



Autorité de la Concurrence
de la Nouvelle-Calédonie

Décision n° 2023-DEC-15 du 29 décembre 2023

**relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher »
d'une surface de 952 m² situé à Motor Pool, Nouméa**

L'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (le Président statuant seul),

Vu le dossier de notification, adressé complet à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie le 29 novembre 2023 et enregistré sous le numéro 23-0029EC relatif à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher » d'une surface de 952 m² situé à Motor-Pool sur la commune de Nouméa ;

Vu la loi organique modifiée n° 99-209 du 19 mars 1999 relative à la Nouvelle-Calédonie ;

Vu la loi du pays n° 2014-12 du 24 avril 2014 portant création de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (ci-après l'« Autorité ») et modifiant le livre IV de la partie législative du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie (ci-après le « code de commerce ») ;

Vu le code de commerce et notamment ses articles Lp. 432-1 à Lp. 432-5 et Lp. 461-3 ;

Vu l'arrêté n° 2018-43/GNC du 9 janvier 2018 modifié concernant les modalités d'application et le contenu du dossier de notification d'une opération dans le secteur du commerce de détail ;

Vu le rapport du service d'instruction en date du 27 décembre 2023 proposant d'autoriser l'opération en application du deuxième alinéa du III de l'article Lp. 432-3 du code de commerce ;

Vu les pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

Résumé

L'Autorité autorise l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher » d'une surface de 952 m² situé à Motor Pool, Nouméa. Les magasins sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher » sont exploités par le groupe M. qui intervient essentiellement dans le commerce de produits d'entrée de gamme dans les secteurs de l'habillement, chaussures, accessoires et bazar-décoration.

A l'heure actuelle, le groupe exploite quatre points de vente regroupés sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher », étant précisé que l'ouverture du magasin « Nouméa Pas Cher Apogoti » sera concomitante avec la fermeture du magasin « Nouméa Pas Cher Quartier Latin ».

L'opération faisant l'objet de la présente autorisation consiste en l'ouverture d'un nouveau magasin sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher » d'une surface de vente de 952 m² dans la zone de Motor Pool à Nouméa.

L'analyse concurrentielle de l'Autorité a porté sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration, ainsi que sur le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration.

S'agissant du marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration, l'analyse a été conduite en deux temps, conformément à la pratique décisionnelle de l'Autorité, d'une part, en tenant compte uniquement des commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration ; d'autre part, en tenant compte des commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration, ainsi que des grandes surfaces d'ameublements, des grandes surfaces de bricolage/quincailleries, et des grandes surfaces alimentaires (GSA) disposant d'une gamme étendue en produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix.

Le marché géographique de la distribution au détail de produits de bazar et décoration retenu correspond, d'une part, à une première zone de 15 minutes en voiture autour du magasin cible intégrant uniquement les grandes surfaces spécialisées (GSS) en produits de bazar et de décoration, et, d'autre part, à une seconde zone correspondant au Grand Nouméa intégrant les GSS, ainsi que les grandes surfaces d'ameublements, les grandes surfaces de bricolage (GSB)/quincailleries, et les GSA et commerces de proximité disposant d'une gamme étendue en produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix.

S'agissant du marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration, l'analyse concurrentielle a été menée sur le marché de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration de dimension mondiale.

Il ressort de l'analyse concurrentielle que le groupe M. continuera à être concurrencé par les autres groupes présents sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration si bien que l'opération envisagée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le dit marché.

Par ailleurs, le groupe M. n'étant présent sur le marché mondial de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration qu'en tant qu'acheteur, l'Autorité a conclu qu'il ne représente qu'une part infime parmi la multitude d'acteurs présents sur ce marché.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence et a été autorisée sans condition.

