

**Décision n° 2026-DEC-11 du 17 juin 2026**

**relative à l'extension de 250 m<sup>2</sup> de la surface de vente du magasin sous l'enseigne  
« Hyper U » situé 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 17 avril 2026 et enregistré sous le numéro 26/0018EC, relatif à l'extension de 250 m<sup>2</sup> de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « Hyper U » situé 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 12 juin 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 250 m<sup>2</sup> de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « Hyper U » situé à Païta.

Le magasin est exploité par la SARL SCD Païta, société détenue par le groupe Ballande.

La surface de vente de l'hypermarché est actuellement de 3 600 m<sup>2</sup>. L'opération notifiée consiste en l'extension de cette surface de 250 m<sup>2</sup>, portant ainsi la surface commerciale du magasin à 3 850 m<sup>2</sup>. Cette extension sera réalisée sur les surfaces actuellement occupées par les magasins « Célio Païta » et « La Foir'Fouille Païta ».

Pour vérifier les éventuels effets de l'opération envisagée sur la concurrence, l'Autorité a analysé le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire, ainsi que les marchés amont de l'approvisionnement en produits alimentaires.

Sur le marché aval, l'analyse concurrentielle a été conduite, d'une part, sur une zone de chalandise correspondant aux supermarchés et formes de commerce équivalentes accessibles en moins de 15 minutes de déplacement en voiture autour du magasin Hyper U Païta et, d'autre part, sur une zone correspondant aux hypermarchés accessibles en moins de 30 minutes de déplacement en voiture, comprenant les communes de Païta, Dumbéa et Nouméa.

L'analyse concurrentielle a permis de constater que, à l'issue de l'opération, l'incrément de parts de marché de la partie notifiante demeurerait limité. Dans la première zone, la part de marché de la partie notifiante atteindrait [30-40] % en surface de vente, avec un incrément de seulement [0-5] %. Dans la seconde zone, elle serait de l'ordre de [20-30] % en excluant le magasin Hyper U Anse Uaré et de [40-50] % en l'intégrant, dans l'hypothèse la plus défavorable à la partie notifiante.

Dans l'ensemble des hypothèses analysées, la partie notifiante demeurerait confrontée à une pression concurrentielle significative, notamment de la part du groupe GBH et d'autres magasins concurrents. 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 à dominante alimentaire.

Sur le marché amont de l'approvisionnement, l'Autorité a relevé que l'extension projetée n'était pas de nature à créer ou renforcer une puissance d'achat susceptible de placer les fournisseurs en situation de dépendance économique. En effet, l'augmentation des volumes d'achats liée à l'opération demeure limitée, tant au niveau local qu'au niveau national ou international.

Enfin, l'analyse des effets verticaux de l'opération n'a pas mis en évidence de risque de verrouillage des marchés, compte tenu du faible incrément de parts de marché résultant de l'opération et de l'absence d'incitation du groupe Ballande à modifier la politique commerciale de la société Serdis envers ses clients concurrents du magasin Hyper U Païta. L'Autorité a également relevé que les engagements souscrits par le groupe Ballande dans le cadre de la décision d'autorisation initiale du magasin Hyper U Païta demeurent pleinement en vigueur.

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

<b>I.</b>	<b>Présentation de l'exploitant et contrôlabilité de l'opération .....</b>	<b>4</b>
<b>A.</b>	<b>Présentation de l'exploitant.....</b>	<b>4</b>
<b>B.</b>	<b>Présentation et contrôlabilité de l'opération.....</b>	<b>5</b>
<b>II.</b>	<b>Délimitation des marchés pertinents .....</b>	<b>5</b>
<b>A.</b>	<b>Le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire .....</b>	<b>6</b>
1.	Le marché de produits.....	6
2.	Le marché géographique .....	7
<b>B.</b>	<b>Le marché amont de l'approvisionnement .....</b>	<b>8</b>
1.	Le marché de produits.....	8
2.	Le marché géographique .....	8
<b>III.</b>	<b>Analyse concurrentielle .....</b>	<b>9</b>
<b>A.</b>	<b>Sur les effets horizontaux de l'opération .....</b>	<b>9</b>
1.	Le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire.....	10
2.	Le marché amont de l'approvisionnement .....	11
<b>B.</b>	<b>Sur les effets verticaux de l'opération .....</b>	<b>12</b>
<b>IV.</b>	<b>Conclusion.....</b>	<b>13</b>
<b>DÉCIDE.....</b>	<b>.....</b>	<b>14</b>

