

Décision n° 2026-DEC-04 du 27 mars 2026

**relative à l'extension de 500 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne
« Les Briconautes » situé au 51 rue Zico à Païta**

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 24 février 2026 et enregistré sous le numéro 26-0012 EC, relatif à l'extension de 500 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « Les Briconautes » situé au 51 rue Zico à Païta ;

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 d'instruction en date du 25 mars 2026 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 l'extension de 500 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « Les Briconautes » situé au 51 rue Zico à Païta.

Le magasin Les Briconautes Païta distribue principalement des produits de quincaillerie, bricolage, décoration et jardinerie à destination des particuliers et des professionnels. Il est exploité par la société Socabois SAS, laquelle est contrôlée conjointement par la SARL PNC Holding et la SARL Holding PH (groupe Arbor). Le groupe Arbor contrôle également la société Matériaux Center SAS, laquelle exerce une activité de négoce de matériaux de construction au travers de quatre points de vente sur le territoire, dont l'un est adjacent au magasin Les Briconautes Païta : le magasin Matériaux Center Païta.

Le 24 février 2026, la société Socabois a transmis à l'Autorité un dossier de notification relatif à l'extension de 500 m² de la surface de vente du magasin Les Briconautes Païta. Cette extension résultera de la fermeture du magasin Matériaux Center Païta et de l'intégration corrélative, au sein du magasin Les Briconautes Païta, d'une partie de sa surface commerciale, à hauteur de 500 m², portant ainsi la surface de vente totale de ce dernier à 1 500 m².

Pour vérifier les éventuels effets de l'opération envisagée sur la concurrence, l'Autorité a analysé le marché aval de la distribution au détail d'articles de bricolage, en tenant compte des grandes surfaces de bricolage, des quincailleries « généralistes » et des négoce en matériaux de construction « généralistes » situés dans la zone du Grand Nouméa, ainsi que le marché amont de l'approvisionnement, de dimension mondiale.

L'analyse concurrentielle a permis de constater que, à l'issue de l'opération, la part de marché de la partie notifiante serait inférieure à 25 %. Par ailleurs, la partie notifiante continuera à faire face à la concurrence de nombreuses autres enseignes actives sur le marché concerné, notamment les enseignes des groupes Ubinger (Mr. Bricolage) et HGL (Weldom).

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 d'articles de bricolage sur les zones de chalandise concernées.

Concernant le marché amont, les approvisionnements en articles de bricolage de la partie notifiante pour ses magasins en Nouvelle-Calédonie représentent une part infime du chiffre d'affaires de ses fournisseurs et ne sont pas de nature à lui conférer une puissance d'achat à l'issue de l'opération.

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'exploitant.....	4
B.	Présentation de l'opération	4
C.	Contrôlabilité de l'opération	5
II.	Délimitation des marchés pertinents	5
A.	Le marché aval de la distribution au détail d'articles de bricolage.....	6
1.	Le marché de produits	6
2.	Le marché géographique	8
B.	Le marché amont de l'approvisionnement en articles de bricolage	9
1.	Le marché de produits	9
2.	Le marché géographique	9
III.	Analyse concurrentielle	10
A.	Sur le marché aval de la distribution au détail d'articles de bricolage.....	10
B.	Sur le marché amont de l'approvisionnement	12
IV.	Conclusion.....	13
DÉCISION.....	14