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

Sommaire

I.	Présentation de l'entreprise concernée et contrôlabilité de l'opération.....	4
A.	Présentation de l'exploitant	4
B.	Contrôlabilité de l'opération	5
II.	Délimitation des marchés pertinents.....	6
A.	Le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration.....	6
1.	Le marché de produits.....	6
2.	Le marché géographique	7
B.	Le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration	8
1.	Le marché de produits.....	8
2.	Le marché géographique	9
III.	Analyse concurrentielle	9
A.	Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration.....	10
B.	Sur le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration.....	12
	Conclusion	13

I. Présentation de l'entreprise concernée et contrôlabilité de l'opération

A. Présentation de l'exploitant

1. Les magasins sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher » sont exploités par la société à responsabilité limitée Mantovani Risso et Compagnie (ci-après, « la société S.M.R.C »)¹.
2. La société S.M.R.C est une filiale détenue à [>50%] par la société [confidentiel]². Cette dernière est détenue à parts égales par Madame M. M. et, son époux, Monsieur J. M. M.³.
3. Les activités commerciales des époux M. en Nouvelle-Calédonie se déclinent en [confidentiel] détenues par la société holding [confidentiel] (ci-après « le groupe M. »).
4. L'organigramme des sociétés détenues par la société [confidentiel] se présente comme suit :

[confidentiel]

Source : Dossier de notification

5. Le groupe M. intervient essentiellement dans le commerce de produits d'entrée de gamme dans les secteurs de l'habillement, chaussures, accessoires et bazar-décoration *via* :
 - [confidentiel]⁴ exploitant des enseignes sous franchise nationale dans les secteurs de l'habillement (les magasins « Géo ») et des chaussures (les magasins « Eram » et « Géo ») ; et
 - [confidentiel] intervenant dans le secteur du bazar-décoration avec les magasins sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher »⁵ et dans le secteur du luminaire avec un magasin sous l'enseigne « Nouméa Luminaires »⁶.
6. Le groupe M. détient également [confidentiel]⁷, [confidentiel]⁸.
7. La partie notifiante indique que les valeurs de ses participations s'établissent comme suit :

[confidentiel]

Source : Dossier de notification

8. Les dix magasins exploités actuellement par le groupe M. sont situés dans la zone du Grand Nouméa. Trois autres magasins ouvriront prochainement à La Foa (Géo) et à Dumbéa (Géo et « Nouméa Pas Cher Apogoti »), comme indiqué dans le tableau ci-dessous :

¹ La SARL S.M.R.C est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 437 319 depuis le 22 août 1995.

² [confidentiel].

³ Voir les développements à la page 3 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 4).

⁴ A savoir : [confidentiel]

⁵ A savoir : [confidentiel].

⁶ A savoir : [confidentiel]

⁷ A savoir : [confidentiel]

⁸ Voir la page 3 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 4).

Enseigne	Adresse	Commune	Surface	Familles de produits
GEMO	16, rue Lucien Hervouët, Ducos	NOUMEA	1 044 m ²	Habillage / Hygiène beauté-accessoires de mode
	20, rue de l'Alma, Centre Ville	NOUMEA	1 169 m ²	
	Nilly Village, RT1 (en ouverture)	LA FOA	498 m ²	
	Avenue des télégraphes (en ouverture)	DUMBEA	1 493 m ²	
GEMO Chaussures DUCOS	30, Rte de la Baie des Dames, Ducos	NOUMEA	443 m ²	Chaussure / Bonneterie / Maroquinerie
ERAM	28, rue de l'Alma, Centre Ville	NOUMEA	120 m ²	Chaussure / Maroquinerie
	Centre commercial KENU IN	DUMBEA	149 m ²	
NOUMEA LUMINAIRE	11, rue d'Asuterlitz, Centre-Ville	NOUMEA	100 m ²	Luminaire
NOUMEA PAS CHER	26, rue de l'Alma, Centre-Ville	NOUMEA	500 m ²	Equipement de la maison, Mobilier et décoration
	45, rue Joules, Ducos	NOUMEA	700 m ²	
	11, rue Raphaël Pidjot, Conception	MONT DORE	1 100 m ²	
	63, rue de Sébastopol, Quartier-latin (en fermeture)	NOUMEA	800 m ²	
	2, avenue des télégraphes - Apogoti (en ouverture)	DUMBEA	1 100 m ²	

Source : Dossier de notification

9. Ainsi, la SARL S.R.M.C. exploite quatre points de vente⁹ regroupés sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher ». Par ailleurs, la partie notifiante précise que l'ouverture du magasin « Nouméa Pas Cher Apogoti » sera concomitante avec la fermeture du magasin « Nouméa Pas Cher Quartier Latin »¹⁰.
10. En outre, Madame et Monsieur M. sont également actionnaires dans [confidentiel], comme l'indique l'organigramme ci-dessous :

[confidentiel]

