dans les faits, en concurrence directe notamment au regard de la localisation du commerce de détail¹¹.
31. 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 catégories¹².
32. Ainsi, 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 elle l'est d'autant moins que la taille de l'hypermarché considéré est importante.
33. En conséquence, si le magasin cible est un magasin de proximité, l'analyse concurrentielle est généralement effectuée sur un marché comprenant les magasins de proximité mais aussi toutes les autres formes de commerce équivalentes (supermarché, hypermarchés, hard discount et magasins populaires).
34. En l'espèce, le magasin Supermarché Tran Duc dispose d'une surface de vente de 433 m² qui pourra être étendue, au maximum, à 520 m² à l'issue de l'opération, ce qui correspond à la catégorie des supermarchés.
35. Par conséquent, le marché de référence devant être pris en considération pour l'analyse concurrentielle de l'opération doit inclure tous les points de vente proposant l'assortiment habituel du commerce de détail à dominante alimentaire (hypermarchés, supermarchés,

¹⁰ Voir, par exemple, les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-03 du 9 mars 2020 relative à l'ouverture d'un supermarché d'une surface de vente de 999 m² sous l'enseigne « Casino » situé sur la commune de Nouméa; n° 2020-DCC-02 du 15 janvier 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la SARL Bleu de Mer par la SARL Michel Ange Nouméa et 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.

¹¹ Voir notamment la décision de l'Autorité n° 2019-DEC-03 du 21 novembre 2019 relative à l'agrandissement de 1050 m² de la surface de vente du commerce de détail sous enseigne « Korail Païta » situé sur la commune de Païta §24.

¹² *Ibid.*

supérettes de plus et de moins de 400m², commerces de proximité non spécialisés de plus et de moins de 400 m², magasins de discount).

36. En l'espèce, sur la zone de chalandise considérée, aucun autre commerce de détail à dominante alimentaire ne dispose d'une surface totale de vente supérieure à 400 m² ¹³.
37. Les concurrents présents sur la zone de chalandise considérée appartiennent à la catégorie du « *petit commerce de détail ou supérettes* » dont la surface de vente est comprise entre 120 et 400 m² ¹⁴.
38. Dans ce type de configuration, la pression concurrentielle que ces superettes sont susceptibles d'exercer sur un supermarché doit d'être appréciée au cas par cas, selon le format du magasin en cause et sa localisation.
39. En effet, la nature et l'intensité des interactions concurrentielles entre différents formats de magasins de distribution de produits alimentaires sont variables selon leur localisation ¹⁵.
40. Dans sa décision n° 13-DCC-90 du 11 juillet 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Monoprix par la société Casino Guichard-Perrachon, l'Autorité de la concurrence métropolitaine s'est fondée sur la similarité de format (surface proche de 400 m²), des services proposés (horaires d'ouverture, livraison), des rayons et de la structure de vente par rayon pour considérer qu'il existait une substituabilité entre les supérettes et les petits supermarchés implantés à Paris ¹⁶.
41. Ainsi, outre la distinction selon le format de magasin, une distinction peut être faite entre les commerces à dominante alimentaire situés à l'intérieur des agglomérations, tel que le Grand Nouméa, de ceux situés en dehors.
42. En effet, la pratique décisionnelle a souligné la particularité du marché de détail à dominante alimentaire de la Nouvelle Calédonie en mettant en évidence le poids du petit commerce de proximité dans les zones les plus isolées et les moins peuplées du territoire où les groupes de distribution ne s'implantent pas ou relativement peu, à ce jour, sur le territoire de la Nouvelle Calédonie à l'exclusion du Grand Nouméa ¹⁷.
43. Ainsi, dans son analyse d'une opération de commerce de détail située à Koné, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a estimé que « *compte tenu de la surface du magasin de la cible (490,50 m²), il n'est donc pas exclu que les supérettes dont la surface de vente avoisine 400 m² puissent dans une certaine mesure le concurrencer* » ¹⁸.

¹³ L'Autorité, ainsi que le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie avaient déjà constaté cette situation lors de précédentes opérations et la situation concurrentielle n'a pas évolué. Voir la décision de l'Autorité n° 2018-DEC-05 du 05 juin 2018 relative à l'ouverture d'un supermarché d'une surface de vente de 670 m² sous l'enseigne « Koumac Discount » à Koumac et l'arrêté n° 2017-483/GNC du 28 février 2017 relatif à la prise de contrôle exclusif de la SARL Super Nord par la société SARL Heli.

¹⁴ Voir notamment l'arrêté n° 2017-05/GNC du 3 janvier 2017 relatif à la création et mise en exploitation par la SARL LSK, d'un commerce de détail à dominante alimentaire à l'enseigne « Supérette de Pouembout » d'une surface de vente de 589,50 m² situé dans la commune de Pouembout §24.

¹⁵ Voir notamment la décision de l'Autorité n° 2019-DEC-03 du 21 novembre 2019 relative à l'agrandissement de 1050 m² de la surface de vente du commerce de détail sous enseigne « Korail Païta » situé sur la commune de Païta §25.

¹⁶ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n°13-DCC-90 du 11 juillet 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Monoprix par la société Casino Guichard-Perrachon §29 à §34 et l'arrêté n° 2017-2203/GNC du 10 octobre 2017 relatif à la création et la mise en exploitation par la SARL STS BACO d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente de 490,50 m² à l'enseigne « Korail Partenaire Intermarché » à Koné.

¹⁷ Voir l'arrêté n° 2017-2203/GNC précité.

¹⁸ Voir l'arrêté n° 2017-2203/GNC précité.