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

A. Présentation de l'exploitant

1. La société Socabois SAS¹ est détenue à hauteur de [< 50] % par la SARL Metal Holding, de [< 50] % par la SARL PNC Holding et de [> 50] % par la SARL Holding PH². Elle est ainsi contrôlée conjointement par les sociétés Holding PH et PNC Holding³.
2. La société Socabois exploite un magasin sous l'enseigne « Les Briconautes » situé à Païta, lequel distribue principalement des produits de quincaillerie, bricolage, décoration et jardinerie à destination des particuliers et des professionnels (ci-après le magasin « Les Briconautes Païta »).
3. Les sociétés Holding PH⁴ et PNC Holding⁵, détiennent également la SARL Socafer, respectivement à hauteur de [> 50] % et de [< 50] %, active dans le négoce de matériaux de construction métalliques⁶, ainsi que la société Matériaux Center SAS. Cette dernière est contrôlée à hauteur de [< 50] % par la SARL PNC Holding et à hauteur de [> 50] % par la SARL Holding PH (indirectement *via* la société Sol SAS⁷). La société Matériaux Center exerce une activité de négoce de matériaux de construction au travers de quatre points de vente sur le territoire, dont l'un est adjacent au magasin Les Briconautes Païta (ci-après le magasin « Matériaux Center Païta »). Elle détient également 100 % de la SARL Metal Industries, active dans la production de matériaux de construction en acier.
4. La SARL Holding PH est détenue à 100 % par M. [P.H. C.] et la SARL PNC Holding est détenue à 100 % par M. [P. H.]
5. L'ensemble des sociétés conjointement contrôlées par Messieurs [H.] et [C.] (ci-après le « groupe Arbor ») ont réalisé un chiffre d'affaires à hauteur de [$> 1,2$ milliards] en 2025⁸.

B. Présentation de l'opération

6. L'opération notifiée consiste en l'extension de 500 m² de la surface de vente du magasin Les Briconautes Païta, dont la surface de vente s'élève actuellement à 1000 m².
7. Cette extension résultera de la fermeture du magasin Matériaux Center Païta et de l'intégration corrélative, au sein du magasin Les Briconautes Païta, d'une partie de sa surface commerciale, à hauteur de 500 m², portant ainsi la surface de vente totale de ce dernier à 1 500 m². À l'issue de l'opération, il est prévu que le magasin Les Briconautes Païta élargisse son offre en proposant également des matériaux de construction destinés à une clientèle professionnelle.
8. Selon la partie notifiante, « [1]e projet d'absorption de Matériaux Center Païta par Briconautes Païta repose sur une logique de rationalisation et de complémentarité. En regroupant les deux

¹ La société Socabois est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 983 395 depuis le 17 décembre 2009.

² Voir l'organigramme de l'actionariat du groupe Arbor fourni en annexe 2 du dossier de notification (Annexe 3, Cote 16).

³ Voir la décision de l'Autorité n° 2024-DCC-08 du 17 décembre 2024 relative à la prise de contrôle conjoint des sociétés Socabois SARL et Matériaux Center SAS par Messieurs Pierre-Hubert Cuenet et Paul Halbedel.

⁴ La SARL Holding PH est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 1 540 566 depuis le 26 avril 2022.

⁵ La SARL PNC Holding est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 1 491 612 depuis le 19 janvier 2021.

⁶ Voir la décision de l'Autorité n° 2022-DCC-05 du 10 novembre 2022 relative à l'acquisition du contrôle conjoint de la SARL Socafer et de la SARL Socabat par Messieurs Paul Halbedel (groupe Arbor) et Pierre-Hubert Cuenet (groupe P.H. Cuenet).

⁷ La SARL Holding PH détient [> 50] % de la société Sol SAS, laquelle a une activité de *holding* et détient aussi des participations dans la SARL Millavoise (à hauteur de 100 %), active dans les services de traitement contre les nuisibles et de dératisation, ainsi que la société Austral Import SAS (à hauteur de 100 %), active dans l'import des produits de traitement anti-nuisibles.

⁸ Voir l'annexe 7 du dossier de notification (Annexe 8, Cote 48).

entités au sein d'un même site, l'objectif est de réduire les charges fixes en mutualisant les coûts d'exploitation (logistique, administration, énergie, maintenance, communication). Cette intégration permet également de renforcer la compétitivité de l'ensemble en optimisant la gestion des ressources et en évitant les redondances structurelles »⁹.