Source : Dossier de notification

11. Le chiffre d'affaires cumulé du groupe M. en Nouvelle-Calédonie est de l'ordre de [> 1,2 milliards] de F. CFP en 2023¹¹, et se répartit comme suit selon le segment d'activité :

[confidentiel]

Source : Dossier de notification

B. Contrôlabilité de l'opération

12. Conformément à l'article Lp. 432-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie :
« Est soumis au régime d'autorisation de commerce de détail défini par le présent chapitre :
1° toute mise en exploitation d'un nouveau magasin de commerce de détail, lorsque sa surface de vente est supérieure à 600 m². »
13. En l'espèce, l'opération consiste en l'ouverture d'un nouveau magasin sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher » d'une surface de vente de 952 m² dans la zone de Motor Pool à Nouméa (ci-après « le magasin Nouméa Pas Cher Motor Pool »).
14. Par ailleurs, la partie notifiante souligne que l'ouverture de ce magasin a pour but « de se rapprocher d'un pôle de consommation et étendre sa zone de chalandise immédiate, de participer à la diversification commerciale du centre, d'accroître le niveau d'activité du groupe et donc pérenniser ses activités, d'être une offre accessible à la clientèle en ouvrant une succursale qui bénéficiera des économies d'échelles »¹².

⁹ Il est à noter que ce nombre restera inchangé après l'opération dans la mesure où le magasin sous l'enseigne Nouméa Pas Cher situé au Quartier Latin à Nouméa est en cours de fermeture.

¹⁰ Voir la décision de l'Autorité n° 2022-DEC-08 du 16 décembre 2022 relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher » d'une surface de 1 100 m² situé à Apogoti.

[confidentiel]

¹¹ Voir la page 2 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 3).

¹² Voir la page 6 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 7).

15. La présente opération consistant en la mise en exploitation d'un commerce de détail de plus de 600 m², celle-ci est contrôlable sur le fondement de l'article Lp. 432-1 du code de commerce et est soumise au régime d'autorisation préalable de l'article Lp. 432-2 de ce même code.

II. Délimitation des marchés pertinents

16. L'analyse concurrentielle des effets d'une opération dans le secteur du commerce de détail au sens de l'article Lp. 432-1 du code de commerce (opération de croissance « interne »), comme celle d'une concentration au sens de l'article Lp. 431-1 (opération de croissance « externe »), doit être réalisée sur un (ou des) marché(s) pertinent(s) délimité(s) conformément aux principes du droit de la concurrence.
17. En matière de distribution, les autorités de concurrence retiennent généralement deux catégories de marchés : ceux qui mettent en présence les entreprises du commerce de détail et les consommateurs pour la vente des biens (les marchés aval) et ceux de l'approvisionnement de ces mêmes biens (les marchés amont). Ces deux catégories de marchés correspondent au champ d'application du test de concurrence défini à l'article Lp. 432-4 du code de commerce qui, calqué sur celui du contrôle des concentrations, implique une double analyse du marché de la distribution¹³.
18. La délimitation du marché pertinent se fonde, d'une part, sur un examen des caractéristiques objectives du produit ou du service en cause (caractéristiques physiques, besoins ou préférences des clients, différences de prix, canaux de distribution, positionnement commercial, environnement juridique) et, d'autre part, sur la zone géographique sur laquelle les offreurs exercent une pression concurrentielle effective et pour laquelle l'analyse des éléments tels que les coûts de transport, la distance ou le temps de parcours des acheteurs, les contraintes légales et réglementaires, les préférences des clients sont autant d'indices permettant de circonscrire le marché¹⁴.
19. En l'espèce, le futur magasin « Nouméa Pas Cher Motor Pool » proposera des produits de bazar et de décoration (décoration, linge de maison, arts de la table...) sur une surface de vente de 952 m².
20. L'opération sera ainsi analysée sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration (A) ainsi que sur le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration (B).

A. Le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration

1. Le marché de produits

21. Dans le secteur de la distribution de produits alimentaires ou non alimentaires, les marchés sont généralement abordés sous deux angles : soit en analysant un marché large, comprenant l'ensemble des produits appartenant à une même famille, soit en analysant plusieurs marchés plus étroits, circonscrits à des « sous-familles » comprises au sein de ce marché large. Une telle sous-segmentation se justifie notamment lorsque d'importantes différences existent au sein

¹³ Voir les décisions de l'Autorité 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° 2018-DEC-03 du 18 mai 2018 relative à l'ouverture d'un commerce de détail d'une surface de vente de 1 321 m² sous l'enseigne « House » au centre commercial « Les Jardins d'Apogoti » sur la commune de Dumbéa ; l'arrêté n° 2017-2085/GNC du 12 septembre 2017 relatif à la création et la mise en exploitation par la SARL Home Dépôt d'un commerce de détail d'une surface de vente de 700 m² à enseigne Home Dépôt, situé à Nouméa.