44. En l'espèce, les résultats du test de marché diligenté par l'Autorité lors de l'examen de l'opération confirment que la délimitation classique entre supermarchés et supérettes de détail n'est pas justifiée en l'espèce¹⁹.
45. Compte tenu de la surface du magasin cible (433 m²), qui revêt la superficie d'un supermarché de taille modeste²⁰, l'Autorité considère que les supérettes pourront exercer une réelle pression concurrentielle sur celui-ci.
46. Par conséquent, il convient de tenir compte de l'interaction concurrentielle existant entre les supérettes d'une surface de vente de 120 à 400 m², d'une part, et la cible, d'autre part.
47. S'agissant des achats effectués dans les boutiques de stations-service, la pratique décisionnelle considère généralement qu'il s'agit d'achats d'impulsion ou de dépannage pour lesquels le client ne fait pas jouer la concurrence, son choix dépendant souvent du choix qu'il aura fait pour l'achat de carburant²¹.
48. Leur assortiment, limité, ne permet pas a priori d'offrir un service capable de concurrencer le panier de biens proposés par les supermarchés ou même les supérettes d'une surface de vente supérieure à 120 m²²².
49. De ce fait, au cas d'espèce, il n'y a pas lieu d'inclure les stations-service dans l'analyse concurrentielle.
50. Au vu de ce qui précède, pour les besoins de la présente opération, l'analyse concurrentielle a intégré les magasins les supermarchés et les magasins de commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface de vente comprise entre 120 et 400 m².

2. Le marché géographique

51. Analysés du point de vue aval, et dans la mesure où ils mettent en relation des acteurs de la distribution de détail et les consommateurs finaux, les marchés géographiques pertinents dans le secteur du commerce de détail sont de dimension locale, correspondant à la zone de chalandise du magasin en cause.
52. L'analyse d'une opération, en particulier dans le secteur du commerce de détail à dominante alimentaire, peut cependant être réalisée à deux niveaux : sur une zone dite « primaire », correspondante à la zone sur laquelle l'attractivité est la plus forte, puis sur une zone dite « secondaire »²³.
53. La partie notifiante propose ainsi de retenir les deux zones chalandises suivantes :
 - Une zone « primaire » accessible à moins de 5 minutes de déplacement en voiture du magasin cible et correspondant au village de Boulouparis ; et
 - Une zone « secondaire » accessible à moins de 15-20 minutes de déplacement en voiture du magasin cible et représentant la totalité de la commune de Boulouparis (y compris le

¹⁹ Voir annexes 27, cotes 171-180 et annexe 29, cotes 190-198.

²⁰ Les « *petits supermarchés* » sont généralement définis comme étant ceux dont la surface de vente est au maximum de 1000 m². Voir l'arrêté n° 2017-2203/GNC précité.

²¹ Voir les arrêtés n° 2017-2203/GNC §36 et n° 2017-05/GNC §24 précités et la décision du Conseil de la concurrence n° 04-D-63 du 30 novembre 2004 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des activités annexes des stations-service.

²² Voir la décision n° 2021-DEC-11 du 18 décembre 2021 relative à l'ouverture d'un commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface commerciale de 598,5 m² sous l'enseigne « Leader Price » situé sur la commune de Koumac et les arrêtés n° 2017-483/GNC §36-37 et n° 2017-2203/GNC §25 à §27 précités.

²³ Voir l'arrêté n° 2017-483/GNC précité.

village de Tomo)²⁴.

54. Sur cette base, la partie notifiante estime qu'à l'issue des opérations, la part de marché du magasin cible serait de 27,8 % sur la zone « primaire » et de 24,8 % sur la zone « secondaire », étant précisé qu'en tout état de cause, le groupe Aline est un nouvel entrant sur le marché de la distribution à dominante alimentaire sur les zones de chalandise concernées.
55. Il résulte toutefois du test de marché que les répondants ont estimé que les deux zones ne peuvent être considérées comme relevant de la même zone de chalandise.
56. En effet, les répondants ont tous souligné que les habitudes de consommation diffèrent selon que les consommateurs sont situés sur Tomo ou sur Boulouparis : les habitants de Tomo s'approvisionnent en effet soit auprès des deux superettes du village pour les courses de proximité, soit au magasin « Auchan » situé à la Tontouta pour leurs approvisionnements auprès de supermarchés, mais pas sur la zone de Boulouparis.
57. Ainsi, la société Yome, située à Boulouparis, a indiqué que : « *les gens de TOMO disposent de 2 commerces alimentaires de proximité et pour les gros achats, vont directement à TONTOUTA à [AUCHAN], la délimitation se situe au pont de la Ouenghi, car les habitants de Ouinané vont à Tomo ou Tontouta* »²⁵.
58. La société Abrig a précisé : « *On ne peut pas inclure Tomo, les habitants se déplacent plus vers tontouta [Auchan]* »²⁶. De même, La Boucherie de Boulouparis a souligné que « *Tomo ne peut être inclus dans la zone de chalandise, les clients potentiels de Tomo vont plutôt vers Tontouta qui bénéficie déjà d'un supermarché, station-service....* »²⁷.
59. Il résulte ainsi de ces éléments que l'inclusion du village de Tomo dans la zone de chalandise du village de Boulouparis ne fait pas l'unanimité.
60. S'agissant de la zone de chalandise du village de Boulouparis, les répondants au test de marché l'ont estimé à environ 10-15 minutes²⁸.
61. Dès lors, pour les besoins de la présente opération, l'analyse concurrentielle concernera uniquement la zone de chalandise de 10-15 minutes autour du magasin cible correspondant au village de Boulouparis, l'hypothèse la plus défavorable à la partie notifiante.

B. Les marchés amont de la distribution

1. Le marché de produits

62. Selon une pratique décisionnelle constante, les entreprises du secteur de la distribution à dominante 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).
63. Par ailleurs, si la pratique décisionnelle des autorités de concurrence ne distingue pas selon le circuit de distribution, elle a 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

²⁴ Voir annexe 1, cote 19.

²⁵ Voir réponse au test de marché de la société Yome, annexe 29, cotes 190-198.

²⁶ Voir réponse au test de marché de la société Abrig, annexe 26, cotes 163-170.

²⁷ Voir réponse au test de marché de la Boucherie Boulouparis, annexe 27, cotes 170-180.

²⁸ Voir 1 réponse au test de marché de la société Ecomarché, annexe 28, cotes 181-188.

marché autonome des autres circuits de distribution, tout en laissant la question ouverte²⁹.