9. La mise en œuvre de l'opération serait prévue en avril 2026 et générera 12 emplois¹⁰.

C. Contrôlabilité de l'opération

10. Conformément à l'article Lp. 432-1 du Code de commerce :
- « Est soumis au régime d'autorisation défini par le présent chapitre : [...] »
- 2° toute mise en exploitation, dans un magasin de commerce de détail déjà en exploitation, d'une nouvelle surface de vente, lorsque la surface totale de vente de ce magasin est ou devient supérieure à 600 m² ».
11. En l'espèce, l'opération consiste en l'extension de 500 m² de la surface de vente du magasin Les Briconautes Païta, actuellement d'une surface commerciale de 1 000 m², pour une surface totale de 1 500 m².
12. La présente opération, consistant en la mise en exploitation d'une nouvelle surface de vente, dans un magasin de commerce de détail déjà en exploitation dont la surface totale de vente est supérieure à 600 m², 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

13. 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.
14. 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 distribution¹¹.
15. 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

⁹ Voir la page 2 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 3).

¹⁰ Voir la page 3 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 4).

¹¹ Voir les décisions de l'Autorité n° 2023-DEC-04 du 1^{er} mars 2023 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1 200 m² à Koné, 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 ; voir également 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 sous l'enseigne « Home Dépôt », situé à Nouméa.

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 marché¹².

16. En l'espèce, la partie notifiante est active dans le secteur du commerce de détail d'articles de bricolage à destination des particuliers. La pratique décisionnelle des autorités de concurrence calédonienne, métropolitaine et européenne distingue généralement deux catégories de marchés dans ce secteur :
- les marchés amont de l'approvisionnement, sur lesquels les entreprises (en tant que clients) s'approvisionnent auprès des fabricants d'articles de bricolage, de décoration et de jardinage ; et
 - les marchés aval de la distribution, sur lesquels les entreprises distribuent leurs articles de bricolage, de décoration et de jardinage aux consommateurs finals¹³.
17. Par conséquent, l'opération sera analysée sur le marché aval de la distribution au détail d'articles de bricolage ainsi que sur le marché amont de l'approvisionnement.

A. Le marché aval de la distribution au détail d'articles de bricolage

1. Le marché de produits

18. La pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence métropolitaine a retenu l'existence d'un marché pertinent de la distribution au détail d'articles de bricolage et d'amélioration de l'habitat commercialisés par des grandes surfaces spécialisées dans le bricolage dont la taille dépasse 300 m², qui commercialisent généralement un nombre de références supérieur à 10 000 unités et s'adressent à une clientèle quasi exclusivement composée de particuliers.
19. Cette définition a conduit à exclure du marché de la distribution au détail d'articles de bricolage :
- les commerces de proximité d'une surface inférieure à 300 m² (quincaillerie, droguerie, bazar), qui constituent une catégorie d'opérateurs distincte de celle des grandes surfaces de bricolage (« GSB »), en raison d'un assortiment de produits et de services beaucoup plus limité ;
 - les grandes surfaces alimentaires (« GSA »), qui disposent généralement de rayons consacrés aux articles de bricolage inférieurs à 300 m², d'un nombre limité de références, qui sont de surcroît essentiellement des produits consommables comme les piles et les ampoules ; de plus, contrairement aux GSB, les GSA ne proposent généralement pas de services complémentaires (conseil, ateliers, découpe, livraison, *etc.*) ;
 - les grandes surfaces spécialisées dans la jardinerie, qui vendent peu (1 500 références en moyenne), voire aucun article de bricolage. Lorsque néanmoins certaines enseignes ou magasins de jardineries disposent d'un rayon bricolage, celui-ci est orienté sur l'extérieur de la maison ou le petit outillage de jardinage, ce qui représente une faible part de la gamme de produits proposée par les GSB¹⁴.

¹² *Ibid.*

¹³ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-04 du 13 mai 2020 relative à l'extension de surface de vente du magasin sous enseigne « Sopema Bricorama » situé sur la commune de Nouméa ; voir également les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-215 du 18 décembre 2017 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Bricorama France SAS, Bricorama Méditerranée SL et Bricorama Asia LTD par la société ITM Équipement de la Maison et n°13-DCC-40 du 27 mars 2013 relative à la prise de contrôle conjoint de deux fonds de commerce d'articles de bricolage par les sociétés La Boîte à Outils SAS et Mr. Bricolage SA ainsi que la décision de la Commission européenne COMP/M.2898 – Leroy Merlin/Brico du 13 décembre 2002.

