

Décision n° 2025-DEC-07 du 26 novembre 2025

relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Gifi » d'une surface de 643 m² implanté dans le quartier d'Apogoti à Dumbéa

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

Vu le formulaire de notification allégé, adressé complet à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie le 28 octobre 2025 et enregistré sous le numéro 25/0027EC, relatif à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Gifi » d'une surface de 643 m² et implanté dans le quartier d'Apogoti à Dumbéa ;

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

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

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

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

Vu le communiqué de procédure n° 2024-02 du 21 juin 2024 relatif à la procédure allégée de notification des opérations de commerce de détail pour leur reconstruction ;

Vu le rapport d'instruction en date du 21 novembre 2025 proposant d'autoriser l'opération en application du troisième alinéa du III de l'article Lp. 432-3 du Code de commerce ;

Vu les pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

Résumé

Aux termes de la présente décision, l'Autorité autorise la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Gifi » d'une surface de 643 m² implanté dans le quartier d'Apogoti à Dumbéa.

Le magasin Gifi Apogoti sera exploité par la SARL Sodexma, détenue par le groupe [P.] lequel est présent notamment dans le secteur de la distribution alimentaire et non-alimentaire. Le groupe est ainsi actif dans le secteur du commerce de détail de bazar et de décoration en Nouvelle-Calédonie *via* ses magasins sous enseigne « Gifi ».

A la suite des émeutes de mai 2024, le magasin Gifi à Dumbéa a été entièrement détruit. Afin de le remplacer, le groupe [P.] souhaite ouvrir un nouveau magasin sous la même enseigne à Apogoti, à proximité de l'ancien emplacement.

Pour vérifier les éventuels effets de l'opération envisagée sur la concurrence, l'Autorité a analysé le marché aval de la distribution de produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix, ainsi que le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration, de dimension mondiale.

Conformément à la pratique décisionnelle de l'Autorité, sur le marché aval de la distribution de produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix, l'analyse concurrentielle a été opérée en prenant en considération une première zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour du magasin cible intégrant uniquement les grandes surfaces spécialisées (GSS) en produits de bazar et de décoration, puis une seconde zone d'environ 30 minutes en voiture autour du magasin cible intégrant les GSS, les grandes surfaces d'ameublements, les grandes surfaces de bricolage/quincailleries, et les grandes surfaces alimentaires et commerces de proximité disposant d'une gamme étendue en produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix.

L'analyse concurrentielle a permis de constater qu'avant les émeutes de mai 2024, le groupe [P.] détenait sur la zone de chalandise du Grand Nouméa une part de marché [20-30] % ou de [10-20] % selon l'hypothèse retenue, et se positionnait ainsi en seconde position derrière le groupe [M.], exploitant de l'enseigne « Nouméa pas Cher ».

Depuis, les parts de marché des opérateurs concurrents ont connu des fluctuations à la fois positives et négatives. De plus, la surface du futur magasin Gifi Apogoti est inférieure à celle de l'ancien magasin et son déplacement projeté s'effectue sur une distance limitée à environ 150 m, correspondant à un temps de trajet d'environ 2 minutes à pied.

En conséquence, la mise en exploitation du nouveau magasin Gifi Apogoti ne devrait pas renforcer le pouvoir de marché du groupe [P.] sur les marchés concernés : les parts de marché du groupe demeurent globalement similaires à celles observées avant les émeutes de mai 2024.

En outre, l'opération tend essentiellement à rétablir l'offre existante et présente, de ce fait, une dimension pro-concurrentielle susceptible de bénéficier aux consommateurs.

L'opération n'est donc 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.

Concernant le marché amont, la partie notifiante devant s'approvisionner auprès de fournisseurs en Asie et en Europe, l'opération n'est pas non plus de nature à conférer au groupe [P.] une puissance d'achat significative vis-à-vis de ses fournisseurs, susceptible de les placer dans une situation de dépendance économique.

En conséquence, l'opération notifiée a été autorisée sans condition.