64. 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 opérations³⁰, 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.
65. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a également identifié un marché de l'approvisionnement en produits surgelés et en glaces et a envisagé, au sein de celui-ci, un marché spécifique de l'approvisionnement en glaces, crèmes glacées et sorbets³¹.
66. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a également envisagé un marché distinct de l'approvisionnement en produits alimentaires destinés aux grandes surfaces alimentaires (GSA)³². Au sein de ce dernier, elle a envisagé une sous-segmentation en fonction du positionnement commercial du produit (marque de fournisseur ou « MDF », marque de distributeur ou « MDD »)³³.
67. Dans le cadre de la présente opération, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.
68. Sur le marché amont de l'approvisionnement, le groupe Aline est présent en tant qu'acheteur pour l'approvisionnement de ses magasins de détail affiliés à la centrale Système U et en tant que grossiste-importateur, via les sociétés :
- SIB Distribution, qui commercialise une gamme étendue de produits alimentaires (notamment les marques Lee Kum Kee, Bonduelle, Sucre Chelsea, La Mauny) et non alimentaires (notamment SEB, Coleman, Energizer) ; et
 - Aline Calédonie, spécialisée dans les produits de beauté (marques l'Oréal Paris, Maybelline, Mixa, Kérastase), d'hygiène (Babyliss, Terraillon, Wilkinson, Cadum,

²⁹ Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.1684 et COMP/M.5112 précitées ; 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.

³⁰ Voir la décision de l'Autorité 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 la décision n° 2019-DEC-03 du 21 novembre 2019 relative à l'agrandissement de 1050 m² de la surface de vente du commerce de détail sous enseigne « Korail Païta » situé sur la commune de Païta ainsi que l'arrêté n° 2015-1135/GNC du 30 juillet 2015 relatif 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 m² situé à Auteuil, commune de Dumbéa.

³¹ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 15-DCC-80 du 26 juin 2015 relative à la prise de contrôle par Pomona SA de huit adhérents du réseau Relais d'Or Miko et de la société Lux Frais.

³² Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-11 du 30 janvier 2017 relative à la prise de contrôle de Colruyt France SAS par Metro AG.

³³ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 20-DCC-72 et 20-DCC-72 précitées.

Ushuaia) et de bazar (marques Johnston, Spontex, Raid, Sanytol)³⁴.

2. Le marché géographique

69. S'agissant de la délimitation géographique des marchés de l'approvisionnement, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence établit que l'approche nationale est généralement la plus appropriée dans la mesure où 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 fournisseurs³⁵.
70. Toutefois, s'agissant des territoires ultramarins³⁶, l'Autorité de la concurrence métropolitaine a souligné 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.
71. L'Autorité comme le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ont également eu l'occasion de remettre en cause une approche purement nationale en raison du caractère insulaire de la Nouvelle-Calédonie³⁷.
72. En effet, en Nouvelle-Calédonie, une partie importante de l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire provient de producteurs et de grossistes locaux.
73. En l'espèce, le magasin Supermarché Tran Duc et les superettes concurrentes s'approvisionnent essentiellement auprès d'acteurs locaux (grossistes et producteurs).
74. La partie notifiante a ainsi précisé que le magasin Supermarché Tran Duc s'approvisionne actuellement auprès des acteurs locaux que sont les sociétés Minoterie Saint-Vincent, Biscochoc, Le Froid, GBNC, conserverie Périgourdine, et du groupe Calonne pour les produits d'épicerie et auprès des dix grossistes en fruits et légumes présents sur le territoire calédonien pour les produits frais³⁸.

³⁴ Annexe 1, cotes 5-6

³⁵ Voir la décision de l'Autorité n° 19-DEC-03 précitée.

³⁶ 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.

³⁷ Voir notamment la décision 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 m² sous l'enseigne « Leader Price Express » situé au sein du complexe « Plaza Apogoti » la commune de Dumbéa et 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 m² sous enseigne « Korail » à Païta.

³⁸ Annexe 1, cotes 24-27.

Produit concerné	Producteur(s)
Riz	Minoterie Saint-Vincent,
Yaourts	Groupe Calonne,
Boissons	La Société Le Froid, la GBNC,
Bières	La Société Le Froid, la GBNC,
Conserves de viandes de bœuf	Conserverie Périgourdine,
Eau de source	GBNC,
Chocolat - Biscuit	Biscochoc, Groupe Calone,
Charcuterie	La Française, Gdélice

Source : dossier de notification

75. Par ailleurs, la partie notifiante indique également que le futur magasin « Express Boulouparis » continuera à privilégier un approvisionnement local, puisque la part des achats sera de 65 % auprès des importateurs-grossistes (y compris les sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution détenues par le groupe) et de 35 % directement auprès des fournisseurs locaux³⁹.
76. Enfin, la partie notifiante précise que le groupe Aline ne prévoit pas d'affiliation immédiate à une centrale d'achat en ce qui concerne le magasin cible⁴⁰.
77. Par conséquent, les marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires, au cas présent, revêtent une dimension principalement locale.

III. Analyse concurrentielle

78. 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. ».
79. Un chevauchement d'activités existe lorsque les entreprises concernées sont, soit présentes sur le(s) même(s) marché(s) concerné(s), soit actives sur des marchés situés à des stades différents de la chaîne de valeur (à l'amont ou à l'aval) ou sur des marchés connexes.
80. En l'espèce, l'opération envisagée entraînera un chevauchement d'activités sur les marchés pertinents définis précédemment ce qui conduit à en analyser les effets horizontaux (A) et verticaux (B).

A. Sur les effets horizontaux

81. L'étude des effets horizontaux consiste à apprécier dans quelle mesure cette opération pourrait conduire à une hausse des prix (ou diminution des quantités) sur le marché du commerce de détail à dominante alimentaire et *in fine* entraîner une perte de bien-être pour le consommateur⁴¹.
82. Lorsque l'addition des parts de marché de la partie notifiante sur les marchés concernés aboutit à des parts de marché inférieures à 25 %, il est présumé que l'opération ne porte pas atteinte à

³⁹ Voir annexe 1, cote 27.

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ Voir l'arrêté n° 2016-1811/GNC précité.

la concurrence. En revanche, 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, étant précisé qu'une telle présomption peut toutefois être réfutée au motif que la part de marché n'est que l'un des facteurs susceptibles de conférer à une entreprise une position dominante⁴².