# I. Présentation de l'exploitant et contrôlabilité de l'opération

## *A. Présentation de l'exploitant*

1. La SARL SCD Païta<sup>1</sup> exploite un commerce à dominante alimentaire sous l'enseigne « Hyper U » d'une surface de 3 600 m<sup>2</sup> à Païta (ci-après le magasin « Hyper U Païta »)<sup>2</sup>.
2. La SCD Païta est indirectement détenue à 100 % par la société Ballande SAS<sup>3</sup>, laquelle est une filiale de la société Figesbal SA<sup>4</sup>, société mère du groupe d'entreprises détenues par la famille Ballande (ci-après le « groupe Ballande »)<sup>5</sup>.
3. 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-alimentaire<sup>6</sup>.
4. Le groupe Ballande est actif dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires notamment *via* la société Serdis SAS<sup>7</sup> qui exerce une activité de grossiste-importateur auprès d'une clientèle principalement composée d'acteurs de la grande distribution alimentaire, de petits et moyens commerces alimentaires, de cavistes, de stations-services, de cafés, d'hôtels, et de restaurants en Nouvelle-Calédonie.
5. S'agissant de la distribution au détail alimentaire et non-alimentaire en Nouvelle-Calédonie, outre le magasin Hyper U Païta, le groupe Ballande y est actif par l'intermédiaire de<sup>8</sup> :
  - quatre magasins spécialisés dans la distribution de produits surgelés sous l'enseigne « Thiriet » situés à Nouméa et Dumbéa ;
  - un magasin spécialisé dans la distribution de vins et spiritueux sous l'enseigne « La Maison Ballande » situé à Nouméa ;
  - deux magasins spécialisés dans la distribution d'articles de sport sous l'enseigne « Décathlon » situés au centre-ville de Nouméa et à Dumbéa<sup>9</sup> ;
  - une armurerie spécialisée située dans le quartier de Ducos à Nouméa ;
  - un magasin exploité sous l'enseigne « Stop Affaires » à Koné, regroupant des activités de vente de produits de sport (Décathlon), de textile, de bazar et de décoration ainsi que d'armurerie ;

---

<sup>1</sup> La société SCD Païta est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 981 647 depuis le 8 décembre 2009.

<sup>2</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-08 du 11 septembre 2020 relative à la mise en exploitation d'un hypermarché sous enseigne « Hyper U » d'une surface de 3 600 m<sup>2</sup> à Païta par la société Ballande SAS.

<sup>3</sup> La société Ballande est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 326 785 depuis le 12 juin 1992.

<sup>4</sup> La société Figesbal est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 1 248 depuis le 21 juin 1929.

<sup>5</sup> Voir l'organigramme du groupe Ballande fourni en annexe 5 du dossier de notification (Annexe 6, Cote 77).

<sup>6</sup> 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 m<sup>2</sup> et 1 090 m<sup>2</sup> au centre-ville de Nouméa et dans le quartier d'Apogoti à Dumbéa.

<sup>7</sup> La société Serdis est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 508 580 depuis le 19 janvier 1998.

<sup>8</sup> Voir les pages 3 à 5 du dossier de notification (Annexe 1, Cotes 4-6).

<sup>9</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2025-DEC-06 du 14 novembre 2025 précitée.

- deux commerces spécialisés dans la distribution de produits de prêt-à-porter homme exploités sous l'enseigne « Célio » au centre-ville de Nouméa et à Païta (ci-après le magasin « Célio Païta »)<sup>10</sup> ; et
  - deux magasins spécialisés en produits de bazar et de décoration exploités sous l'enseigne « La Foir'Fouille » au centre-ville de Nouméa et à Païta (ci-après le magasin « La Foir'Fouille Païta »).
6. Il convient également de préciser qu'un second magasin exploité sous l'enseigne « Hyper U », d'une surface de vente de 5 500 m<sup>2</sup> et dont l'implantation est prévue à Anse Uaré, dans le quartier de Ducos à Nouméa, a été autorisé par l'Autorité en 2020 (ci-après le magasin « Hyper U Anse Uaré »)<sup>11</sup>. Toutefois, sa mise en exploitation a été reportée à [confidentiel]<sup>12</sup>.

