

Décision n° 2026-DEC-06 du 22 avril 2026

relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « La Foir'Fouille » d'une surface de 878 m² implanté dans le quartier de Ducos à 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 17 mars 2026 et enregistré sous le numéro 26-0013EC, relatif à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « La Foir'Fouille » d'une surface de 878 m² implanté dans le quartier de Ducos à Nouméa ;

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

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

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

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

Vu le communiqué 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 14 avril 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 la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « La Foir'Fouille » d'une surface de 878 m² implanté dans le quartier de Ducos à Nouméa.

Le magasin sera exploité par la société Ballande SAS, filiale du groupe Ballande, actif dans de nombreux secteurs d'activité. En Nouvelle-Calédonie, ce groupe est notamment présent dans le secteur du commerce de détail non alimentaire, en particulier dans la distribution de produits de bazar et de décoration *via* les enseignes « La Foir'Fouille » et « Casa ».

A la suite des émeutes de mai 2024, le magasin La Foir'Fouille de Ducos a été entièrement détruit. Dans ce contexte, le groupe Ballande a procédé à une réorganisation de son activité, notamment en transformant un magasin « Casa » situé en centre-ville en magasin « La Foir'Fouille » et en ouvrant un point de vente « La Foir'Fouille » de taille réduite à Païta. L'opération notifiée vise ainsi à permettre la réouverture d'un magasin « La Foir'Fouille » à Ducos, sur un nouvel emplacement et avec une surface de vente de 878 m², inférieure à celle du magasin initial.

Pour vérifier les éventuels effets de l'opération envisagée sur la concurrence, l'Autorité a analysé le marché aval de la distribution au détail 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'ameublement, les grandes surfaces de bricolage/quincailleries ainsi que 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 que la part de marché du groupe Ballande resterait nettement inférieure à 25 % quel que soit l'hypothèse envisagée. En outre, dans la première hypothèse, la part de marché du groupe serait à un niveau légèrement inférieur à celui observé avant les émeutes de mai 2024. Le groupe Ballande resterait par ailleurs confronté à la concurrence significative d'acteurs tels que les enseignes « Nouméa Pas Cher », « Centrakor » et « Gifi ».

Dans ces conditions, l'opération, qui vise principalement à reconstituer une offre commerciale préexistante, n'est pas de nature à 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 et est susceptible de contribuer au maintien de la pression concurrentielle au bénéfice des consommateurs.

S'agissant du marché amont, compte tenu de la position limitée du groupe Ballande et du caractère international de ses sources d'approvisionnement, l'opération n'est pas susceptible de lui conférer une puissance d'achat significative de nature à placer ses fournisseurs en 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'exploitant.....	4
B.	Présentation et contrôlabilité de l'opération.....	5
II.	Délimitation des marchés pertinents	6
A.	Le marché aval de la distribution au détail d'articles 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 décoration .	8
1.	Le marché de produits.....	8
2.	Le marché géographique.....	8
III.	Analyse concurrentielle	9
IV.	Conclusion	11
DÉCISION	12