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

83. Sur le marché aval, le groupe Aline en Nouvelle-Calédonie exerce déjà une activité de commerce de détail à dominante alimentaire, sur la zone du grand Nouméa avec le magasin Super U Auteuil et sur la zone de VKP⁴³ avec le magasin U Express Koné.
84. La SARL Super U Auteuil, d'une surface de 1 557 m², est située sur la commune de Dumbéa. Elle compte [confidentiel] employés. Elle est affiliée à la coopérative Système U et a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 1,291 milliards de F CFP.
85. La SARL Superette Le Centre, d'une surface de 380 m², est située sur la commune de Koné, exploitée sous l'enseigne Super U et est également affiliée à la coopérative Système U. La SARL emploie [confidentiel] employés et a réalisé un chiffre d'affaires de 485 millions de F CFP en 2020.
86. Toutefois, ces établissements détenus par le groupe Aline ne sont situés sur la zone de chalandise du magasin Supermarché Tran Duc, cible de l'opération. Par conséquent, le groupe Aline serait un nouvel entrant sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire sur la zone de chalandise identifiée.
87. Au cas présent, l'analyse concurrentielle de l'opération concernée a été opérée sur le marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des supermarchés et formes de commerces équivalentes, y compris les magasins d'une surface de vente comprise entre 120 et 400 m², situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture.
88. Dans la zone de chalandise du village de Boulouparis, correspondant à un trajet de 10-15 minutes en voiture autour du magasin cible, la concurrence s'exercera entre les magasins recensés dans le tableau ci-dessous, dont les parts de marché exprimées au regard de leurs surfaces commerciales sont ainsi réparties :

10-15 mn Magasins	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface en m ²	PDM	Surface en m ²	PDM
Supermarché Tran Duc /Express Boulouparis	433	28,1%	520	31,9%
Ecomarché	350	22,7%	350	21,5%
Chez Camille	300	19,4%	300	18,4%
Chez Henri	260	16,9%	260	16,0%
Boucherie de Boulouparis / Chez Creugnet	200	13,0%	200	12,3%
Total	1543	100%	1630	100%

Source : Traitement de données ACNC

⁴² Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DCC-05 du 9 avril 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la SAS Socalfi par la SA Crédical.

⁴³ Constituée des communes de Voh, Koné, Pouembout

89. A l'issue de l'opération, et après l'agrandissement maximal autorisé de 520 m², la partie notificante détiendra ainsi 31,9 % des parts de marché, soit un incrément de 3,8 % par rapport à la surface initiale de 433 m² du Supermarché Tran Duc.
90. Il en résulte néanmoins que le groupe Aline sera toujours soumis à une réelle concurrence notamment avec la concurrence directe de quatre acteurs dont les parts de marché se situent entre 12 et 22 %.
91. Les supérettes de détail présentes sur la zone ont toutefois soulevé des préoccupations de concurrence sur l'opération notifiée.
92. Ainsi, le magasin Ecomarché a-t-il indiqué : « *Le commerce est animé par le jeu de la concurrence. Toutefois les contraintes d'activité hors du grand Nouméa sont fortes et la politique promotionnelle tenue par l'enseigne U détenue par le groupe Aline à Dumbéa n'est pas forcément le modèle à reproduire sur la zone de Boulouparis* »⁴⁴.
93. Toutefois, s'agissant d'une reprise d'un magasin existant, il y a lieu de considérer que, d'une part, même si le groupe Aline est un nouvel acteur sur la zone de chalandise concernée, il ne s'agit pas, à proprement parler d'une nouvelle structure sur le marché, et que, d'autre part, la répartition des parts de marché entre les différents acteurs du marché de la vente au détail à dominante alimentaire sur Boulouparis n'est pas de nature à susciter des effets d'éviction.
94. Par ailleurs, comme vu *supra*, la partie notificante n'a pas l'intention actuellement d'affilier le futur magasin « Express Boulouparis » à la centrale d'achat « Système U » en métropole.
95. Il résulte de ce qui précède que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la structure de la concurrence sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire sur la zone de chalandise pertinente.
96. En outre, le groupe Aline s'est engagé spontanément à proposer « *un tarif unique sur l'ensemble de son portefeuille de produits et à l'ensemble de ses clients quelle que soit sa typologie (Surface, enseigne, lieu de situation géographique)* » et à proposer « *aux commerces de détail d'une superficie comprise entre 120 et 400 m² des promotions sur des produits avec des quantités minimales compatibles avec leurs rotations de stocks. Le rythme et l'ampleur des promotions seront calquées sur celles des enseignes en tenant compte du rapport des ventes entre enseignes et petits commerces de détail. Les promotions devront également avoir lieu sur des produits de lancement selon les règles exprimées ci-dessus* » (voir *infra*).

2. Les marchés amont de l'approvisionnement

97. Sur les marchés amont, l'analyse consiste à vérifier si l'opération est de nature à créer ou renforcer la puissance d'achat du distributeur qui pourrait placer ses fournisseurs en situation de dépendance économique. Il convient de noter que la puissance d'achat doit être évaluée au cas par cas. En effet, un fournisseur peut être en situation de dépendance économique à l'égard d'un distributeur sans que celui-ci soit en position dominante, notamment du fait d'absence d'alternative équivalente⁴⁵.
98. La puissance d'achat est la capacité d'une entreprise à exiger des conditions d'achat préférentielles. La puissance d'achat d'un distributeur ne peut être évaluée qu'au cas par cas. En effet, un fournisseur peut être en situation de dépendance économique à l'égard d'un distributeur sans que celui-ci soit en position dominante, notamment du fait d'absence

⁴⁴ Voir test de marché du magasin Ecomarché, annexe 28, cotes 181-189.

⁴⁵ 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-sur-Mer §175.

d'alternative équivalente⁴⁶.