### ***B. Présentation et contrôlabilité de l'opération***

7. L'opération notifiée consiste en l'extension de 250 m<sup>2</sup> de la surface de vente du magasin Hyper U Païta. Cette surface correspond aux surfaces actuellement occupées par les magasins Célio Païta et La Foir'Fouille Païta, dont les surfaces de vente s'élèvent respectivement à 150 m<sup>2</sup> et 100 m<sup>2</sup>. La fermeture de ces deux points de vente est ainsi prévue afin de permettre l'agrandissement du magasin « Hyper U Païta » et l'élargissement de son offre de produits alimentaires, notamment par la diversification des gammes proposées à la clientèle<sup>13</sup>.
8. Conformément à l'article Lp. 432-1 du Code de commerce :
- « Est soumis au régime d'autorisation de commerce de détail 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 m<sup>2</sup> ».*
9. En l'espèce, la surface de vente du magasin Hyper U Païta, initialement de 3 600 m<sup>2</sup>, sera portée à 3 850 m<sup>2</sup> à la suite de l'opération.
10. 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 m<sup>2</sup>, 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**

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 à dominante alimentaire. Il s'agit, d'une part, des marchés « aval », de dimension locale, sur lesquels se rencontrent l'offre des entreprises de

<sup>10</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2024-DEC-01 du 8 avril 2024 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Celio » d'une surface de 150 m<sup>2</sup> au sein du futur centre commercial « Hyper U » à Païta.

<sup>11</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-09 du 22 septembre 2020 relative à la mise en exploitation d'un hypermarché sous enseigne « Hyper U » d'une surface de 5 500 m<sup>2</sup> à Anse Uaré, dans la zone de Ducos à Nouméa, par la société Ballande SAS.

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

<sup>13</sup> Voir les pages 2 et 7 du dossier de notification (Annexe 1, Cotes 3 et 8).

commerce de détail et la demande des consommateurs pour la vente de biens de consommation et, d'autre part, des marchés « amont » de l'approvisionnement, sur lesquels se rencontrent l'offre des fournisseurs et la demande des entreprises de commerce de détail.

13. 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 marché<sup>14</sup>.
14. En l'espèce, l'opération sera analysée sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire (A) et sur les marchés amont de l'approvisionnement (B).

## ***A. Le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire***

### **1. Le marché de produits**

15. Les autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine<sup>15</sup> distinguent en général six catégories de commerce, en fonction notamment de la taille des magasins, leurs techniques de vente, leur accessibilité, la nature du service rendu et l'ampleur des gammes de produits proposés :
- les hypermarchés (magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>) ;
  - les supermarchés (entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>) ;
  - le commerce spécialisé ;
  - le petit commerce de détail ou supérettes (entre 120 et 400 m<sup>2</sup>) ;
  - les maxi discompteurs ; et
  - la vente par correspondance.
16. Il convient toutefois de rappeler que ces seuils doivent être utilisés avec précaution et qu'ils peuvent être adaptés au cas d'espèce, lorsque des magasins dont la surface est située à proximité

---

<sup>14</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2023-DEC-04 du 1<sup>er</sup> mars 2023 [Rect] relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Décathlon » d'une surface de 1 200 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> sous l'enseigne « Home Dépôt », situé à Nouméa.

<sup>15</sup> Voir par exemple les décisions de l'Autorité n° 2023-DEC-12 du 17 août 2023 relative à l'acquisition par la SARL BV Distribution du fonds de commerce exploité par la SARL CMK Distribution sous l'enseigne « Auchan Belle Vie » d'une surface de vente de 946,2 m<sup>2</sup> à Nouméa et au changement d'enseigne du magasin au profit de l'enseigne « Cap Fraicheur », n° 2022-DCC-02 du 28 juin 2022 relative à l'acquisition par le groupe Aline du fonds de commerce exploité par la SAS Johnston Distribution sous l'enseigne « Johnston Supermarché » d'une surface de 2 798 m<sup>2</sup> à Nouméa, et n° 2021-DEC-02 du 28 janvier 2021 relative à une extension de 79,67 m<sup>2</sup> de la surface de vente du supermarché à l'enseigne « Casino Port Plaisance » situé sur la commune de Nouméa ; voir également les décisions de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 24-DCC-02 du 11 janvier 2024 relative à la prise de contrôle exclusif de 61 magasins anciennement sous enseigne Casino par la société ITM Entreprises et n° 18-DCC-65 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Zormat, Les Chênes et Puech Eco par la société Carrefour Supermarchés France.

d'un seuil, qu'elle soit inférieure ou supérieure à celui-ci, sont susceptibles de se trouver en concurrence directe.