¹⁴ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-215 précitée.

20. S'agissant des négoce en matériaux de construction, la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence métropolitaine a relevé qu'ils s'adressent en priorité à des clients professionnels du bâtiment et non à des particuliers comme les GSB, en offrant une gamme de produits plus large en matériaux de construction et de gros œuvre, alors que les GSB proposent des gammes de produits davantage tournées vers l'aménagement et la décoration pour la maison¹⁵.
21. Toutefois, la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence métropolitaine considère que la frontière entre le négoce de matériaux et la distribution au détail d'articles de bricolage n'est pas étanche, le degré de substitution entre ces deux canaux dépendant fortement de la stratégie des différents réseaux de négociants. En effet, elle relève que certains particuliers, appartenant à la catégorie dite des « bricoleurs lourds », capables de réaliser des travaux de construction conséquents et ayant des attentes proches de celles des professionnels, s'approvisionnent auprès des négociants en matériaux de construction¹⁶. De plus, de nombreux négociants cherchent à capter une clientèle de particuliers en s'adaptant à leurs attentes, avec une ouverture le samedi ou une implantation dans des zones commerciales d'hypermarchés, et ont ouvert des « libres-services » bricolage spécifiquement destinés aux particuliers.
22. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a ainsi pris en compte les négoce en matériaux de construction, au cas par cas et en fonction de la situation de chaque marché géographique, à la condition toutefois qu'ils disposent d'une surface de vente supérieure à 300 m² et soient ouverts le samedi¹⁷.
23. Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, à l'occasion d'une précédente opération, a distingué le marché du négoce de matériaux de construction de la distribution de matériel de bricolage, dans la mesure « où l'offre des négociants s'adresse principalement à des professionnels et non à des particuliers, à l'inverse des grandes surfaces de bricolage »¹⁸.
24. Toutefois, à l'instar de l'Autorité de la concurrence métropolitaine, la pratique décisionnelle calédonienne distingue deux segments de marchés : le premier regroupe les négociants « généralistes », le second les négociants « spécialistes » en fonction de la profondeur de la gamme de matériaux distribués. Ainsi, l'offre des négociants « généralistes » porte sur un assortiment complet de gammes de produits et s'adresse à l'ensemble des acteurs du secteur de la construction. En revanche, l'offre des négociants « spécialistes » est centrée sur une famille de produits¹⁹.
25. Par ailleurs, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a considéré la possibilité que les quincailleries professionnelles de type généraliste soient en concurrence avec les GSB²⁰.
26. L'Autorité²¹, pour sa part, a retenu un marché global de la distribution au détail de produits de bricolage incluant les GSB, les quincailleries « généralistes » et les négoce de matériaux de

¹⁵ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 10-DCC-01 du 12 janvier 2010 relative à la prise de contrôle exclusif par Mr Bricolage de la société Passerelle.

¹⁶ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-215 précitée.

¹⁷ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 13-DCC-40 précitée.

¹⁸ Le négoce de matériaux de construction est défini comme la fourniture en gros, aux entreprises du bâtiment, d'un large assortiment de matériaux qui, bien que non substituables entre eux, sont toutefois nécessaires et souvent associés pour réaliser un projet de construction ; voir l'arrêté n° 2017-1545/GNC du 11 juillet 2017 relatif à la prise de contrôle exclusif de la SARL SGI (enseigne Allwoods) par la SARL Société d'Assistance Administrative et Financière (SAAF).

¹⁹ Voir 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° 2022-DCC-05 précitée.

²⁰ Voir l'arrêté n° 2017-1545/GNC précité.

²¹ Voir les décisions de l'Autorité n° 2025-DEC-09 du 3 décembre 2025 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Décorama » d'une surface de 900 m² implanté dans le quartier du PK5 à Nouméa et n° 2020-DEC-04 précitée.

construction « généralistes » au cas par cas, et excluant les GSA, les surfaces spécialisées dans la jardinerie ainsi que les quincailleries d'une surface inférieure à 300 m².