¹⁴ *Ibid.*

d'une même famille de produits, en termes de prix, de caractéristiques ou encore de besoins, et compte tenu de la substituabilité du côté de l'offre.

22. Les autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine ont retenu l'existence d'un marché de la distribution de produits de décoration et de bazar, qui sont définis comme des objets divers associés à la distribution de meubles « meublants » pour équiper la maison et la décorer. Ces autorités ont cependant distingué la distribution des produits de bazar et de décoration de celle des produits d'ameublement, en raison de différences dans l'assortiment des offreurs, dans les comportements d'achat ainsi que dans les fonctions des produits concernés, les produits de bazar-décoration étant complémentaires à l'ameublement mais non substituables¹⁵.
23. La pratique décisionnelle calédonienne et métropolitaine a également retenu un marché spécifique pour la distribution au détail de produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix¹⁶. En effet, il a été relevé que les enseignes présentes sur ce marché distribuent des produits à prix modéré et ne s'appuient pas sur des marques notoires.
24. L'Autorité, s'agissant des commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix, a ainsi envisagé une segmentation de ce marché en fonction du prix et selon le canal de distribution, intégrant les grandes surfaces spécialisées (GSS) en produits d'ameublement, les GSS en produits de bazar et de décoration ainsi que les rayons proposant ces produits au sein des grandes surfaces alimentaires (GSA) et des grandes surfaces de bricolage (GSB)¹⁷.
25. La partie notifiante propose également de reprendre cette définition pour les besoins de la présente opération puisque selon elle « *les commerces spécialisés peuvent subir l'influence de grandes surfaces d'ameublement qui se positionneraient sur le même créneau pour une partie de leur offre et des Hypermarchés qui proposeraient également une offre de ce type* »¹⁸.
26. Compte tenu de l'ensemble des éléments exposés *supra*, l'analyse concurrentielle a été conduite sur le marché de la distribution de produits de bazar et décoration à bas et moyen prix, en deux temps :
 - d'une part, en tenant compte uniquement des commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration ;
 - d'autre part, en tenant compte des commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration, ainsi que des grandes surfaces d'ameublements, des grandes surfaces de bricolage/quincailleries, et des grandes surfaces alimentaires disposant d'une gamme étendue en produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix.

2. Le marché géographique

27. Dans le secteur du commerce de détail, les marchés géographiques pertinents sont de dimension locale, correspondant à la zone de chalandise du magasin en cause. En général, la zone de chalandise est d'autant plus étendue que la taille du magasin est importante. La force d'attraction

¹⁵ Voir la décision de l'Autorité n° 2022-DEC-03 du 28 juillet 2022 relative au changement d'enseigne du magasin « First Déco » d'une surface de 777 m² situé au 8 rue Jean Jaurès à Nouméa au profit de l'enseigne « But Cosy » et la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n°12-DCC-65 du 22 mai 2012 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Mosaic Services SASU des sociétés Heytens Centrale SA, Decofra SA, Delcobelge SA, Decor Heytens SA et leurs filiales.

¹⁶ Voir la décision de l'Autorité n° 2022-DEC-07 du 7 octobre 2022 relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Gifi » d'une surface de 796 m² situé dans le centre commercial Pwa-Yaya à Koumac et la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 22-DCC-78 du 28 avril 2022 relative à l'acquisition du contrôle exclusif des actifs de Conforama France par le groupe Mobilux.

¹⁷ Voir les décisions de l'Autorité n° 2022-DEC-07 précitée, n° 2022-DEC-04 du 28 juillet 2022 relative au changement d'enseigne du magasin « First Déco » d'une surface de 824 m² situé au 61 rue Fernand Forest à Ducos, Nouméa au profit de l'enseigne « But Cosy » et n° 2021-DEC-03 du 24 février 2021 relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Gifi » d'une surface de vente de 660 m² situé sur la commune de Dumbéa.