17. Par ailleurs, la pratique décisionnelle métropolitaine et calédonienne considère que, si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories<sup>16</sup>. En effet, un hypermarché peut être utilisé par certains consommateurs comme magasin de proximité, en substitution d'un supermarché. En revanche, la réciproque n'est généralement pas vérifiée, et l'est d'autant moins que la taille de l'hypermarché en cause est importante.
18. Il en résulte que si le magasin cible est un supermarché, l'analyse est effectuée sur un marché comprenant les supermarchés et les formes de commerce équivalentes (hypermarchés, discompteurs et magasins populaires), à l'exclusion du petit commerce de détail de moins de 400 m<sup>2</sup> et des magasins spécialisés<sup>17</sup>.
19. En l'espèce, le magasin Hyper U Païta disposera d'une surface de vente de 3 850 m<sup>2</sup> à l'issue de l'opération, le rattachant ainsi à la catégorie des hypermarchés, qui regroupe les magasins à dominante alimentaire dont la surface de vente est supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>.

## 2. Le marché géographique

20. En se fondant sur l'analyse de la zone de chalandise, les autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine distinguent deux types de marchés :
  - un premier marché où se rencontrent la demande des consommateurs d'une zone et l'offre des hypermarchés auxquels ces derniers ont accès en moins de 30 minutes de déplacement en voiture et qui sont, de leur point de vue, substituables entre eux ;
  - un second marché où se rencontrent la demande des consommateurs, et l'offre des supermarchés et formes de commerce équivalentes situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture. Ces dernières formes de commerces peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs<sup>18</sup>.
21. D'autres critères peuvent néanmoins être pris en compte pour évaluer l'impact d'une opération sur la situation de la concurrence sur les marchés de la distribution de détail. Ces critères peuvent conduire à affiner les délimitations usuelles en zones isochrones. Tel est notamment le cas de l'analyse du comportement réel des consommateurs, au moyen de sondages ou du calcul de ratios de diversion, ainsi que de l'examen des empreintes réelles des magasins cibles<sup>19</sup>.
22. Au cas d'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations géographiques.

---

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> *Ibidem.*

<sup>18</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2024-DEC-06 du 3 décembre 2024 relative à l'extension de 201 m<sup>2</sup> de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « Korail » situé dans le quartier de Ducos à Nouméa ; voir également la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 11-DCC-134 du 02 septembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Louis Delhaize par la société Groupe Bernard Hayot ainsi que l'arrêté n° 2016-1811/GNC du 30 août 2016 relatif à la création et mise en exploitation par la Société Supermarchés du Nord (Groupe Bernard Hayot), d'un hypermarché à enseigne Géant à Dumbéa-sur-Mer.

<sup>19</sup> Voir la décision n° 2020-DCC-02 du 15 janvier 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la SARL Bleu de Mer par la SARL Michel Ange Nouméa.