(Ce résumé a un caractère strictement informatif. Seul 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'entreprise concernée	4
B. Présentation et contrôlabilité de l'opération	4
II. Délimitation des marchés pertinents	5
A. Le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration.....	5
1. Le marché de produits	5
2. Le marché géographique	7
B. Le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et décoration .	7
1. Le marché de produits	7
2. Le marché géographique	8
III. Analyse concurrentielle	8
IV. Conclusion	9
DÉCISION.....	10

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

A. Présentation de l'entreprise concernée

1. La SARL Sodexma¹, qui a pour activité l'exploitation de magasins sous l'enseigne « Gifi » en Nouvelle-Calédonie, est détenue à 100 % par la société Nord Holding². La société Nord Holding est détenue par Madame [F. P.] et Monsieur [E. P.] et ses filiales exercent des activités de distribution dans le secteur alimentaire et non-alimentaire (ci-après le « groupe [P.] »)³.
2. Avant les émeutes de mai 2024⁴, le groupe [P.] était actif dans le secteur du commerce de détail de bazar et de décoration en Nouvelle-Calédonie, notamment *via* quatre magasins sous enseigne « Gifi ». Trois de ces points de vente étaient situés dans le Grand Nouméa (au centre-ville de Nouméa, dans le quartier de Ducos et à Dumbéa au sein du centre commercial Plaza Apogoti). Le quatrième est localisé à Koumac⁵.
3. Le groupe [P.] est également présent dans le secteur de la distribution *via* l'enseigne « Discount » laquelle compte aujourd'hui dix magasins exploités sous l'enseigne « Discount » pour les magasins alimentaires, ou sous celle « Bazar Discount » pour les magasins non-alimentaires.
4. Par ailleurs, Monsieur et Madame [P.] détiennent intégralement la société Holding du Pacific SAS, laquelle exerce une activité de holding avec des participations variables dans divers domaines (agence de voyage, BTP, fermes aquacoles, nettoyage de véhicules, vente de véhicules, *etc.*)⁶.
5. A la suite des émeutes de mai 2024, le magasin Gifi à Dumbéa, d'une surface de 709 m², a été entièrement détruit. Afin de le remplacer, le groupe [P.] souhaite ouvrir un nouveau magasin sous l'enseigne « Gifi » à Apogoti, à proximité de l'ancien emplacement (ci-après le magasin « Gifi Apogoti »).

B. Présentation et contrôlabilité de l'opération

6. Dans le contexte de crise que traverse actuellement la Nouvelle-Calédonie, l'Autorité a mis en place un communiqué de procédure qui contient un dispositif de notification des opérations de commerce de détail simplifiée pour les opérations de reconstruction nécessitant une notification⁷.
7. Ce communiqué de procédure précise que toute reconstruction ne respectant pas une ou plusieurs conditions d'identité pourrait être considérée comme une opération de commerce de détail soumise à autorisation préalable au sens de l'article Lp. 432-1 du Code de commerce, lequel prévoit :

« I. - Est soumis au régime d'autorisation 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 ».

¹ La société Sodexma est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 379 123 depuis le 14 décembre 1993.

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

³ Voir la décision de l'Autorité n° 2024-DCC-04 du 29 avril 2024 relative à la prise de contrôle exclusif de la SARL Sodexma par la SARL Nord Holding.

⁴ En mai 2024, des émeutes ont éclaté en Nouvelle-Calédonie, entraînant la destruction de nombreux commerces, en particulier dans l'agglomération du Grand Nouméa. Ces événements ont occasionné des dommages matériels et économiques significatifs.

⁵ Voir la décision de l'Autorité n° 2024-DCC-04 précitée.

⁶ *Ibid.*

⁷ Voir le communiqué de procédure n° 2024-02 du 21 juin 2024 relatif à la procédure allégée de notification des opérations de commerce de détail pour leur reconstruction.

8. Par ailleurs, l'article 10 de l'arrêté n° 2018-43/GNC du 9 janvier 2018 pris en application de l'article Lp. 432-6 du Code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie concernant les modalités d'application et le contenu du dossier de notification d'une opération dans le secteur du commerce de détail prévoit :
- « Une nouvelle autorisation n'est pas nécessaire lorsqu'un magasin de commerce de détail est remis en exploitation après reconstruction à l'identique suite à la démolition ou à un sinistre, à condition que cette reconstruction s'effectue sur le même emplacement, avec le même exploitant, n'entraîne ni augmentation de la surface de vente, ni changement de secteur d'activité ou d'enseigne et que la cession d'activité n'ait pas excédé trois ans ».*
9. En l'espèce, l'opération notifiée consiste à permettre à la SARL Sodexma la réouverture du magasin Gifi détruit, désormais d'une surface de 643 m² et situé avenue des Départs au sein du centre commercial « Les Jardins d'Apogoti » à Dumbéa. Cette reconstruction ne s'effectue donc pas sur le même emplacement et entraîne un changement de la surface de vente par rapport à l'ancien magasin⁸.
10. La présente opération consistant en la reconstruction d'un commerce de détail de plus de 600 m² non identique à l'établissement précédemment existant est contrôlable sur le fondement de l'article Lp. 432-1 du Code de commerce et est donc soumise au régime d'autorisation préalable de l'article Lp. 432-2 de ce même code.

