

**Décision 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**

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

Vu le dossier de notification, adressé à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie le 20 octobre 2025, enregistré sous le numéro 25-0026EC, et déclaré complet le 19 novembre 2025, relatif 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 ;

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 9 janvier 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 « Jardiland » d'une surface de 1517 m<sup>2</sup> dans le quartier de Motor Pool à Nouméa.

La société Green Way NC est principalement active dans le secteur du commerce de détail d'articles de jardinerie et d'aménagements extérieurs. Elle exploite déjà un point de vente sous l'enseigne « Jardiland » dans le quartier de Normandie à Nouméa.

Le 20 octobre 2025, la société Green Way NC a transmis à l'Autorité un dossier de notification relatif à l'ouverture d'un magasin sous l'enseigne « Jardiland » d'une surface de 1 517 m<sup>2</sup> implanté dans le quartier de Motor Pool à Nouméa. L'enseigne « Jardiland » est traditionnellement active dans le commerce de détail d'articles de jardinerie et d'aménagements extérieurs.

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 jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie, ainsi que le marché amont de l'approvisionnement, de dimension nationale voire mondiale.

Sur le marché aval, l'analyse concurrentielle a été opérée en prenant en considération, dans une zone de chalandise de 20 minutes en voiture autour du magasin cible, les jardineries, les grandes surfaces de bricolage disposant d'une surface de vente d'au moins 600 m<sup>2</sup>, ainsi que les libres services agricoles.

L'analyse concurrentielle a permis de constater que, à l'issue de l'opération, la part du marché de la partie notifiante serait inférieure à 50 %. Par ailleurs, elle fera face à la concurrence des enseignes « Cheval Distribution », « Gamm' Vert » et « Sopema Bricorama ».

Il en résulte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie sur la zone de chalandise concernée.

De même, concernant le marché amont, étant donné la faible part de marché de la partie notifiante sur le marché aval, ses achats resteraient marginaux par rapport au chiffre d'affaires de ses fournisseurs et ne lui conféreraient pas de pouvoir d'achat significatif 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

<b>I.</b>	<b>Présentation de l'entreprise concernée et contrôlabilité de l'opération</b>	<b>4</b>
A.	Présentation de l'entreprise concernée .....	4
B.	Présentation de l'opération .....	4
C.	Contrôlabilité de l'opération .....	5
<b>II.</b>	<b>Délimitation des marchés pertinents</b>	<b>5</b>
A.	Le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie.....	6
1.	Le marché de produits .....	6
2.	Le marché géographique .....	6
B.	Le marché amont de l'approvisionnement .....	7
1.	Le marché de produits .....	7
2.	Le marché géographique .....	7
<b>III.</b>	<b>Analyse concurrentielle</b>	<b>8</b>
A.	Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie .....	8
B.	Sur le marché amont de l'approvisionnement .....	9
<b>IV.</b>	<b>Conclusion</b>	<b>10</b>
<b>DÉCISION</b>	.....	<b>10</b>

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

---

## A. Présentation de l'entreprise concernée

1. Le futur magasin sous l'enseigne « Jardiland » situé dans le quartier de Motor Pool à Nouméa sera exploité par la SARL Green Way NC<sup>1</sup>.
2. La société Green Way NC est principalement active dans le secteur du commerce de détail d'articles de jardinerie et d'aménagements extérieurs, incluant notamment les fleurs, plantes, graines, engrains, ainsi que les animaux de compagnie et l'alimentation destinée à ces derniers, via un point de vente sous l'enseigne « Jardiland » situé au 209 bis, rue Georges Lecques, dans le quartier de Normandie à Nouméa (ci-après le magasin « Jardiland Normandie »)<sup>2</sup>.
3. La société Green Way NC exerce également une activité subsidiaire de vente d'articles pour le jardin, les aménagements extérieurs, bassins, cascades et articles en animalerie à destination d'une clientèle professionnelle<sup>3</sup>, laquelle représente moins de [confidentiel] de son chiffre d'affaires<sup>4</sup>.
4. La société Green Way NC est une filiale détenue à hauteur de [> 50%] par M. [C. R.] et à hauteur de [< 50%] par M. [W. M.]<sup>5</sup>.
5. Outre sa participation contrôlante dans la société Green Way NC, M. [C. R.] détient également 100 % de la SARL La Pépinière de la Tamoia, dont l'activité principale consiste en la production agricole horticole, ainsi que 100 % de la SCI Ouagou et [> 50%] de la SCI RBM.
6. Le chiffre d'affaires cumulé des sociétés contrôlées par M. [C. R.] est de l'ordre de [confidentiel] de F. CFP en 2024<sup>6</sup>.