## ***B. Le marché amont de l'approvisionnement***

### **1. Le marché de produits**

23. Selon une pratique décisionnelle constante, les entreprises du secteur de la distribution alimentaire sont présentes sur les marchés de l'approvisionnement, qui comprennent la vente de biens de consommation courante par les producteurs à des clients, tels que les grossistes, les détaillants ou d'autres entreprises (par exemple les cafés, hôtels et restaurants).
24. Si la pratique décisionnelle des autorités de concurrence ne distingue pas selon le circuit de distribution, elle a néanmoins relevé qu'il existait des indices sérieux permettant de penser que le marché de l'approvisionnement du secteur du commerce de détail pourrait constituer un marché autonome par rapport aux autres circuits de distribution, tout en laissant la question ouverte<sup>20</sup>.
25. L'analyse des marchés amont s'opère par catégorie de produits. L'Autorité, ainsi que le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, à l'occasion de précédentes opérations<sup>21</sup>, ont retenu l'existence de marchés répartis selon les familles ou groupes de produits suivants :
- Produits de grande consommation : liquides, droguerie, parfumerie et hygiène, épicerie sèche, parapharmacie, produits périssables en libre-service ;
  - Frais traditionnel : charcuterie, poissonnerie, fruits et légumes, pain et pâtisseries, boucherie ;
  - Bazar : bricolage, maison, culture, jouets, loisirs et détente, jardin, automobile ;
  - Electroménager/Photo/Cinéma/Son : gros électroménager, petit électroménager, photo/ciné, Hi-fi/son, TV/vidéo ;
  - Textile : textile/chaussures.
26. En l'espèce, le groupe Ballande est présent en tant qu'acheteur de produits alimentaires sur les marchés locaux et internationaux par le biais de la société Serdis, des enseignes « Thiriet » et « La Maison Ballande », ainsi que du magasin Hyper U Païta<sup>22</sup>.
27. Dans le cadre de la présente opération, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

### **2. Le marché géographique**

28. En ce qui concerne la délimitation géographique des marchés de l'approvisionnement, les autorités de concurrence considèrent généralement que l'approche nationale des marchés est la plus appropriée, la puissance d'achat exercée par un distributeur à l'égard de ses fournisseurs dépendant principalement de sa position au niveau national, plutôt qu'au niveau local<sup>23</sup>.

---

<sup>20</sup> Voir en ce sens les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-09 et n° 2020-DEC-02 précitées ; voir également les décisions de la Commission européenne du 25 janvier 2000, *Carrefour/Promodès*, COMP/M.1684, et du 3 juillet 2008, COMP/M.5112, *Rewe Plus/Discount*, et les avis du Conseil de la concurrence n° 97-A-14 du 1<sup>er</sup> juillet 1997, dans l'opération Carrefour/Cora, n° 98-A-06 du 5 mai 1998, dans l'opération Casino Franprix/Leader Price, et n° 00-A-06 du 3 mai 2000, dans l'opération Carrefour/Promodès.

<sup>21</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-01 du 15 janvier 2020 relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Carrefour Market » d'une surface de vente de 1 318 m<sup>2</sup> situé dans la commune de Nouméa et la décision n° 2019-DEC-03 du 21 novembre 2019 relative à l'agrandissement de 1050 m<sup>2</sup> de la surface de vente du commerce de détail sous enseigne « Korail Païta » situé sur la commune de Païta ; voir également l'arrêté n° 2015-1135/GNC du 30 juillet 2015 relatif à la création et mise en exploitation par la Sarl Super Auteuil, d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne Super U d'une surface de vente de 1557 m<sup>2</sup> situé à Auteuil, commune de Dumbéa.

<sup>22</sup> Voir la page 14 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 15).

<sup>23</sup> Voir par exemple les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-09 et n° 2019-DEC-03 précitées.

29. L'Autorité et le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ont cependant eu l'occasion de nuancer cette approche en raison du caractère insulaire de la Nouvelle-Calédonie<sup>24</sup>. En effet, ils rejoignent la position de l'Autorité de la concurrence métropolitaine s'agissant des territoires ultramarins<sup>25</sup>, en soulignant le caractère très spécifique des circuits d'approvisionnement en produits de grande consommation et leurs effets sur l'équilibre concurrentiel des marchés concernés, notamment en raison de la fragilité de certains produits, des goûts et habitudes alimentaires locales et des politiques locales de développement. Ils relèvent en effet qu'une partie importante de l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire provient de producteurs et de grossistes locaux.
30. Les marchés de l'approvisionnement, au cas présent, revêtent donc une dimension locale ou internationale selon la catégorie de produits concernée.

### III. Analyse concurrentielle

---

31. 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* ».
32. Un chevauchement d'activités existe lorsque l'entreprise concernée par l'opération de commerce de détail est d'ores et déjà présente sur le(s) marché(s) concerné(s) soit active sur des marchés situés à des stades différents de la chaîne de valeur (à l'amont ou à l'aval) ou des marchés connexes.
33. En l'espèce, l'opération envisagée entraînera un chevauchement d'activités sur les marchés pertinents définis précédemment ce qui conduit à en analyser les effets horizontaux (A) et verticaux (B).