99. Les autorités de concurrence considèrent dès lors qu'il existe un « seuil de menace » au-delà duquel la survie du fabricant est susceptible d'être mise en cause, la disparition de ce débouché plaçant, à plus ou moins brève échéance, le fournisseur dans une situation financière difficile, pouvant parfois conduire à une faillite.
100. En l'espèce, comme vu *supra* le groupe Aline est présent en tant qu'acheteur pour l'approvisionnement de ses magasins de détail affiliés à la centrale d'achat « Système U » et en tant que grossiste importateur via les sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution.
101. En ce qui concerne les marchés locaux de l'approvisionnement, 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.
102. Néanmoins la partie notifiante estime que le renforcement de la puissance d'achat du groupe Aline sur le secteur de la distribution au détail à dominante alimentaire doit être considéré par rapport à la taille du magasin Supermarché Tran Duc sur ce marché. Par ailleurs, le montant des achats du magasin Supermarché Tran Duc se présente comme suit sur les 5 dernières années :

Magasin TRAN DUC	2017	2018	2019	2020	Cumul
Chiffre d'affaires HT	267 868 380	250 517 450	103 854 562	110 840 436	733 080 828
Achat de marchandises	215 148 149	198 204 383	75 562 504	86 547 334	575 462 370

Source : Dossier de notification

103. A cet égard, la partie notifiante indique que : « *le renforcement de sa puissance d'achat du fait de l'opération demeure limité, la part d'achat de l'actuel magasin Supermarché Tran Duc ne représente qu'une partie infime de l'approvisionnement* »⁴⁷.
104. Comme vu *supra*, le groupe Aline prévoit que le futur magasin « Express Boulouparis » continuera de privilégier un approvisionnement local, puisque la part des achats sera de 65 % auprès des importateurs-grossistes et de 35 % directement auprès des fournisseurs locaux. En affinant par famille de produits, la partie notifiante anticipe que :
- Le futur magasin « Express Boulouparis » restera assez dépendant des importateurs-grossistes concurrents sur les liquides (80 %), le frais et la crèmerie (80 %) et les textiles (100 %) ;
 - Sur la catégorie des DPH (Droguerie, Parfumerie, Hygiène), les achats seront répartis à 70 % chez les grossistes locaux, dont 30 % pour les industriels locaux et 6% pour les sociétés du groupe Aline ;
 - Et la part des approvisionnements auprès des fournisseurs locaux sera de 25 % pour l'épicerie sèche et de 20 % pour le frais et crèmerie⁴⁸.
105. Au vu de ce qui précède, et compte tenu de la dimension territoriale des marchés de l'approvisionnement et de la présence de nombreuses enseignes concurrentes sur le territoire disposant de parts de marché en aval bien supérieures au groupe Aline, l'opération n'est pas susceptible de créer ou de renforcer une puissance d'achat qui placerait les fournisseurs en situation de dépendance économique ou à restreindre l'accès à l'aval des produits des

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ Voir annexe 1, cotes 1-31, p. 23.

⁴⁸ Voir annexe 1, cote 27.

opérateurs concurrents sur les marchés amont.

106. Il en résulte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement.

B. Sur les effets verticaux

107. Lorsque l'exploitant (ou le groupe auquel il appartient) est présent sur des marchés situés en amont du commerce de détail, l'opération envisagée peut générer des effets restrictifs de concurrence ou « effets verticaux ». L'intégration verticale peut produire les mêmes effets que des clauses restrictives de concurrence passées entre un fournisseur et ses distributeurs⁴⁹.
108. La pratique décisionnelle calédonienne et métropolitaine distingue deux types de risque de « verrouillage ».
109. Le premier est celui où la branche aval de la nouvelle entité refuse d'acheter ou de distribuer les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux (verrouillage de l'accès à la clientèle).
110. Le second est celui où la nouvelle entité refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval ou alors le leur fournit à un prix élevé, dans des conditions défavorables ou à un niveau de qualité dégradé (verrouillage du marché des intrants). Cette forclusion peut être totale, lorsque les concurrents ne sont plus du tout approvisionnés, ou partielle, lorsque le durcissement des conditions tarifaires entraîne une augmentation des coûts des concurrents⁵⁰.
111. Les autorités de la concurrence calédonienne et métropolitaine considèrent qu'il est peu probable qu'une entreprise détenant moins de 30 % des parts de marché sur un marché donné, puisse verrouiller le marché aval ou amont de celui-ci⁵¹.
112. Cette approche doit cependant être nuancée au regard des caractéristiques de l'économie calédonienne car la distribution de certaines marques notoires, au-delà de l'emprise sur un marché, pourraient permettre à certains de leurs bénéficiaires de verrouiller les marchés amont ou aval⁵².

1. Sur le risque de verrouillage d'accès à la clientèle

113. En l'espèce, la partie notifiante est présente sur les marchés amont de la distribution en gros de produits à dominante alimentaire via les sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution.
114. Afin d'être en mesure de fermer l'accès des grossistes-importateurs concurrents au marché aval, la partie notifiante devrait disposer d'un pouvoir de marché important sur le marché aval de la distribution de sorte que les concurrents grossistes des sociétés Aline Calédonie et SIB Distribution se verraient privés de débouchés commerciaux, si le futur magasin « Express Boulouparis » cessait de s'approvisionner auprès d'eux.
115. Sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire, comme indiqué dans l'analyse concurrentielle sur le marché aval *supra*, le futur magasin « Express Boulouparis » détiendra,

⁴⁹ Voir les décisions de l'Autorité n° 2019-DCC-06 du 25 novembre 2019 relative à la prise de contrôle exclusif négatif de la société Katiramona Explosif SAS par la société Titanobel SAS et n° 2020-DEC-08 de l'Autorité du 11 septembre 2020 relative à la mise en exploitation d'un hypermarché sous enseigne « Hyper U » d'une surface de 3 600 m² à Païta par la société Ballande SAS.

⁵⁰ Voir § 672 des Lignes directrices 2020 relatives au contrôle des concentrations de l'Autorité de la concurrence métropolitaine

⁵¹ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-08 précitée.

⁵² Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-04 du 20 avril 2021 relative à une extension de 175 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « As de Trèfle » situé au Quartier Latin à Nouméa

à l'issue de l'opération, 31,9 % des parts de marché sur la zone de chalandise définie à 15 minutes du magasin cible.