## B. Présentation de l'opération

7. L'opération notifiée consiste en la mise en exploitation d'un commerce de détail sous l'enseigne « Jardiland » d'une surface commerciale de 1 517 m<sup>2</sup> et situé dans le quartier de Motor Pool à Nouméa (ci-après le magasin « Jardiland Motor Pool »).
8. Le magasin Jardiland Motor Pool se situera au sein d'un nouvel ensemble commercial dénommé « NetCall 32 » qui se structure autour de trois surfaces commerciales principales. Ces trois surfaces sont respectivement dédiées à l'outil de bricolage<sup>7</sup>, à l'électroménager, et à la vente de détail liée à la jardinerie<sup>8</sup>, cette dernière faisant l'objet de la présente opération.
9. Selon la partie notifiante, la mise en exploitation du magasin Jardiland Motor Pool est prévue au 1<sup>er</sup> septembre 2026 et devrait générer douze d'emplois<sup>9</sup>.

---

<sup>1</sup> La SARL Green Way NC est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 1 276 344 depuis le 24 juillet 2015.

<sup>2</sup> Voir la page 4 du dossier de notification (Annexe 12, Cote 69).

<sup>3</sup> Voir l'annexe 9 du dossier de notification (Annexe 12, Cote 166).

<sup>4</sup> Voir la page 3 du dossier de notification (Annexe 12, Cote 68).

<sup>5</sup> Voir la page 4 du dossier de notification (Annexe 12, Cote 69).

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Voir la décision 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 m<sup>2</sup> dans le quartier de Motor Pool à Nouméa.

<sup>8</sup> Voir la page 13 du dossier de notification (Annexe 12, Cote 78).

<sup>9</sup> Voir la page 5 du dossier de notification (Annexe 12, Cote 70).

### **C. Contrôlabilité de l'opération**

10. Conformément à l'article Lp. 432-1 du Code de commerce, « [e]st soumis au régime d'autorisation de commerce de détail défini par le présent chapitre :  
*1° toute mise en exploitation d'un nouveau magasin de commerce de détail, lorsque sa surface de vente est supérieure à 600 m<sup>2</sup>* ».
11. En l'espèce, l'opération notifiée consiste en la mise en exploitation du magasin Jardiland Motor Pool qui disposera d'une surface de vente de 1 517 m<sup>2</sup>.
12. La présente opération consistant en la mise en exploitation d'un commerce de détail de plus de 600 m<sup>2</sup>, celle-ci est contrôlable sur le fondement de l'article Lp. 432-1 du Code de commerce et est soumise au régime d'autorisation préalable de l'article Lp. 432-2 de ce même code.

## **II. Délimitation des marchés pertinents**

---

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 distribution<sup>10</sup>.
15. La délimitation des marchés pertinents 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>11</sup>.
16. En l'espèce, le magasin Jardiland Motor Pool sera actif dans le secteur de la distribution de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie. La pratique décisionnelle des autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine distingue généralement deux catégories de marchés dans ce secteur : les marchés aval de la distribution au

---

<sup>10</sup> Voir les décisions de l'Autorité n° 2025-DEC-02 du 2 octobre 2025 relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Centrakor » d'une surface de 1 652 m<sup>2</sup> dans le quartier de Motor Pool à Nouméa, n° 2023-DEC-04 du 1<sup>er</sup> mars 2023 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'Apogot » sur la commune de Dumbéa.

<sup>11</sup> *Ibid.*

détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie (**A**), ainsi que les marchés amont de l’approvisionnement (**B**)<sup>12</sup>.