27. En l'espèce, le magasin Les Briconautes Païta appartient à la catégorie des GSB dès lors que sa surface dépasse 300 m², qu'il commercialise généralement un nombre de références supérieur à 10 000 unités et s'adresse à une clientèle quasi exclusivement composée de particuliers.
28. En conséquence, l'analyse de l'impact concurrentiel de la présente opération s'effectuera à deux niveaux sur le marché de la distribution d'articles de bricolage :
 - une première analyse incluant les GSB, les quincailleries « généralistes » ainsi que les négoce en matériaux de construction « généralistes » ; et
 - une seconde analyse incluant les GSB et les quincailleries « généralistes » et excluant les négoce en matériaux de construction « généralistes ».
29. En tout état de cause, la délimitation du marché de produits pertinent peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit l'hypothèse envisagée.

2. Le marché géographique

30. Selon la pratique décisionnelle calédonienne et métropolitaine, les marchés du commerce de détail sont de dimension essentiellement locale, leur délimitation pouvant dépendre de nombreux facteurs, en particulier la taille des magasins et la nature des produits commercialisés²².
31. La Commission européenne a précisé que, dans le cas de magasins spécialisés en articles de bricolage, de décoration et de jardinage, l'étendue des zones de chalandise est variable en fonction de la taille du magasin, de sa localisation, du référencement et des habitudes de consommation des ménages concernés. Elle a, de ce fait, retenu l'existence de zones de chalandise de l'ordre de 20 km, tout en précisant que leur étendue pouvait varier dans le cas où des zones de chalandises se recouvrent, dans la mesure où ces recouvrements assurent une continuité des conditions dans lesquelles s'exerce la concurrence sur ces zones²³.
32. La pratique décisionnelle métropolitaine a retenu une zone d'attractivité de l'ordre de 15 à 20 minutes en voiture pour les GSB de dimension moyenne (2 000 à 3 000 m²) et une zone pouvant aller jusqu'à 30 minutes en voiture pour les points de vente plus importants en superficie, ou présentant une taille relativement plus élevée par rapport aux concurrents immédiats, ou bien encore se trouvant à proximité d'un hypermarché particulièrement attractif.
33. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a également relevé que certains magasins d'une surface supérieure à 5 000 m² pouvaient drainer une clientèle située dans une zone de chalandise de 40 minutes en voiture²⁴.
34. L'Autorité, pour sa part, a retenu une zone de chalandise d'un périmètre de 30 minutes autour du magasin cible, ce qui correspondrait au Grand Nouméa et comprendrait les communes de Païta, Dumbéa, Nouméa et du Mont-Dore²⁵.
35. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation. L'analyse de l'impact concurrentiel de l'opération en cause s'effectuera ainsi sur la zone géographique correspondant au Grand Nouméa et comprenant les communes de Païta, Dumbéa, Nouméa et du Mont-Dore.

²² Voir les décisions de l'Autorité n° 2018-DEC-03 et n° 2023-DEC-04 précitées ; voir également la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-215 précitée.

²³ Voir la décision de la Commission européenne n° COMP/M.2898 précitée.

²⁴ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 10-DCC-01 et n° 13-DCC-40 précitées.

²⁵ Voir les décisions de l'Autorité n° 2025-DEC-09 et n° 2020-DEC-04 précitées ; voir également la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-215 précitée.