II. Délimitation des marchés pertinents

11. 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.
12. Selon la pratique constante des autorités de concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution au détail. 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.
13. En l'espèce, l'opération sera 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

14. 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 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

⁸ Voir les pages 1 et 2 du dossier de notification (Annexe 1, Cotes 2-3).

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'offre⁹.

15. Les autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine ont retenu l'existence d'un marché de la distribution de produits de bazar et de décoration, 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 substituables¹⁰.
16. 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 prix¹¹. 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.
17. 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)¹².
18. En l'espèce, le nouveau magasin Gifi Apogoti appartiendrait à la catégorie des GSS et proposerait à la vente au consommateur un large assortiment de produits de bazar et de décoration.
19. Par conséquent, 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 GSB/quincailleries, et des GSA disposant d'une gamme étendue en produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix.

⁹ Voir la décision 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 et 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.

¹⁰ Voir les décisions 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 n° 2025-DEC-02 du 2 octobre 2025 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Centrakor » d'une surface de 1 652 m² dans le quartier de Motor Pool à Nouméa ; voir également 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.

¹¹ 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 ; voir également 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.

¹² Voir les décisions de l'Autorité n° 2022-DEC-07 et n° 2025-DEC-02 précitées, 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.

2. Le marché géographique

20. 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 des GSS, 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.
21. 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 grandes consommations), 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 étendues¹³.
22. A l'occasion de la mise en exploitation d'une GSS 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 Nouméa¹⁴.
23. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.
24. Dès lors, l'analyse concurrentielle a été menée sur le marché géographique de la distribution au détail de produits de bazar et décoration sur une première zone de 15 minutes en voiture autour du magasin cible intégrant uniquement les GSS en produits de bazar et de décoration, puis sur une seconde zone d'environ 30 minutes en voiture autour du magasin cible intégrant les GSS, les grandes surfaces d'ameublement, 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.
25. En tout état de cause, la question de la délimitation exacte du marché géographique peut être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées quelle que soit la délimitation retenue.

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

1. Le marché de produits

26. La pratique décisionnelle métropolitaine et calédonienne a retenu des marchés distincts de l'approvisionnement en (i) meubles, (ii) produits de bazar-décoration, (iii) petit électroménager,

¹³ Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-07 et n° 2025-DEC-02 précitées ; voir également les arrêtés n° 2017-443/GNC 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 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.

¹⁴ Voir les décisions de l'Autorité n° 2021-DEC-03 et n° 2025-DEC-02 précitées.

(iv) gros électroménager, (v) appareils photo et cinéma, (vi) appareils Hi-fi et son, (vii) appareils TV et vidéo et (viii) ordinateurs et périphériques¹⁵.

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

2. Le marché géographique

29. La pratique décisionnelle métropolitaine retient une dimension au moins nationale, voire européenne, du marché de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration¹⁶.
30. La pratique décisionnelle calédonienne a, pour sa part, considéré que ce marché revêtait une dimension internationale¹⁷.
31. L'Autorité avait également constaté en 2021 que l'essentiel de l'approvisionnement de l'ancien magasin Gifi à Dumbéa proviendrait d'Asie et d'Europe¹⁸.
32. En conséquence, l'analyse concurrentielle a été menée sur un marché géographique de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration de dimension principalement mondiale.

III. Analyse concurrentielle

33. 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* ».
34. 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.
35. L'analyse concurrentielle doit permettre d'apprécier les risques d'atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la distribution au détail, afin de vérifier si l'opération crée ou renforce une position dominante, et les marchés de l'approvisionnement, 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 distributeurs¹⁹.
36. 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.
37. 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.