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

A. Présentation de l'exploitant

1. La société Ballande SAS¹ est une filiale de la société Figesbal SA², société mère du groupe d'entreprises détenues par la famille Ballande (ci-après le « groupe Ballande »).
2. Le groupe Ballande intervient dans divers secteurs d'activités pouvant être répartis en deux pôles géographiques :
 - le « Pôle France métropolitaine », basé à Bordeaux et Paris, qui regroupe les activités relevant du domaine viti-vinicole ainsi que celles relevant des secteurs financier et immobilier ; et
 - le « Pôle Pacifique », basé à Nouméa, qui regroupe l'ensemble des activités exercées en Nouvelle-Calédonie, au Vanuatu, en Nouvelle-Zélande et en Polynésie française, dans les domaines des mines, des activités portuaires, du transport, de l'élevage ainsi que de la distribution alimentaire et non-alimentaire³.
3. Avant les émeutes de mai 2024, le groupe Ballande était actif dans le secteur du commerce de détail non-alimentaire en Nouvelle-Calédonie, *via* :
 - 2 commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration exploités sous les enseignes « La Foir'Fouille » et « Casa » ;
 - un magasin d'une surface de 3000 m² exploité sous l'enseigne « Décathlon », actif dans la distribution au détail spécialisée d'articles de sport dans la zone de Kenu In à Dumbéa (ci-après le magasin « Décathlon Kenu In ») ;
 - 3 commerces spécialisés dans l'équipement de la personne exploités sous les enseignes « La Halle », « Célio » et « Sergent Major » ;
 - 1 armurerie spécialisée à Ducos (d'une surface inférieure à 150 m²) ; et
 - 1 magasin exploité sous l'enseigne « Stop Affaires » d'une surface de 1 100 m² à Koné, regroupant des activités de vente de produits de sport, de textile, de bazar et de décoration ainsi que d'armurerie⁴.
4. A la suite des émeutes de mai 2024, le magasin Décathlon Kenu In⁵ ainsi que le magasin La Foir'Fouille situé au sein du centre commercial « Le Plexus » à Ducos d'une surface de 1 100 m² ont été entièrement détruits.
5. Le groupe Ballande a, en conséquence, procédé à une réorganisation de ses surfaces commerciales dédiées à la vente au détail de produits de bazar et de décoration exploitées sous les enseignes « La Foir'Fouille » et « Casa ».

¹ La société Ballande SAS est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 326 785 depuis le 12 juin 1992.

² La société Figesbal est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 1 248 depuis le 21 juin 1929.

³ Voir notamment la décision de l'Autorité n° 2025-DEC-06 du 14 novembre 2025 relative à la mise en exploitation de deux magasins sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1 030 m² et 1 090 m² au centre-ville de Nouméa et dans le quartier d'Apogoti à Dumbéa.

⁴ Voir la décision de l'Autorité n° 2025-DEC-06 précitée.

⁵ Le magasin détruit a été remplacé par deux surfaces commerciales : l'une située au centre-ville de Nouméa à l'ancien emplacement du magasin « La Halle » et l'autre dans le quartier d'Apogoti à Dumbéa. Voir la décision de l'Autorité n° 2025-DEC-06 du 14 novembre 2025 relative à la mise en exploitation de deux magasins sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1 030 m² et 1 090 m² au centre-ville de Nouméa et dans le quartier d'Apogoti à Dumbéa.

6. Le magasin « Casa » de 300 m² situé dans le quartier de l'Alma à Nouméa a ainsi été transformé en magasin « La Foir'Fouille » (ci-après le magasin « La Foir'Fouille Centre-Ville »). De plus, un nouveau point de vente « La Foir'Fouille » de 100 m² a été mis en exploitation au sein du centre commercial « Hyper U Païta » (ci-après le magasin « La Foir'Fouille Païta »).
7. En outre, le groupe Ballande distribue désormais des produits de bazar et de décoration au sein de son commerce à dominante alimentaire sous l'enseigne « Hyper U », mis en exploitation en octobre 2024 et situé à Païta⁶.
8. La présente opération porte sur l'ouverture d'un nouveau magasin sous l'enseigne « La Foir'Fouille » à Ducos, à proximité de l'ancien emplacement, en vue de le remplacer (ci-après le magasin « La Foir'Fouille Ducos »).

B. Présentation et contrôlabilité de l'opération

9. Dans le contexte de crise que traverse actuellement la Nouvelle-Calédonie, l'Autorité a adopté un communiqué de procédure instituant un dispositif de notification des opérations de commerce de détail simplifiée pour les opérations de reconstruction nécessitant une notification⁷.
10. 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, aux termes duquel :
« I. - Est soumis au régime d'autorisation défini par le présent chapitre : [...] l° toute mise en exploitation d'un nouveau magasin de commerce de détail, lorsque sa surface de vente est supérieure à 600 m² ».
11. 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. »
12. En l'espèce, l'opération notifiée consiste à permettre à la société Ballande SAS la réouverture du magasin La Foir'Fouille Ducos, d'une nouvelle surface de vente de 878 m², désormais situé 19 rue Fernand Forest dans le quartier de Ducos à Nouméa. Cette reconstruction ne s'effectue pas sur le même emplacement et entraîne une modification de la surface de vente par rapport à l'ancien magasin⁸.
13. Par ailleurs, la partie notifiante indique que le magasin « La Foir'Fouille Païta » a vocation à être fermé prochainement⁹.
14. Dès lors, 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 soumise au régime d'autorisation préalable de l'article Lp. 432-2 de ce même code.