#### A. Sur les effets horizontaux de l'opération

34. L'analyse concurrentielle doit permettre d'apprécier les risques d'atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la distribution au détail (1), afin de vérifier si l'opération crée ou renforce une position dominante ainsi que sur les marchés amont de l'approvisionnement (2), afin de déterminer si l'opération crée ou renforce une puissance d'achat qui placerait les fournisseurs en situation de dépendance économique vis-à-vis des distributeurs<sup>26</sup>.
35. L'étude des effets horizontaux consiste à apprécier dans quelle mesure cette opération pourrait conduire à une hausse des prix, à une diminution des quantités offertes ou encore à une dégradation de la diversité de l'offre sur les marchés de la distribution au détail et *in fine* entraîner une perte de bien-être pour le consommateur.

---

<sup>24</sup> Voir notamment la décision de l'Autorité n° 2019-DEC-03 précitée ; voir également l'arrêté n° 2014-3715/GNC du 16 décembre 2014 relatif à la demande d'ouverture d'un commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface de vente de 550 m<sup>2</sup> sous enseigne « Korail » à Païta.

<sup>25</sup> Voir l'avis de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 09-A-45 du 8 septembre 2009 relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les départements d'outre-mer.

<sup>26</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> situé à Apogoti, et n° 2021-DEC-04 du 20 avril 2021 relative à une extension de 175 m<sup>2</sup> de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « As de Trèfle » situé au Quartier Latin à Nouméa.

36. 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.
37. 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 dominante<sup>27</sup>.

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

38. En l'espèce, l'analyse concurrentielle de l'opération concernée est opérée sur :
- un premier marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des supermarchés et formes de commerce équivalentes, situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture. Ces dernières formes de commerces peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs (d'une surface supérieure à 400 m<sup>2</sup>) ; et
  - un second marché où se rencontrent la demande des consommateurs d'une zone et l'offre des hypermarchés auxquels ces derniers ont accès en moins de 30 minutes de déplacement en voiture, ce qui correspond en l'espèce à une zone comprenant les communes de Païta, Dumbéa et Nouméa.

#### Répartitions des surfaces commerciales des hypermarchés et supermarchés (d'une surface supérieure à 400 m<sup>2</sup>) dans une zone de chalandise de 15 minutes

	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface en m <sup>2</sup>	PDM	Surface en m <sup>2</sup>	PDM
<b>Hyper U Païta</b>	<b>3600</b>	<b>[30-40]%</b>	<b>3850</b>	<b>[30-40]%</b>
Géant Dumbéa	[confidentiel]	[40-50]%	[confidentiel]	[30-40]%
Korail Païta	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Korail Apogoti	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Best Supermarket	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Adyna	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
<b>Total estimé</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>100%</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>100%</b>

*Source : Traitement de données ACNC*

39. Dans la première hypothèse, à l'issue de l'opération, la part de marché totale de la partie notifiante sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire augmenterait de [0-5] % sur la zone de chalandise concernée, pour atteindre [30-40] % de parts de marché en surface de vente.
40. Bien que la part de marché de la partie notifiante soit supérieure à 25 %, celle-ci resterait inférieure à 50 %. Par ailleurs, la concurrence demeurera suffisamment forte sur ce marché à l'issue de l'opération avec, en particulier, la présence du groupe GBH, en position de leader avec [30-40] % des parts de marché et le magasin Korail Païta avec [10-20] % de parts de marché.

<sup>27</sup> Voir notamment les décisions de l'Autorité n° 2023-DCC-08 du 22 novembre 2023 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la SAS Socimat par la SAS LH et n° 2023-DEC-13 du 4 octobre 2023 relative à la mise en exploitation par la SARL Apotex d'un magasin sous l'enseigne « Géo » d'une surface de 1 454 m<sup>2</sup> à Dumbéa.