116. Bien que légèrement supérieure au seuil de 30 %, cette part de marché doit être relativisée, d'une part car elle serait considérablement réduite si celle-ci devait être considérée au niveau territorial, d'autre part parce que les achats du magasin Supermarché Tran Duc représentent actuellement une part infime du chiffre d'affaires des grossistes importateurs locaux⁵³.
117. Par ailleurs, la partie notifiante souligne qu'à l'heure actuelle, « *les sociétés du groupe Aline ne représentent que 3.2 % du total du magasin Supermarché Tran Duc* » [comprendre : du montant total des achats du magasin Supermarché Tran Duc]⁵⁴.

Magasin TRAN DUC	2017	2018	2019	2020	Cumul
Chiffre d'affaires HT	267 868 380	250 517 450	103 854 562	110 840 436	733 080 828
Achat de marchandises	215 148 149	198 204 383	75 562 504	86 547 334	575 462 370
<u>Dont approvisionnement :</u>					-
SIB DISTRIBUTION	4 095 295	3 906 008	3 621 306	3 318 390	14 940 999
ALINE CALEDONIE	1 051 287	985 352	802 328	704 989	3 543 956
Total achat groupe Aline	5 146 582	4 891 360	4 423 634	4 023 379	18 484 955
	2,4%	2,5%	5,9%	4,6%	3,2%

Source : Dossier de notification

118. Elle précise enfin que : « *le futur magasin restera toujours tributaire des produits et marchandises vendus par les fournisseurs locaux et les importateurs-grossistes autres que ceux du groupe Aline. Cela est d'autant plus vrai que le groupe Aline ne prévoit pas d'affiliation immédiate à une centrale d'achat* »⁵⁵.
119. Au regard de ces éléments, le risque de verrouillage de l'accès à la clientèle des grossistes-importateurs concurrents des sociétés du groupe Aline peut donc être raisonnablement exclu.

2. Sur le risque de verrouillage par les intrants

120. La deuxième situation de verrouillage possible du marché apparaît lorsque l'opération est susceptible d'accroître les coûts des concurrents situés sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire en restreignant leur accès à des intrants importants (verrouillage du marché des intrants).
121. En effet, dans une telle situation, la partie notifiante est susceptible d'accroître les coûts de ses concurrents situés en aval, en rendant plus difficile pour ces derniers l'approvisionnement en intrants à des prix ou des conditions identiques à ceux qui auraient prévalu si l'opération n'avait pas eu lieu.
122. Pour que le verrouillage du marché des intrants conduise à un préjudice pour les consommateurs, il est nécessaire que soit identifié un risque de marginalisation des concurrents de la nouvelle entité ou d'accroissement des prix pour les consommateurs via l'augmentation du coût des intrants pour ces concurrents.

⁵³ A titre d'exemple, les achats du magasin Supermarché Tran Duc ont représenté 0,1 % des ventes de la société Aline Calédonie et 0,2 % des ventes de la société SIB Distribution en 2020.

⁵⁴ Voir dossier de notification, annexe, cotes, p. 23.

⁵⁵ Voir dossier de notification, annexe, cotes, p. 26.

123. Ainsi le verrouillage du marché peut-il être total, lorsque les concurrents ne sont plus du tout approvisionnés, ou partiel, lorsque le durcissement des conditions tarifaires entraîne une augmentation des coûts des concurrents.
124. En l'espèce, comme vu *supra*, les achats du magasin Supermarché Tran Duc ont représenté 0,1 % des ventes de la société Aline Calédonie et 0,2 % des ventes de la société SIB Distribution en 2020. Au vu de ces éléments, il apparaît que ces filiales du groupe Aline ne pourraient se permettre de perdre des débouchés de vente significatifs auprès des magasins concurrents du futur magasin « Express Boulouparis » en mettant en place un scénario de verrouillage.
125. Néanmoins, au cas d'espèce, un risque de verrouillage partiel a été mis en avant par les répondants au test de marché qui sont les enseignes concurrentes du futur magasin « Express Boulouparis » sur la zone de Boulouparis :
- Ainsi le magasin Ecomarché a-t-il indiqué : « *risque si toutefois les distributeurs Groupe Aline organisaient des promotions sur des collections uniquement destinées à ses commerces de détail* »⁵⁶ ;
 - Le magasin Chez Camille a précisé : « *Leur produit sera automatiquement meilleur marché dans leur magasin (...) on ne peut pas être dans la même catégorie d'une grande structure qui s'approvisionne par ses propres groupes d'achat ... nous sommes fournis par la SIB et par Aline, (...) ... comment pouvons-nous être concurrentiel ?... on achète déjà leurs produits en gros , et ce sont des produits phares, qui ne seront plus vendeur dans mon magasin car moins chers chez eux obligatoirement* »⁵⁷ ;
 - Le magasin Chez Henri a souligné que : « *C'est un grossiste qui nous fournit en marchandises. Ce n'est pas normal que nos grossistes nous fassent de la concurrence, ils connaissent nos produits et nos ventes.* » Il a également estimé que l'opération ne devrait être autorisée qu'à certaines conditions telles que : « *pas d'augmentation de la surface de vente, même tarif de vente de leurs produits* »⁵⁸ ;
 - La Boucherie Boulouparis a, quant à elle, considéré que : « *C'est un concurrent qui aura toutes les données sur nos achats, il est lui-même grossiste, ce sera simple pour lui de cibler les produits phare, et de nous concurrencer. Trouver vous cela normal. Comme dit précédemment il y a une certaine harmonie entre les commerces actuels, mis à part Eco market nous sommes tous des Boulouparisiens qui travaillons pour notre Village* »⁵⁹.
126. De ce fait, bien que l'opération consiste en la reprise d'un magasin existant, il y a lieu de constater que les concurrents de la future entité anticipent une dégradation de leurs possibilités d'approvisionnement, particulièrement par rapport à la société Aline Calédonie.
127. En effet, le verrouillage du marché des intrants ne peut poser de problèmes de concurrence que s'il concerne un intrant important pour le marché situé en aval⁶⁰. Or, il résulte de l'instruction que certaines marques phares vendues par la société Aline Calédonie ont la caractéristique d'être uniquement distribuées par ce grossiste-importateur en pratique, à ce jour.
128. C'est notamment le cas de la marque L'Oréal, qui est incontournable sur le marché de l'hygiène

⁵⁶ Voir test de marché de la société Ecomarché, annexe 28, cotes 181-189.