B. Le marché amont de l'approvisionnement en articles de bricolage

1. Le marché de produits

36. La pratique décisionnelle calédonienne et métropolitaine considère que le marché amont de l'approvisionnement comprend la vente de produits de bricolage, de jardinage et de matériaux par leurs fabricants aux grossistes et aux centrales d'achat ou de référencement, principalement des grandes surfaces spécialisées dans le bricolage. Dans la mesure où les producteurs fabriquent généralement des produits ou groupes de produits particuliers et ne sont pas techniquement en mesure de se reconverter facilement dans la fabrication d'autres produits sans supporter des coûts conséquents, une segmentation a été opérée entre les groupes de produits suivants : (i) décoration, (ii) revêtements de murs, sols et carrelage, (iii) outillage, (iv) quincaillerie et rangement, (v) électricité et luminaires, (vi) équipements sanitaires, (vii) matériaux de construction, (viii) menuiserie et (ix) jardinage²⁶.
37. Dans le cadre de la présente opération, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

2. Le marché géographique

38. S'agissant de la délimitation géographique des marchés de l'approvisionnement, il a été précédemment retenu par la pratique décisionnelle métropolitaine une dimension au moins nationale des marchés de l'approvisionnement en raison des caractéristiques de la distribution. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a toutefois relevé qu'il existe, dans certains cas, des négociations qui sont menées au niveau local ou international²⁷.
39. L'Autorité, pour sa part, a considéré que le marché de l'approvisionnement de produits de bricolage, de jardinage et de matériaux était de dimension internationale²⁸.
40. En l'espèce, il ressort du contrat d'adhésion à l'enseigne « Les Briconautes » que la société Socabois s'approvisionne auprès des fournisseurs référencés par la SAS Le Club située en France métropolitaine pour les besoins du magasin Les Briconautes Païta²⁹.
41. En conséquence, le marché géographique du marché de l'approvisionnement est de dimension internationale.

²⁶ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-04 précitée.

²⁷ Voir notamment la décision de l'Autorité métropolitaine de la concurrence n° 10-DCC-01 précitée.

²⁸ Voir les décisions de l'Autorité n° 2025-DEC-08 du 3 décembre 2025 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Bricopro » d'une surface de 1 368 m² dans le quartier de Motor Pool à Nouméa et n° 2024-DCC-06 du 23 octobre 2024 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Hypermat SAS des sociétés SARL Navarro 3 et SARL La Navyh.

²⁹ Voir le contrat d'adhésion à l'enseigne « Les Briconautes » fourni en annexe 5 du dossier de notification (Annexe 6, Cotes 22-44).

III. Analyse concurrentielle

42. 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* ».
43. 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 ainsi que sur les marchés de l'approvisionnement (**B**), 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 distributeurs³⁰.
44. 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.
45. 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.
46. 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 dominante³¹.

A. Sur le marché aval de la distribution au détail d'articles de bricolage

47. En l'espèce, le groupe Arbor est présent sur le marché de la distribution au détail d'articles de bricolage *via* le magasin Les Briconautes Païta et sur le marché des négoce de matériaux de construction « généralistes » *via* les magasins sous l'enseigne « Matériaux Center ».
48. La zone de chalandise concernée correspond au marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des GSB, quincailleries « généralistes » et les négoce de matériaux de construction « généralistes » situés à 30 minutes de déplacement en voiture, à partir du magasin Les Briconautes Païta.
49. L'analyse concurrentielle de l'opération concernée sera opérée en prenant en considération, dans la zone de chalandise concernée, les GSB et les quincailleries « généralistes » ainsi que les négoce en matériaux de construction « généralistes » dans un premier temps, et seulement les GSB et les quincailleries « généralistes » dans un second temps³².

³⁰ Voir les décisions de l'Autorité n° 2026-DEC-01 du 13 janvier 2026 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Jardiland » d'une surface commerciale de 1 517 m² situé dans le quartier de Motor Pool à Nouméa, 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 et 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.

³¹ Voir notamment les décisions de l'Autorité n° 2023-DCC-08 précitée 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.

³² Les parts de marché présentées sont des estimations hautes, l'intégralité des surfaces commerciales concernées n'ayant pu être recensée au cours de l'instruction.