**Répartitions des surfaces commerciales des hypermarchés (sauf l'Hyper U Anse Uaré) dans une zone de chalandise de 30 minutes**

	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface en m <sup>2</sup>	PDM	Surface en m <sup>2</sup>	PDM
<b>Hyper U Païta</b>	<b>3600</b>	<b>[20-30]%</b>	<b>3850</b>	<b>[20-30]%</b>
Géant Dumbéa	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
Géant Saint Marie	[confidentiel]	[30-40]%	[confidentiel]	[30-40]%
<b>Total GBH</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>[60-70]%</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>[60-70]%</b>
Auchan Quai Ferry	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
<b>Total</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>100%</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>100%</b>

*Source : Traitement de données ACNC*

**Répartitions des surfaces commerciales des hypermarchés (dont l'Hyper U Anse Uaré) dans une zone de chalandise de 30 minutes**

	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface en m <sup>2</sup>	PDM	Surface en m <sup>2</sup>	PDM
<b>Hyper U Païta</b>	<b>3600</b>	<b>[10-20]%</b>	<b>3850</b>	<b>[10-20]%</b>
Hyper U Anse Uaré	5500	[20-30]%	5500	[20-30]%
<b>Total Groupe Ballande</b>	<b>9100</b>	<b>[40-50]%</b>	<b>9350</b>	<b>[40-50]%</b>
Géant Dumbéa	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
Géant Saint Marie	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
<b>Total GBH</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>[40-50]%</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>[40-50]%</b>
Auchan Quai Ferry	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
<b>Total</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>100%</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>100%</b>

*Source : Traitement de données ACNC*

41. Dans la seconde hypothèse, la part de marché du groupe Ballande augmenterait de seulement [0-5] % sur la zone de chalandise concernée et serait de l'ordre de [20-30] % en surface de vente, en excluant le magasin Hyper U Anse Uaré. En revanche, en intégrant ce magasin, ce qui constitue l'hypothèse la plus défavorable pour la partie notificante, la part de marché de cette dernière atteindrait [40-50] %.
42. Bien que la part de marché de la partie notificante soit supérieure à 25 %, celle-ci resterait inférieure à 50 %. Par ailleurs, la concurrence demeurera suffisamment forte sur ce marché à l'issue de l'opération avec, en particulier, la présence du groupe GBH, en position de leader avec [40-50] % des parts de marché et le magasin Auchan Quai Ferry avec [10-20] % de parts de marché.
43. Par conséquent, l'opération concernée n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail à dominante alimentaire.

## 2. Le marché amont de l'approvisionnement

44. Sur le marché amont de l'approvisionnement en produits alimentaires, la partie notificante est présente en tant qu'acheteur :
  - pour la société grossiste-importateur Serdis ;
  - pour les commerces de détail sous l'enseigne « Thiriet » ; et
  - pour le magasin Hyper U Païta.

### ***a. Au niveau national et international***

45. S'agissant de l'approvisionnement du magasin Hyper U Païta à l'international, celui-ci est réalisé auprès de la centrale d'achat « Coopérative U » en France métropolitaine<sup>28</sup>. Les volumes d'achats propres au magasin Hyper U Païta, y compris après l'extension de sa surface de vente, demeurent limités au regard de la taille des marchés nationaux et internationaux de l'approvisionnement en produits alimentaires.
46. Dans ces conditions, l'opération envisagée ne saurait conférer à la partie notifiante une puissance d'achat significative sur ces marchés.

### ***b. Au niveau local***

47. En ce qui concerne le marché local de l'approvisionnement en Nouvelle-Calédonie, certains produits sont achetés soit directement auprès de fournisseurs locaux, soit indirectement auprès de la société Serdis.
48. La partie notifiante ne dispose pas d'informations précises pour évaluer la taille des marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires au niveau local, mais estime toutefois que l'augmentation des achats du groupe Ballande en produits alimentaires liée à l'extension de la surface de vente du magasin Hyper U Païta serait très limitée<sup>29</sup>.
49. En effet, compte tenu du faible incrément de parts de marché sur les marchés aval, l'opération n'est pas de nature à créer ou renforcer une situation de dépendance économique des fournisseurs locaux à l'égard du groupe Ballande.
50. Par conséquent, le risque d'atteinte au fonctionnement de la concurrence sur les marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires au niveau local, à l'issue de l'opération, peut raisonnablement être écarté.
51. Au regard de ces éléments, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement.