⁵⁷ Voir test de marché de la société YOME, annexe 29, cotes 190-198.

⁵⁸ Voir test de marché de la société ABRIG, annexe 26, cotes 162-170.

⁵⁹ Voir test de marché de la Boucherie de Boulouparis, annexe 27, cotes 171-180.

⁶⁰ Voir par exemple l'affaire COMP/M.3868 Dong/Elsam/Energi E2, l'affaire COMP/M.4094 Ineos/ BP Dormagen, points 183-184, et l'affaire COMP/M.4561, GE/Smiths Aerospace, points 48-50.

et de la beauté. La partie notifiante a confirmé que « *le groupe Aline est le représentant de la carte L'Oréal* » en Nouvelle-Calédonie⁶¹.

129. A ce propos le représentant du magasin « Chez Camille » a estimé que la société Aline Calédonie distribue des produits phares comme « *les produits Schwarzkopf, Ushuaia, L'Oréal* » et que son magasin est dépendant de la société Aline Calédonie pour ce type d'approvisionnements⁶².
130. L'Autorité constate pour sa part que la société Aline Calédonie assure quasi-exclusivement ou majoritairement la distribution de certaines marques notoires auprès des magasins concurrents du futur magasin « Express Boulouparis », dont certaines sont considérées comme « incontournables ». Il en résulte que ses concurrents seraient de ce fait dans l'impossibilité d'acquérir ces marques chez un autre grossiste-importateur à ce jour. Le risque de verrouillage par les intrants à l'issue de l'opération envisagée est donc vérifié.
131. Ce risque de verrouillage par les intrants par la société Aline Calédonie avait d'ailleurs déjà été identifié par le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie en 2015 lors de son autorisation de la mise en exploitation du magasin « Super U Auteuil » par le groupe Aline en 2015⁶³.
132. L'Autorité rappelle néanmoins que le groupe Aline comme ses fournisseurs ne peuvent se prévaloir d'aucun accord exclusif d'importation pour empêcher d'autres grossistes-importateurs ou magasins de distribuer les marques qu'elle distribue seule actuellement, étant donné l'interdiction posée par l'article Lp. 421-2-1 du code de commerce. Il en résulte que ses clients pourraient le cas échéant s'organiser pour s'approvisionner en direct auprès des fournisseurs actuels du groupe Aline et que d'autres grossistes pourraient également se rapprocher des fournisseurs desdites marques pour les distribuer et le concurrencer.
133. En tout état de cause, afin de remédier à ce risque d'atteinte à la concurrence, la partie notifiante a proposé, de manière spontanée, de prendre des engagements qui seront détaillés *infra*.

IV. Les engagements proposés par la société Aline Calédonie

134. La partie notifiante a déposé une proposition spontanée d'engagements datée du 15 décembre 2021.
135. A la suite de cette proposition, l'Autorité a interrogé, le 16 décembre 2021, les concurrents de la future entité pour leur demander si les engagements proposés par la partie notifiante leur paraissaient suffisants afin de remédier aux risques identifiés lors de l'instruction de l'opération⁶⁴.
136. Les concurrents de la future entité ont également été invités par ce même courriel à prendre attache avec l'Autorité pour le cas où des engagements supplémentaires leur sembleraient nécessaires.

Aucune demande en ce sens n'ayant été adressée à l'Autorité, les engagements proposés par la partie notifiante ont été acceptés par son service d'instruction et considérés comme suffisants pour répondre aux préoccupations concurrentielles. Celui-ci a donc proposé à l'Autorité d'accepter la réalisation des opérations notifiées sous réserve de ces engagements, le

⁶¹ Voir annexe 1, cotes 1-31.

⁶² Voir réponse DI, annexe 31, cotes 201-205.

⁶³ Voir l'arrêté n° 2015-1135/GNC précité où le gouvernement avait conclu qu'il n'y avait pas de risque de stratégie de verrouillage des intrants en ce qui concerne les produits distribués par la société SIB Distribution mais que ce risque était plus avéré pour les produits distribués par la société Aline Calédonie.

⁶⁴ Voir annexe 35, cotes 213-214.

22 décembre 2021.

137. À la suite d'une demande de la Présidente, le groupe Aline a précisé ces engagements le 27 décembre 2021.

A. Sur les principes d'appréciation des engagements

138. Les engagements de la partie notifiante, destinés à remédier aux atteintes à la concurrence résultant de l'opération notifiée, doivent être conformes aux critères généraux définis par la pratique décisionnelle et la jurisprudence afin d'être jugés aptes à assurer une concurrence suffisante, conformément aux dispositions du II de l'article Lp. 432-3 du code de commerce.
139. Ainsi, conformément à la pratique décisionnelle de l'Autorité, ces engagements doivent être efficaces en permettant pleinement de remédier aux atteintes à la concurrence identifiées⁶⁵.
140. À cette fin, leur mise en œuvre ne doit pas soulever de doute, ce qui implique qu'ils soient rédigés de manière suffisamment précise et que les modalités opérationnelles pour les réaliser soient suffisamment détaillées⁶⁶.
141. Leur mise en œuvre doit également être rapide, la concurrence n'étant pas préservée tant qu'ils ne sont pas réalisés. Ils doivent, en outre, être contrôlables.
142. Enfin, l'Autorité doit veiller à ce que les mesures correctives soient neutres, au sens où elles doivent viser à protéger la concurrence en tant que telle et non des concurrents spécifiques, et à ce qu'elles soient proportionnées, dans la mesure où elles doivent être nécessaires pour maintenir ou rétablir une concurrence suffisante.
143. Les autorités de concurrence recherchent généralement des mesures structurelles qui visent à garantir des structures de marché compétitives par des cessions d'activités ou d'actifs à un acquéreur approprié susceptible d'exercer une concurrence réelle, ou l'élimination de liens capitalistiques entre concurrents.
144. Toutefois, eu égard à l'objectif de neutralité des mesures correctives, rien ne s'oppose à ce que des remèdes de nature comportementale soient acceptés s'ils apparaissent, au cas d'espèce, plus appropriés pour compenser certaines des atteintes à la concurrence identifiées, pour autant que ces engagements soient définis de manière à garantir leur efficacité et leur contrôlabilité.