Répartitions des surfaces commerciales des GSB, quincailleries d'une surface supérieure ou égale à 300 m² et négoce en matériaux de construction généralistes

Magasin	Catégorie	Avant l'opération		Après l'opération	
		Surface en m ²	PDM	Surface en m ²	PDM
Les Briconautes Païta	GSB	1000	[0-5]%	1500	[5-10]%
Matériaux Center Païta	Négoce	[confidentiel]	[0-5]%	0	0%
Total Groupe Arbor		[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Mr. Bricolage Ducos	GSB	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Mr. Bricolage Green Retail	GSB	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Les Briconautes Motor Pool	GSB	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
SCET Ducos	Négoce	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
SCET Païta	Négoce	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total Groupe HCU		[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
Weldom	GSB	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Ducos Quincaillerie	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Quincaillerie Calédonienne	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Païta Bricolage	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
SITEC	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total Groupe HGL		[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Sopema Bricorama	GSB	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
Bricopro	GSB	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Décorama	Quincaillerie/Négoce	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
CIMAC	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Gedimat	Négoce	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Maison de l'Outillage	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Nouméa Quincaillerie	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Brico-Loisir Mont Dore	GSB	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Quincaillerie Nouvelle	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total estimé		[confidentiel]	100%	[confidentiel]	100%

Source : Traitement de données ACNC

Répartitions des surfaces commerciales des GSB et quincailleries d'une surface supérieure ou égale à 300 m²

Magasin	Catégorie	Avant l'opération		Après l'opération	
		Surface en m ²	PDM	Surface en m ²	PDM
Les Briconautes Païta	GSB	1000	[0-5]%	1500	[5-10]%
Mr. Bricolage Ducos	GSB	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Mr. Bricolage Green Retail	GSB	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Les Briconautes Motor Pool	GSB	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total Groupe HCU		[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
Weldom	GSB	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Ducos Quincaillerie	Quincaillerie	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Quincaillerie Calédonienne	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Païta Bricolage	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
SITEC	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total Groupe HGL		[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
Sopema Bricorama	GSB	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
Bricopro	GSB	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Décorama	Quincaillerie/Négoce	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
CIMAC	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Maison de l'Outillage	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Brico-Loisir Mont Dore	GSB	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Nouméa Quincaillerie	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Quincaillerie Nouvelle	Quincaillerie	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total estimé		[confidentiel]	100%	[confidentiel]	100%

Source : Traitement de données ACNC

50. Dans la première hypothèse, la part de marché du magasin Les Briconautes Païta atteindra [5-10] % à l'issue de l'opération, soit un incrément de [0-5] %. Néanmoins, la part de marché globale du groupe Arbor s'en trouverait, quant à elle, réduite de [confidentiel] %, pour s'établir à [5-10] %, en raison de la fermeture concomitante du magasin Matériaux Center Païta.
51. Dans la seconde hypothèse, le groupe Arbor détiendrait, à l'issue de l'opération, [5-10] % de parts de marché (soit moins de 25 %), avec un incrément de [0-5] % au profit de la partie notifiante.
52. Par ailleurs, le groupe Arbor continuerait de faire face à une concurrence significative, notamment de la part des groupes HCU et HGL, détenant respectivement plus de 20 % de parts de marché.
53. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail d'articles de bricolage sur les zones de chalandise concernées.

B. Sur le marché amont de l'approvisionnement

54. Comme indiqué *supra*, la partie notifiante s'approvisionne principalement en France métropolitaine pour les besoins du magasin Les Briconautes Païta.
55. La partie notifiante ne dispose pas d'informations précises sur la taille du marché de l'approvisionnement des produits de bricolage, de jardinage et matériaux, de sorte qu'elle n'est pas en mesure d'estimer sa position exacte.

56. Dans la mesure où les fournisseurs du groupe Arbor sont situés à l'étranger, les achats réalisés par celui-ci continueraient de représenter une part marginale du chiffre d'affaires de ses fournisseurs et ne seraient pas de nature à lui conférer une puissance d'achat à l'issue de l'opération.
57. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché amont de l'approvisionnement

IV. Conclusion

58. Il résulte de l'instruction que l'opération consistant en l'extension de 500 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « Les Briconautes » situé au 51 rue Zico à Païta n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence et peut être autorisée.

DÉCIDE

Article 1^{er} : L'opération notifiée sous le numéro 26-0012 EC 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