## ***B. Sur les effets verticaux de l'opération***

52. Les effets verticaux liés à l'ouverture d'une nouvelle surface commerciale sont étudiés lorsque l'opération concerne des acteurs présents à différents niveaux de la chaîne de valeur. L'intégration verticale peut produire les mêmes effets que des clauses restrictives de concurrence conclues entre un fournisseur et ses distributeurs<sup>30</sup>.
53. Lorsqu'un futur exploitant, ou le groupe auquel il appartient, est présent sur des marchés situés en amont du commerce de détail, ce dernier a la possibilité de rendre plus difficile l'accès aux marchés concernés, d'évincer les concurrents ou de les pénaliser par une augmentation de leurs coûts. On parle alors de « verrouillage » ou de « forclusion » des marchés.
54. La pratique décisionnelle de l'Autorité distingue deux types de risque de « verrouillage ». Dans le premier cas, la nouvelle entité refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval ou alors le leur fournit à un prix élevé, dans des conditions défavorables ou à un niveau de qualité dégradé. Il s'agit alors d'un verrouillage du marché des intrants. Cette forclusion peut être totale, lorsque les concurrents ne sont plus du tout approvisionnés, ou partielle, lorsque le durcissement des conditions tarifaires entraîne une augmentation des coûts des concurrents. Dans le second cas, la branche aval de la nouvelle entité refuse d'acheter ou de distribuer les produits des

---

<sup>28</sup> Voir le contrat d'approvisionnement Hyper U fourni en annexe 10 du dossier de notification (Annexe 13, Cotes 138-268).

<sup>29</sup> Voir la page 14 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 15).

<sup>30</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2020-DEC-08 et n° 2020-DEC-09 précitées.

fabricants actifs en amont, réduisant ainsi leurs débouchés commerciaux. Il s'agit alors d'un verrouillage de l'accès à la clientèle<sup>31</sup>.

55. L'Autorité considère qu'il est peu probable qu'une entreprise ayant une part de marché inférieure à 30 % sur un marché donné puisse verrouiller un marché en aval ou en amont de celui-ci.
56. Cette approche doit cependant être nuancée au regard des caractéristiques de l'économie calédonienne, dès lors que certaines exclusivités de distribution pourraient permettre à certains de leurs bénéficiaires, indépendamment de leur emprise sur un marché, de verrouiller les marchés amont ou aval<sup>32</sup>.
57. En l'espèce, comme indiqué précédemment, la partie notifiante est présente sur les marchés de la distribution en gros de produits alimentaires *via* la société Serdis, laquelle approvisionne le magasin Hyper U.
58. S'agissant du risque de verrouillage de l'accès à la clientèle, bien que la partie notifiante détienne une part de marché légèrement supérieure au seuil de 30 % sur le marché aval, celle-ci ne paraît pas suffisante pour lui permettre de mettre en œuvre une stratégie de verrouillage. En effet, sa position demeure inférieure à celle du groupe GBH, qui détiendrait une part de marché estimée à [40-50] % à la suite de l'opération.
59. S'agissant du risque de verrouillage des intrants, en raison du faible incrément de parts de marché résultant de l'opération, le risque que le groupe Ballande modifie la politique commerciale de la société Serdis envers ses clients concurrents du magasin Hyper U en raison de l'opération peut être raisonnablement écarté.
60. En tout état de cause, il convient de rappeler que, dans le cadre de la décision d'autorisation initiale de la mise en exploitation du magasin Hyper U Païta, le groupe Ballande a souscrit cinq engagements destinés à écarter tout risque de verrouillage des intrants susceptible de résulter de cette opération. Ces engagements demeurent à ce jour pleinement en vigueur et la présente opération n'est pas de nature à les remettre en cause<sup>33</sup>.
61. Par conséquent le risque d'effets verticaux pouvant résulter de l'opération peut être raisonnablement écarté.

## **IV. Conclusion**

---

62. Il résulte de l'instruction que l'opération consistant en l'extension de 250 m<sup>2</sup> de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « Hyper U » situé à Païta n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence et peut être autorisée.

---

<sup>31</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2022-DCC-06 du 13 décembre 2022 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la SARL Société d'Exploitation Technicar par la société Johnston & Compagnie SAS et n° 2020-DEC-08 précitée.

<sup>32</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2021-DEC-04 précitée et n° 2019-DCC-06 du 25 novembre 2019 relative à la prise de contrôle exclusif négatif de la société Katiramona Explosif SAS par la société Titanobel SAS ; voir également l'arrêté n° 2015-1135/GNC précité.

<sup>33</sup> Voir la page 15 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 16) ; voir également la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-08 précitée.

# DÉCIDE

**Article 1<sup>er</sup>** : L'opération notifiée sous le numéro 26/0018EC 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