⁶ Voir la page 5 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 6).

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 Voir les pages 2 et 4 du dossier de notification (Annexe 1, Cotes 3 et 5).

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

II. Délimitation des marchés pertinents

15. 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.
16. 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) qui mettent en relation les entreprises de commerce de détail et leurs fournisseurs. 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 distribution¹⁰.
17. 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 marché¹¹.
18. 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 d'articles de bazar et de décoration

1. Le marché de produits

19. 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 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'offre¹².
20. L'Autorité a retenu l'existence d'un marché de la distribution de produits de bazar et de décoration, lesquels sont définis comme des objets divers associés à la distribution de meubles

¹⁰ 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, et 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.

¹¹ *Ibid.*

¹² Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-07 et l'arrêté n° 2017-2085/GNC du 12 septembre 2017 précités.

« meublants » pour équiper la maison et la décorer. L’Autorité a 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 substituables¹³.

21. La pratique décisionnelle calédonienne a également retenu un marché spécifique pour la distribution au détail de produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix¹⁴. 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.
22. S’agissant des commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix, l’Autorité a 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)¹⁵.
23. En l’espèce, le nouveau magasin La Foir’Fouille Ducos appartiendrait à la catégorie des GSS et proposerait à la vente au consommateur un large assortiment de produits de bazar et de décoration.
24. 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.

2. Le marché géographique

25. 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 grandes surfaces spécialisées, qui sont dotées d’une surface de vente étendue et proposant 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.
26. 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

¹³ 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-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.

¹⁴ Voir les décisions de l’Autorité n° 2025-DEC-07 précitée et 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.

¹⁵ Voir les décisions de l’Autorité n° 2022-DEC-07 et n° 2025-DEC-07 précitées, ainsi que les décisions 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 dans le quartier de Ducos à 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.

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 étendues¹⁶.

27. 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 Nouméa¹⁷.
28. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.
29. Dès lors, l'analyse concurrentielle a été menée sur le marché géographique de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration sur une première zone de 15 minutes en voiture autour du magasin cible intégrant, d'une part, uniquement les GSS en produits de bazar et de décoration, et, d'autre part, sur une deuxième zone de 30 minutes intégrant les GSS, ainsi que 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.
30. 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

31. La pratique décisionnelle calédonienne 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) appareils Hi-fi et son, (vii) appareils TV et vidéo et (viii) ordinateurs et périphériques¹⁸.
32. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations dans le cadre de la présente opération.
33. 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

34. La pratique décisionnelle métropolitaine retient une dimension au moins nationale, voire européenne des marchés de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration¹⁹.

¹⁶ Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-07 et n° 2025-DEC-07 précitées ; voir également l'arrêté 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 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.

¹⁷ Voir les décisions de l'Autorité n° 2021-DEC-03 et n° 2025-DEC-07 précitées.

¹⁸ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-07 et l'arrêté n° 2017-2085/GNC précités.

¹⁹ Voir les décisions de l'Autorité métropolitaine de la concurrence n° 17-DCC-216 relative à la prise de contrôle exclusif des actifs des sociétés Lilnat, Vetura 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.

35. La pratique décisionnelle calédonienne a, pour sa part, considéré que ces marchés revêtaient une dimension internationale²⁰.
36. La partie notifiante estime également que ces marchés revêtent une dimension internationale étant donné que l'essentiel de l'approvisionnement pour le magasin La Foir'Fouille Ducos provient d'Europe²¹.
37. 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

38. 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* ».
39. 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, afin de vérifier si l'opération crée ou renforce une position dominante, ainsi que sur 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 distributeurs²².
40. 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.
41. 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.
42. 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 dominante²³.
43. Le tableau ci-dessous présente la répartition des parts de marchés (exprimées en superficie) de la partie notifiante et de ses concurrents, à savoir 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.