¹⁸ Voir les développements à la page 9 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 10).

des grandes surfaces spécialisées, qui sont dotées d'une surface de vente étendue et proposent une gamme complète de produits, implique des zones de chalandise larges, dont le rayon peut atteindre une trentaine de minutes de trajet en voiture. A l'inverse, les commerces de proximité auront des zones de chalandise en principe plus réduites.

28. De plus, la nature des produits a également un impact sur la zone de chalandise. On distingue ainsi en général les biens de consommation à faible montant unitaire, achetés fréquemment (dits produits de grande consommation), des produits à prix plus élevé et d'achat peu fréquent (dits biens durables). Pour ces derniers, les consommateurs seront en général susceptibles de consentir à des déplacements plus longs : les zones de chalandises pourront ainsi être plus étendues¹⁹.
29. A l'occasion de la mise en exploitation d'une grande surface spécialisée en produits de bazar et de décoration à Nouméa, l'Autorité avait considéré que la zone de chalandise n'est pas la même selon que l'analyse est conduite sur le marché des seuls commerces de détail spécialisés en produits de bazar et de décoration - qui serait de l'ordre de 15 minutes en voiture autour du magasin cible - ou sur le marché plus large incluant également les GSS en ameublement et les GSA pour lequel la zone de chalandise pertinente est d'environ 30 minutes en voiture autour du magasin cible, ce qui correspondait au Grand Nouméa²⁰.
30. En l'espèce, la partie notifiante précise que « l'environnement du projet » est un élément à prendre en compte dans la définition géographique du marché. En effet, la partie notifiante considère que le complexe commercial contigu au futur magasin « Nouméa Pas Cher Motor Pool » possède un rayonnement bien plus large qu'un magasin isolé dans la mesure où il sera implanté dans un véritable « cœur de quartier » composé d'un ensemble de commerces (supermarché, banque, station-service, magasin de bricolage, bars, vétérinaire, etc.)²¹. Elle confirme donc la délimitation géographique définie par l'Autorité dans ses précédentes décisions et propose de la reprendre pour les besoins de la présente opération.
31. Dès lors, l'Autorité retient, pour son analyse, le marché géographique de la distribution au détail de produits de bazar et décoration d'une part, sur une première zone de 15 minutes en voiture autour du magasin cible intégrant uniquement les GSS en produits de bazar et de décoration, et, d'autre part, sur une seconde zone correspondant au Grand Nouméa intégrant les GSS, ainsi que les grandes surfaces d'ameublements, les GSB/quincailleries, et les GSA et commerces de proximité disposant d'une gamme étendue en produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix.

B. Le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration

1. Le marché de produits

32. La pratique décisionnelle calédonienne et métropolitaine a retenu des marchés distincts de l'approvisionnement en (i) meubles, (ii) produits de bazar-décoration, (iii) petit électroménager, (iv) gros électroménager, (v) appareils photo et cinéma, (vi) appareil Hi-fi et son, (vii) appareils TV et vidéo et (viii) ordinateurs et périphériques²².

¹⁹ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-07 précitée et l'arrêté n° 2017-443/GNC du 21 février 2017 relatif à la création et la mise en exploitation par la SARL Espace Import d'un commerce de détail d'une surface de vente de 777 m² à enseigne First Déco, situé à Nouméa ; et l'arrêté n° 2014-2327/GNC du 9 septembre 2014 relatif à l'ouverture d'un magasin de commerce de détail sous enseigne « Villa » d'une surface de 600 m².

²⁰ Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-03 précitée.

²¹ Voir la page 10 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 11).

²² Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-07 et n° 2021-DEC-03 précitées et les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-216 du 18 décembre 2017 relative à la prise de contrôle exclusif des

33. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations dans le cadre de la présente opération.
34. Dès lors, l'analyse concurrentielle se concentre sur le marché de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration.

2. Le marché géographique

35. La pratique décisionnelle métropolitaine retient une dimension au moins nationale, voire européenne des marchés de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration²³.
36. La pratique décisionnelle calédonienne a, pour sa part, considéré que ces marchés revêtaient une dimension internationale²⁴.
37. La partie notifiante indique que l'essentiel de ses approvisionnements provient [confidentie]²⁵.
38. En conséquence, l'analyse concurrentielle retient un marché géographique de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration de dimension mondiale.