¹⁵ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-07 et l'arrêté n° 2017-2085/GNC précités ; voir également les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-216 relative à la prise de contrôle exclusif des actifs des sociétés Lilnat, Vutura et Agora Distribution par la société Groupe Philippe Ginestet et n° 16-DCC-139 du 29 août 2016 relative à la prise de contrôle exclusif de dix-huit points de vente sous enseigne But par But International.

¹⁶ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 16-DCC-139 précitée.

¹⁷ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-07 et l'arrêté n° 2017-443/GNC précités.

¹⁸ Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-03 précitée.

¹⁹ 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.

38. 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 être réfutée au motif que la part de marché n'est que l'un des facteurs susceptibles de conférer à une entreprise une position dominante²⁰.
39. En l'espèce, la partie notifiante ne dispose pas d'informations précises sur la taille des marchés concernés de sorte qu'elle n'est pas en mesure d'estimer ses positions exactes.
40. A la suite du rachat de la SARL Sodexma, l'Autorité avait constaté en 2024 que le groupe [P.] détenait sur la zone de chalandise du Grand Nouméa une part de marché de [20-30] % ou de [10-20] % selon l'hypothèse retenue²¹. Ce dernier se positionnait ainsi en seconde position derrière le groupe [M.], exploitant de l'enseigne « Nouméa pas Cher », lequel détenait alors [20-30] % de parts de marché.
41. Depuis, la structure du marché a connu plusieurs évolutions notables. Le magasin « La Foir'Fouille », alors d'une surface de 1 100 m², a été détruit lors des émeutes de 2024 puis a rouvert avec une surface réduite. Par ailleurs, l'exploitant de l'enseigne « Centrakor », le groupe [B.], a procédé à une extension du magasin de Dumbéa²² et a ouvert un nouvel établissement dans le quartier de Motor Pool à Nouméa²³.
42. En conséquence, la mise en exploitation du nouveau magasin Gifi Apogoti ne devrait pas renforcer le pourvoir de marché du [P.] sur les marchés concernés, en ce que :
- les parts de marché des concurrents ont, entre-temps, connu des fluctuations à la fois positives et négatives ;
 - la surface du magasin Gifi Apogoti est inférieure à celle de l'ancien magasin (d'environ 9 %) ; et
 - le déplacement projeté du futur magasin Gifi Apogoti s'effectue sur une distance limitée à environ 150 m, correspondant à un temps de trajet d'environ 2 minutes à pied.
43. Ainsi, les parts de marché du groupe [P.] sur les marchés concernés demeurent globalement similaires à celles observées avant les émeutes de mai 2024.
44. En outre, l'opération tend essentiellement à rétablir l'offre existante. Elle présente de ce fait une dimension pro-concurrentielle susceptible de bénéficier aux consommateurs.
45. Il résulte de ces éléments que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration.
46. Pour les mêmes raisons, sur le marché amont, l'opération n'est pas non plus de nature à conférer au groupe [P.] une puissance d'achat significative vis-à-vis de ses fournisseurs, susceptible de les placer dans une situation de dépendance économique.

IV. Conclusion

47. Il résulte de l'instruction que l'opération consistant en la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Gifi », d'une surface de 643 m² et implanté dans le quartier d'Apogoti à Dumbéa n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence et peut être autorisée.

²⁰ Voir la décision de l'Autorité n° 2022-DCC-05 du 10 novembre 2022 relative à l'acquisition du contrôle conjoint de la SARL Socافر et de la SARL Socabat par Messieurs Paul Halbedel (groupe Arbor) et Pierre-Hubert Cuenet (groupe P.H. Cuenet).

²¹ Voir la décision de l'Autorité n° 2024-DCC-04 précitée.

²² Voir la décision de l'Autorité n° 2025-DEC-03 du 8 octobre 2025 relative à l'extension de 390 m² de la surface de vente du magasin sous enseigne « Centrakor » situé au sein de la galerie « Green Retail » à Dumbéa.

²³ Voir la décision de l'Autorité n° 2025-DEC-02 précitée.

DÉCIDE

Article 1^{er} : L'opération notifiée sous le numéro 25/0027EC est autorisée.

Article 2 : Conformément à l'article Lp. 465-1 du Code de commerce, la présente décision occultée du secret des affaires sera publiée sur le site internet de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie.

Le président



Stéphane Retterer