²⁰ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-07 et l'arrêté n° 2017-443/GNC précités.

²¹ Voir les pages 7 et 8 du dossier de notification (Annexe 1, Cotes 8-9).

²² 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.

²³ 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).

Magasins	Avant les émeutes de 2024		Après les émeutes de 2024		Après l'opération	
	Surface en m ²	PDM	Surface en m ²	PDM	Surface en m ²	PDM
Foir'Fouille Ducos	1100	[5-10]%	0	0%	878	[5-10]%
Foir'Fouille Centre-Ville	0	0%	300	[0-5]%	300	[0-5]%
Foir'Fouille Païta	0	0%	100	[0-5]%	0	0%
Casa	300	[0-5]%	0	0%	0	0%
Total Ballande	1400	[5-10]%	400	[0-5]%	1178	[5-10]%
Nouméa pas cher Motor-Pool	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Nouméa pas cher Quartier Latin	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Nouméa pas cher Alma	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Nouméa pas cher Conception	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Nouméa pas cher Ducos	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[0-5]%
Nouméa pas cher Apogoti	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Total SRMC	[confidentiel]	[30-40]%	[confidentiel]	[30-40]%	[confidentiel]	[30-40]%
Centrakor Dumbéa	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Centrakor Motor Pool	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Total Centrakor	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
GIFI Ducos	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
GIFI Centre-ville	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
GIFI Apogoti	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total Sodexma	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Trouv'too Ducos	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Trouv'too Pont-des-Français	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Trouv'too Apogoti	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total Sogec	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Miniso Apogoti	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Miniso Centre-ville	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Miniso Quais Ferry	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total Interdis	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Home Depot	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
NéaMart	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Magenta Bazar	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Alea	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total Autres	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Total	[confidentiel]	100%	[confidentiel]	100%	[confidentiel]	100%

Source : Traitement de données ACNC

44. Dans cette première hypothèse, le groupe Ballande détiendrait, à l'issue de l'opération, une part de marché de [5-10] % sur le marché de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix, contre [5-10] % avant l'opération et avant la survenance des émeutes de mai 2024.

45. De plus, la partie notifiante demeurerait soumise à une pression concurrentielle significative exercée par plusieurs enseignes concurrentes, notamment « Nouméa Pas Cher », détenant [30-40] % de parts de marché, « Centrakor », avec [20-30] %, et « GIFI », avec [10-20] %.
46. Suivant la seconde hypothèse, qui intègre non seulement les GSS en produits de bazar et de décoration, mais également les grandes surfaces d'ameublement, les GSB ainsi que les GSA proposant une offre relativement étendue de ces produits à l'échelle du Grand Nouméa, la part de marché du groupe Ballande²⁴ demeure, en tout état de cause, à un niveau nettement inférieur à 25 %²⁵.
47. Dans ces conditions, l'opération, qui vise principalement à reconstituer une offre commerciale préexistante à la suite des destructions intervenues en mai 2024, ne saurait être regardée comme de nature à restreindre la concurrence sur les marchés aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration. Elle présente au contraire une dimension pro-concurrentielle susceptible de bénéficier aux consommateurs.
48. Pour les mêmes raisons, l'opération n'est pas non plus de nature à conférer au groupe Ballande une puissance d'achat significative vis-à-vis de ses fournisseurs, susceptible de les placer dans une situation de dépendance économique.

IV. Conclusion

49. Il résulte de l'instruction que l'opération consistant en la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « La Foir'Fouille » d'une surface de 878 m² et implanté dans le quartier de Ducos à Nouméa n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence et peut être autorisée.

²⁴ Incluant les surfaces des magasins La Foir'Fouille Ducos, La Foir'Fouille Centre-Ville ainsi que la surface commerciale dédiée à ces produits au sein du magasin « Hyper U Païta ».

²⁵ 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.

DÉCIDE

Article 1^{er} : L'opération notifiée sous le numéro 26-0013EC 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