B. Les engagements proposés et leur appréciation

1. Les engagements proposés

145. Comme vu supra, l'instruction a identifié de potentiels effets anticoncurrentiels du fait que la partie notifiante est active sur le marché amont et aval de la distribution au détail à dominante alimentaire et qu'elle serait en mesure de verrouiller le marché par les intrants.
146. En conséquence, la partie notifiante a pris plusieurs engagements destinés à lever ces risques et les inquiétudes de certains de ses concurrents.

a. Les trois engagements proposés par la partie notifiante

147. En préambule, le groupe Aline propose d'appliquer « un tarif unique sur l'ensemble de son portefeuille de produits et à l'ensemble de ses clients quelle que soit sa typologie (Surface,

⁶⁵ Voir les décisions de l'Autorité n° 2019-DCC-06 précitée et n° 2020-DCC-05 du 9 avril 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la SAS Socalfi par la SA Crédical.

⁶⁶ *Ibid.*

enseigne, lieu de situation géographique) » et a pris trois autres engagements.

148. Le premier engagement vise à ce que la société Aline Calédonie pratique « *un traitement non discriminatoire à toutes les surfaces existantes ou à venir présentes sur la zone de chalandise concernée correspondant au village de Boulouparis* »⁶⁷. Compte tenu du préambule, cet engagement conduira en pratiquer le groupe Aline à pratiquer le même tarif et les mêmes conditions de vente à tous ses clients dans la zone de chalandise pertinente, y compris à l'égard du magasin « Express Boulouparis ».
149. Le second engagement proposé par la partie notifiante garantit que la société Aline Calédonie « *propose aux commerces de détail d'une superficie comprise entre 120 et 400 m² des promotions sur des produits avec des quantités minimales compatibles avec leurs rotations de stocks. Le rythme et l'ampleur des promotions seront calqués sur celles des enseignes en tenant compte du rapport des ventes entre enseignes et petits commerces de détail. Les promotions devront également avoir lieu sur des produits de lancement selon les règles exprimées ci-dessus* »⁶⁸.
150. Le troisième engagement proposé par la partie notifiante oblige la société Aline Calédonie « *à honorer les commandes reçues dans leur ordre d'arrivée, quel que soit le client, dans la limite des stocks disponibles de produits* »⁶⁹.
151. Ces engagements sont pris pour une durée de cinq ans.

b. La contrôlabilité des engagements proposés

152. Afin de faciliter la mise contrôlabilité de l'engagement proposé, la partie notifiante s'engage :
- Pour le premier engagement : à fournir à l'Autorité tous les justificatifs nécessaires au contrôle appliqué en cas de réclamation d'un client dans la zone de chalandise du magasin « Express Boulouparis » pour non-respect de l'application d'un traitement non-discriminatoire. Elle devra également tenir à disposition de l'Autorité tous les éléments de facturation nécessaires au contrôle des tarifs appliqués à ses clients sur la zone de chalandise concernée ;
 - Pour le second engagement : sur demande de l'Autorité ou en cas de réclamation d'un client de la zone de chalandises concernée, à fournir à l'Autorité la liste des promotions fournies au magasin « Express Boulouparis » et celles proposées à ses clients de la zone de chalandises concernée ;
 - Pour le troisième engagement : en cas de réclamation d'un client pour une commande qui n'aurait pas été honorée selon les termes de cet engagement, à fournir un état récapitulatif sur le ou les produits en litige qui retrace l'historique de la commande et les livraisons sur une période glissante d'un mois commençant quinze jours avant la date du litige et finissant quinze jours après.

2. Appréciation des engagements proposés

153. Ces engagements permettent d'écarter le risque que le groupe Aline puisse s'appuyer sur l'activité d'importateur-grossiste de la société Aline Calédonie pour favoriser le futur magasin

⁶⁷ Voir annexe 34, cotes 210-212.

⁶⁸ Voir annexe 34, cotes 210-212.

⁶⁹ *Ibid.*

« Express Boulouparis » au détriment des superettes concurrentes déjà présentes (Ecomarché, Chez Camille, Chez Henri et Boucherie de Boulouparis) ou à venir.

154. Ainsi, le groupe Aline ne pourra pas réserver la distribution des produits de marques notoires vendus seulement par la société Aline Calédonie actuellement au magasin « Express Boulouparis) ni appliquer à ses concurrents des conditions de vente différentes.
155. Le groupe Aline ne pourra pas non plus favoriser le magasin « Express Boulouparis » par des promotions discriminatoires. Il devra en effet accorder à ce magasin comme à tous ses concurrents des promotions avec des quantités minimales compatibles avec leurs rotations de stocks.
156. Enfin, le risque de favoritisme ne pourra pas non plus résulter d'une livraison prioritaire au bénéficiaire du magasin « Express Boulouparis » puisque le groupe Aline devra traiter les commandes passées par l'ensemble de ses clients par ordre d'arrivée dans la limite des stocks disponibles.
157. L'Autorité considère ainsi que les engagements proposés par la partie notifiante sont clairs, précis, et suffisants pour écarter le risque d'effets de verrouillage par les intrants identifiés lors de l'instruction, et qu'ils ne soulèvent pas de doute quant à leur mise en œuvre.

V. Conclusion

158. Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que les opérations relatives à l'acquisition par le groupe Aline du magasin Supermarché Tran Duc, situé sur la commune de Boulouparis, ne sont pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés, sous réserve de la réalisation effective des engagements pris par la partie notifiante et annexés à la présente décision.

DECIDE :

Article 1^{er} : L'opération notifiée sous le numéro 21/0031EC est autorisée, sous réserve des engagements décrits ci-dessus et annexés à la présente décision.

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