## ***A. Le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie***

### **1. Le marché de produits**

17. La pratique décisionnelle métropolitaine retient l’existence d’un marché de la distribution grand public de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie sur lequel sont présents les libres services agricoles (LISA), les jardineries, les grandes surfaces de bricolage (GSB) et les grandes surfaces alimentaires (GSA) qui disposent d’un espace « jardinerie »<sup>13</sup>.
18. L’Autorité et le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ont considéré, pour leur part, que les GSA situées dans la zone du Grand Nouméa ne disposaient pas d’un espace jardinerie et d’aliments pour animaux présentant une largeur et une profondeur de gamme suffisantes pour exercer une contrainte concurrentielle sur ce marché. En conséquence, seuls sont pris en compte les points de vente offrant une gamme d’articles de jardinage, de bricolage, d’animalerie et d’aménagement extérieur suffisamment étendue, à savoir les jardineries, les GSB disposant d’une surface de vente d’au moins 600 m<sup>2</sup>, ainsi que les LISA<sup>14</sup>.
19. En l’espèce, il n’y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.
20. 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**

21. Dans le secteur de la distribution au détail par le biais de magasins physiques, la concurrence s’exerce, du point de vue du consommateur, principalement au niveau local, sur des marchés dont la dimension varie en fonction du type de produits concernés et de l’attractivité des magasins.
22. S’agissant de la distribution d’articles de jardinage, de bricolage, d’animalerie et d’aménagement extérieur, l’Autorité de la concurrence métropolitaine considère que les consommateurs sont prêts à réaliser un trajet en voiture d’une durée de 20 minutes pour atteindre un magasin et comparer les produits et les prix d’une enseigne à l’autre<sup>15</sup>.

---

<sup>12</sup> Voir la décision de l’Autorité n° 2021-DEC-12 du 20 décembre 2021 relative à l’extension de 230 m<sup>2</sup> du magasin sous l’enseigne « Cheval Distribution » à Nouméa ; voir également la décision de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n° 22-DCC-167 du 31 août 2022 relative à la prise de contrôle conjoint de neuf magasins Jardiland par les groupes Advitam, InVivo et EMC2.

<sup>13</sup> Voir les lettres du ministre de l’économie, des finances et de l’emploi n° C2007-129 du 21 janvier 2008 aux conseillers juridiques de la société Terrena relative à une concentration dans le secteur de la distribution de produits pour le jardinage, le bricolage et pour l’agriculture, n° C2008 -29 du 4 juin 2008 aux conseils de la société coopérative Agrial et de la société coopérative Union Set relative à une concentration dans le secteur des coopératives agricoles, n° C2008-94 du 2 janvier 2009 aux conseils de la société Axéal relative à une concentration dans le secteur des céréales et des oléoprotéagineux ; voir également les décisions de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-139 du 25 août 2017 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Terrena Grand Public et Agralys Distribution par la société InVivo Retail et n° 20-DCC-82 du 30 juin 2020 relative à la fusion entre les coopératives agricoles Coopérative Dauphinoise et Terre d’Alliances.

<sup>14</sup> Voir la décision de l’Autorité n° 2021-DEC-12 précitée et l’arrêté n° 2018-1111/GNC du 22 mai 2018 relatif à l’ouverture d’un commerce de détail sous l’enseigne « Cheval Distribution ».

<sup>15</sup> Voir les décisions de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n° 17-DCC-139 et n° 20-DCC-82 précitées.

23. L’Autorité, ainsi que le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, ont également retenu une zone de chalandise de 20 minutes autour de futurs magasins cibles<sup>16</sup>.
24. Au cas d’espèce, il n’y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation.