III. Analyse concurrentielle

39. 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* ».
40. En l'espèce, l'analyse concurrentielle doit permettre d'apprécier les risques d'atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la distribution au détail (A), afin de vérifier si l'opération crée ou renforce une position dominante et les marchés de l'approvisionnement d'une part (B), et afin de déterminer si l'opération crée ou renforce une puissance d'achat qui placerait les fournisseurs en situation de dépendance économique vis-à-vis des distributeurs d'autre part²⁶.
41. L'étude des effets horizontaux consiste à apprécier dans quelle mesure cette opération pourrait conduire à une hausse des prix (ou à une diminution des quantités) sur les marchés de la distribution au détail et *in fine* entraîner une perte de bien-être pour le consommateur.
42. 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 la concurrence.
43. 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 dominante²⁷.

actifs des sociétés Lilnat, Vetura et Agora Distribution par la société Groupe Philippe Ginestet ; n°12-DCC-65 précitée ; n°11-DCC-78 du 18 mai 2011 relative à l'acquisition du groupe Titouan par le groupe Conforama.

²³ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-216 et n° 12-DCC-65 précitées.

²⁴ Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-07, n° 2021-DEC-03 et l'arrêté n° 2017-443/GNC précités.

²⁵ Voir la page 11 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 12).

²⁶ 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.

²⁷ Voir notamment les décisions de l'Autorité n° 2023-DCC-08 du 22 novembre 2023 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la SAS Socimat par la SAS LH et n° 2023-DEC-13 du 4 octobre 2023 relative à la mise en exploitation par la SARL Apotex d'un magasin sous l'enseigne « Géo » d'une surface de 1 454 m² à Dumbéa.

A. Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration

44. Pour rappel, le groupe M. exploite actuellement quatre commerces de détail spécialisés sur ce marché dont le magasin « Nouméa Pas Cher Quartier Latin » qui disparaîtra à l'ouverture du magasin « Nouméa Pas Cher Apogoti »²⁸. Compte tenu de fermeture prochaine, le magasin situé au Quartier Latin ne sera pas intégré dans l'analyse concurrentielle.
45. Le tableau ci-dessous représente la répartition des parts de marchés (en superficie) de la partie notifiante et de ses concurrents, les enseignes spécialisées en produits de bazar et de décoration, sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix sur une zone de chalandise correspondant à un trajet de 15 minutes en voiture autour du magasin cible (hypothèse 1).

Magasins	Avant	PDM (m ²)	Après	PDM (m ²)
Noumea pas cher Motor-Pool	-	-	[confidentiel]	[10-20]%
Nouméa pas cher Ducos	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Noumea pas cher Alma	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Total groupe Mantovani	[confidentiel]	[10-20%]	[confidentiel]	[20-30%]
GIFI Ducos	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10]%
GIFI Centre-ville	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10]%
Total Sodexma	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[10-20]%
Foir'Fouille	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[10-20]%
Casa	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5]%
Total Ballande	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[10-20]%
Trouv'too Ducos	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10]%
Total Sogec	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10]%
Miniso Centre-ville	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5]%
Miniso Quais Ferry	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5]%
Total Interdis	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5]%
Home Depot	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10]%
Magenta Bazar	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10]%
Alea	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5]%
NéaMart	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10]%
Total	[confidentiel]	100%	[confidentiel]	100%

Source : Traitement de données ACNC

46. Dans cette première hypothèse, il ressort que le groupe M. détiendrait à l'issue de l'opération [20-30] % de parts de marché sur le marché de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix, avec un incrément de [confidentiel] % au profit de la partie notifiante.
47. Bien que le groupe M. se positionnerait en tant que leader sur le marché, il resterait confronté à la forte concurrence du groupe Sodexma (enseignes « Gifi »), avec [10-20] % de parts de marché, le groupe Ballande (enseignes « Foir' Fouille » et « Casa ») avec [10-20] % de parts de marché, et le groupe Sogec (enseignes « Trouv' Too ») avec [5-10] % de parts de marché.
48. Le tableau ci-dessous représente la répartition des parts de marchés de la partie notifiante, des autres commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration, ainsi que des grandes

²⁸ Voir la décision de l'Autorité n° 2022-DEC-08 du 16 décembre 2022 précitée.

surfaces d'ameublement, des GSB et des GSA proposant une gamme relativement étendue de ces produits dans la zone correspondant au Grand Nouméa (hypothèse 2).