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

### **1. Le marché de produits**

25. Dans le secteur de l’approvisionnement de produits non-alimentaires des distributeurs, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence calédonienne, métropolitaine et européenne considère que les producteurs ne peuvent pas se convertir facilement à la fabrication d’autres produits que les leurs. Elles distinguent ainsi autant de marchés qu’il existe de familles de produits<sup>17</sup>.
26. Ainsi, les familles de produits suivantes ont pu être distinguées : (i) ameublement, (ii) linge de maison, (iii) vêtements pour femmes, (iv) vêtements pour hommes, (v) vêtements pour enfants, (vi) sous-vêtements, (vii) chaussures, (viii) produits de cuir, (ix) textiles de sport, (x) chaussures de sport, (xi) petits appareils électriques, (xii) gros appareils électriques, (xiii) électronique, (xiv) produits de décoration et de jardinage, (xv) éclairage, (xvi) jouets, (xvii) bagagerie et (xviii) arts de la table, sans pour autant que cette liste soit exhaustive<sup>18</sup>.
27. Par ailleurs, l’Autorité de la concurrence métropolitaine a envisagé une segmentation additionnelle du marché de l’approvisionnement d’articles de jardin, entre les produits végétaux et les autres articles de jardins manufacturés. Elle a également estimé que certains marchés de l’approvisionnement pouvaient être définis en fonction des canaux de distribution, l’approvisionnement de la distribution spécialisée pouvant constituer un marché distinct.
28. Selon la pratique de l’Autorité de la concurrence métropolitaine, la distribution spécialisée de végétaux regroupe les jardineries, les LISA, les fleuristes et les grossistes spécialisés. Les autres débouchés des producteurs de végétaux comprennent la vente directe aux particuliers, aux collectivités locales, aux entreprises du paysage, aux GSA et aux GSB<sup>19</sup>.
29. Dans le cadre de la présente opération, il n’y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

### **2. Le marché géographique**

30. Selon la pratique décisionnelle des autorités de la concurrence calédonienne et métropolitaine, les marchés de l’approvisionnement en produits non alimentaires sont de dimension au moins nationale, voire mondiale<sup>20</sup>.

---

<sup>16</sup> Voir la décision de l’Autorité n° 2021-DEC-12 et l’arrêté n° 2018-1111/GNC précités.

<sup>17</sup> Voir en ce sens les décisions 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, 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 Ducas à Nouméa, par la société Ballande SAS 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 ; voir également les décisions de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n° 20-DCC-72 du 26 mai 2020 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Vindémia Group par la société Groupe Bernard Hayot et n° 15-DCC-101 du 30 juillet 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de GrosBill SA par Mutares ainsi que la décision de la Commission européenne COMP/M.5721, *Otto/Primondo Assets*, du 16 février 2010.

<sup>18</sup> Voir par exemple la décision de l’Autorité n° 2020-DEC-08 précitée.

<sup>19</sup> Voir les décisions de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n° 18-DCC-148 du 24 août 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Jardiland par la société InVivo Retail et n° 22-DCC-167 précitée.

<sup>20</sup> Voir par exemple les décisions de l’Autorité n° 2020-DEC-08 et n° 2020-DEC-09 précitées et la décision de l’Autorité de la concurrence métropolitaine n° 20-DCC-72 précitée.

31. En l'espèce, la partie notifiante indique s'approvisionner principalement en produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie auprès de la centrale d'achat de Jardiland située en Europe, eux-mêmes sourçant des produits dans le monde entier<sup>21</sup>.
32. Les marchés de l'approvisionnement des produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs, et animalerie revêtent donc une dimension mondiale au cas présent.

### **III. Analyse concurrentielle**

---

33. Conformément aux critères mentionnés au premier alinéa de l'article Lp. 432-4 du Code de commerce, l'instruction doit permettre de déterminer « *si [l']opération est de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement d'une position dominante ou par création ou renforcement d'une puissance d'achat qui place les fournisseurs en situation de dépendance économique.* ».
34. En l'espèce, l'analyse concurrentielle doit permettre d'apprécier les risques d'atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la distribution au détail (A), afin de vérifier si l'opération crée ou renforce une position dominante, et les marchés de l'approvisionnement (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 distributeurs<sup>22</sup>.
35. L'étude des effets horizontaux consiste à apprécier dans quelle mesure une 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.
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, la part de marché n'étant que l'un des facteurs susceptibles de conférer à une entreprise une position dominante<sup>23</sup>.

#### **A. Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie**

38. En l'espèce, la partie notifiante projette la mise en exploitation d'un magasin d'une surface de vente de 1 517 m<sup>2</sup> dédiée à la vente de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie. Cette dernière est d'ores et déjà présente sur ce marché via le magasin Jardiland Normandie d'une surface de [confidentiel].
39. La zone de chalandise concernée correspond au marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des jardineries, des GSB disposant d'une surface de vente d'au moins 600 m<sup>2</sup>, ainsi que des LISA situés à 20 minutes de déplacement en voiture, à partir du magasin Jardiland Motor Pool.