Magasins	Avant	PDM (m ²)	Après	PDM (m ²)
Commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration				
Noumea pas cher Motor-Pool	-	-	[confidentiel]	[5-10]%
Noumea pas cher Alma	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Noumea pas cher Conception	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Nouméa pas cher Ducos	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Noumea pas cher Apogoti	[confidentiel]	[6-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Total groupe Mantovani	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[20-30]%
GIFI Ducos	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
GIFI Centre-ville	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
GIFI Apogoti	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total Sodexma	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[10-20] %
Trouv'too Ducos	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Trouv'too Pont des français	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Trouv'too Apogoti	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total Sogec	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10] %
Foir'Fouille	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10] %
Casa	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total Ballande	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10] %
Miniso Apogoti	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Miniso Centre-ville	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Miniso Quais Ferry	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total Interdis	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Home Depot	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Alea	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Centrakor	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10] %
NéaMart	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Magenta Bazar	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total Autres	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[10-20] %
Commerces spécialisés en produits d'ameublement				
But Cosy Ducos	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
But Cosy Centre-Ville	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total Espace Import	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Conforama Kenu-In	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Conforama Orphelinat	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total Conforama	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Atlas	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
House	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Sipa	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Grandes surfaces alimentaires				
Géant Sainte-Marie	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Géant Dumbéa Mall	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Casino Mont-Dore	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total GBH	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[5-10] %

Super U Mageco	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Super U Kaméré	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Super U Rivière-Salée	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total Heli	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Auchan Quai Ferry	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Auchan Auteuil	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total groupe Aline	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Carrefour Kenu-In	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Discount Trianon	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Grandes surfaces de bricolage				
Mr Bricolage Kenu In	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Mr Bricolage Ducos	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Fabrique de styles	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total groupe Ubinger	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Bricorama	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Briconautes Païta	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Briconautes Motor-Pool	[confidentiel]	[confidentiel]	[confidentiel]	[0-5] %
Total	[confidentiel]	100%	[confidentiel]	100%

Source : Traitement de données ACNC

49. Dans la deuxième hypothèse, intégrant les grandes surfaces d'ameublement, les GSB et les GSA proposant des produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix, la part de marché du groupe M. serait inférieure à [20-30] % [confidentiel] à l'issue de l'opération.
50. Le groupe M. continuera à être concurrencé notamment par les enseignes « Gifi » [10-20 %] de parts de marché), les enseignes « Trouv'too » ([5-10 %] de parts de marché), mais aussi les GSA du groupe GBH, à savoir les hypermarchés Géant et le Casino Mont-Dore ([5-10 %] de parts de marché).
51. Il en résulte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix sur les zones de chalandise concernées.

B. Sur le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration

52. Au cas d'espèce, le groupe M. n'est présent sur le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration en Nouvelle-Calédonie qu'en tant qu'acheteur, au travers de ses magasins sous l'enseigne « Nouméa Pas Cher ».
53. La partie notifiante indique, comme vu *supra*, que l'essentiel de ses approvisionnements en produits de bazar et de décoration pour ses enseignes « Nouméa Pas Cher » provient [confidentiel].
54. Il apparaît ainsi que les approvisionnements du groupe M. pour les magasins « Nouméa Pas Cher » en Nouvelle-Calédonie s'inscrivent dans le cadre d'un marché mondial sur lequel elle ne représente qu'une part infime parmi la multitude d'acteurs présents sur ce marché.
55. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est pas de nature à créer ou renforcer une puissance d'achat. Elle n'est pas davantage de nature à restreindre l'accès à l'approvisionnement de ces produits aux opérateurs concurrents des enseignes « Nouméa Pas Cher ».
56. Dès lors, l'opération est insusceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché amont de l'approvisionnement.

Conclusion

57. Il résulte de l’instruction que l’opération consistant en l’ouverture d’un commerce de détail sous l’enseigne « Nouméa Pas Cher » d’une surface de 952 m² situé dans la zone de Motor Pool à Nouméa n’est pas de nature à porter atteinte à la concurrence et peut être autorisée.

DECISION

Article 1er : L’opération notifiée sous le numéro 23-0029EC 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 de la concurrence de Nouvelle-Calédonie.

Le président



Stéphane Retterer