---

<sup>21</sup> Voir la page 8 du dossier de notification (Annexe 12, Cote 73) et le contrat de concession d'enseigne Jardiland fourni en annexe 8 du dossier de notification (Annexe 12, Cotes 143-165).

<sup>22</sup> Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-04 précitée.

<sup>23</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 « Gémo » d'une surface de 1 454 m<sup>2</sup> à Dumbéa.

## Répartitions<sup>24</sup> des surfaces commerciales des jardineries, des GSB<sup>25</sup> et des LISA

Magasin	Catégorie	<i>Avant l'opération</i>		<i>Après l'opération</i>	
		Surface en m <sup>2</sup>	PDM	Surface en m <sup>2</sup>	PDM
Jardiland Motor Pool	Jardinerie / Animalerie	0	0%	1518	[10-20]%
Jardiland Normandie	Jardinerie / Animalerie	[confidentiel]	[30-40]%	[confidentiel]	[20-30]%
<b>Total Jardiland</b>		<b>[confidentiel]</b>	<b>[30-40]%</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>[40-50]%</b>
Cheval Distribution Apogoti	Jardinerie / Animalerie	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Cheval Distribution PK6	Jardinerie / Animalerie	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
<b>Total Cheval Distribution</b>		<b>[confidentiel]</b>	<b>[20-30]%</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>[20-30]%</b>
Mr. Bricolage Green Retail	GSB	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Les Briconautes Motor Pool	GSB	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
<b>Total Groupe Ubinger</b>		<b>[confidentiel]</b>	<b>[0-5]%</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>[0-5]%</b>
Gamm' Vert	Jardinerie / Animalerie	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[5-10]%
Buro Vert	Jardinerie	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
La Maison Verte	Jardinerie	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[0-5]%
Sopema Bricorama	GSB	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[5-10]%
<b>Total estimé</b>		<b>[confidentiel]</b>	<b>100%</b>	<b>[confidentiel]</b>	<b>100%</b>

*Source : Traitement de données ACNC*

- 40. A l'issue de l'opération, il ressort que les enseignes « Jardiland » détiendraient [40-50] % de parts de marché contre [30-40] % avant l'opération. Malgré un incrément de [10-20] %, les enseignes « Jardiland » feront face à la concurrence des enseignes « Cheval Distribution », avec [20-30] % de parts de marché, « Gamm' Vert », avec [5-10] % de parts de marché, et « Sopema Bricorama », avec [5-10] % de parts de marché.
- 41. Il en résulte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie sur la zone de chalandise concernée.

### ***B. Sur le marché amont de l'approvisionnement***

- 42. Comme indiqué *supra*, la partie notifiante continuera à s'approvisionner auprès de la centrale d'achat Jardiland située en Europe pour répondre aux besoins de ces magasins « Jardiland ».
- 43. Cette dernière indique ne pas disposer d'informations précises sur la taille du marché de l'approvisionnement de produits de jardinage, bricolage, aménagements extérieurs et animalerie, de sorte qu'elle n'est pas en mesure d'estimer sa position exacte.
- 44. Cependant, dans la mesure où le principal fournisseur de la partie notifiante est situé en Europe, les achats de cette dernière resteront marginaux au regard du chiffre d'affaires de la centrale d'achat Jardiland et ne lui conféreront pas, à l'issue de l'opération, un pouvoir d'achat significatif.
- 45. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché amont de l'approvisionnement.

---

<sup>24</sup> Etant précisé que les parts de marché présentées sont des estimations hautes dans la mesure où l'intégralité des surfaces commerciales concernées n'a pu être recensée au cours de l'instruction.

<sup>25</sup> S'agissant des GSB, seules les surfaces dédiées aux produits de jardinage et animalerie ont été prises en compte dans l'analyse, ce qui constitue l'hypothèse la moins favorable pour la partie notifiante.

## **IV. Conclusion**

---

46. Il résulte de l'instruction que l'opération 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'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence et peut être autorisée.

## **DÉCIDE**

**Article 1<sup>er</sup>** : L'opération notifiée sous le numéro 25-0026EC 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

