

Décision n° 2026-DEC-13 du 22 juin 2026

relative à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Marine Corail » d'une surface de 1 350 m² situé dans le quartier de Moselle 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 21 avril 2026 et enregistré sous le numéro 26-0019EC, relatif à la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Marine Corail » d'une surface de 1 350 m² et implanté dans le quartier de Moselle 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 18 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 la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Marine Corail » d'une surface de vente de 1 350 m² situé dans le quartier de Moselle à Nouméa.

Le magasin Marine Corail Moselle sera exploité par la SARL Société Calédonienne de Travaux Maritimes, (Socatram), laquelle est active dans la distribution au détail de matériel d'accastillage, de matériel nautique, d'armurerie, de bateaux et de produits de bazar et de décoration, par l'intermédiaire de trois surfaces de vente exploitées sous l'enseigne « Marine Corail » à Nouville, au centre-ville de Nouméa et à Ducos.

La mise en exploitation du nouveau magasin Marine Corail dans le quartier de Moselle à Nouméa vise à remplacer les magasins Marine Corail Ducos et Marine Corail Centre-Ville, qui ont vocation à fermer.

Pour vérifier les éventuels effets de l'opération envisagée sur la concurrence, l'Autorité a analysé les marchés aval de la distribution au détail de matériel d'armurerie, de matériel d'accastillage, de matériel nautique et de produits de bazar et de décoration, ainsi que les marchés amont de l'approvisionnement.

Sur le marché aval de la distribution au détail de matériel d'armurerie, l'analyse concurrentielle a été conduite dans une zone de chalandise de 30 minutes en voiture autour du magasin Marine Corail Moselle. À l'issue de l'opération, la part de marché de la partie notifiante s'élèverait à [40-50] %, contre [30-40] % avant l'opération. Toutefois, malgré cet incrément de [5-10] %, la partie notifiante continuera à faire face à la concurrence significative des enseignes « Armurerie NGL », « Gunshop Armurerie » et du groupe Ballande. En outre, compte tenu de la taille modeste des surfaces de vente dédiées au matériel d'armurerie, l'écart de surface en valeur absolue entre la partie notifiante et ses concurrents demeure limité.

Sur le marché aval de la distribution au détail de matériel d'accastillage, l'analyse concurrentielle a été conduite dans une zone de chalandise correspondant au Grand Nouméa. À l'issue de l'opération, la part de marché de la partie notifiante demeurerait inchangée, à un niveau inférieur au seuil de 25 %. La partie notifiante continuera par ailleurs à faire face à la forte concurrence des enseignes « Limousin Marine » et « JKR Marine » notamment.

Sur le marché aval de la distribution au détail de matériel nautique, l'analyse concurrentielle a également été conduite dans une zone de chalandise correspondant au Grand Nouméa. À l'issue de l'opération, la partie notifiante détiendrait [30-40] % de parts de marché. Toutefois, l'opération ne génère qu'un faible incrément de part de marché et la partie notifiante restera confrontée à la concurrence significative du groupe Ballande et des enseignes « Equinoxe Marine » et « Deschamps » notamment.

Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration, l'analyse concurrentielle a été conduite dans une zone de chalandise de 15 minutes en voiture autour du magasin Marine Corail Moselle. À l'issue de l'opération, la partie notifiante détiendrait seulement [0-5] % de parts de marché.

Il en résulte que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la distribution au détail concernés.

Concernant les marchés amont de l'approvisionnement, la partie notifiante devra s'approvisionner auprès de fournisseurs étrangers pour répondre aux besoins du magasin Marine Corail Moselle. Ses achats resteraient marginaux par rapport aux chiffres d'affaires de ses fournisseurs et ne lui confèreraient donc 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

I.	Présentation de l'exploitant et contrôlabilité de l'opération	4
A.	Présentation de l'exploitant	4
B.	Présentation de l'opération	4
C.	Contrôlabilité de l'opération	5
II.	Délimitation des marchés pertinents	5
A.	Le marché aval de la distribution au détail de matériel d'armurerie.....	6
1.	Le marché de produits	6
2.	Le marché géographique	7
B.	Les marchés aval de la distribution au détail de matériel d'accastillage et de matériel nautique.....	8
1.	Les marchés de produits	8
2.	Le marché géographique	9
C.	Le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration.....	9
1.	Le marché de produits	9
2.	Le marché géographique	10
D.	Les marchés amont de l'approvisionnement	10
1.	Le marché de produits	10
2.	Le marché géographique	11
III.	Analyse concurrentielle	11
A.	Sur le marché aval de la distribution au détail de matériel d'armurerie	12
B.	Sur le marché aval de la distribution au détail de matériel d'accastillage	13
C.	Sur le marché aval de la distribution au détail de matériel nautique	14
D.	Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration.....	15
E.	Sur les marchés amont de l'approvisionnement	17
IV.	Conclusion	17
DÉCISION	18

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

A. Présentation de l'exploitant

1. Le futur magasin sous l'enseigne « Marine Corail », situé dans le quartier de Moselle à Nouméa, sera exploité par la SARL Société Calédonienne de Travaux Maritimes¹ (ci-après la société « Socatram »).
2. Socatram est active dans la distribution au détail de matériel d'accastillage, de matériel nautique, d'armurerie, de bateaux et de produits de bazar et de décoration, par l'intermédiaire de trois surfaces de vente exploitées sous l'enseigne « Marine Corail » :
 - la première est située 1 rue du Capitaine Bois dans le quartier de Nouville à Nouméa (ci-après « Marine Corail Nouville ») ;
 - la deuxième est située 26 rue du Général Mangin, au centre-ville de Nouméa (ci-après « Marine Corail Centre-Ville ») ; et
 - la troisième est située 28 route de la Baie des Dames, dans le quartier de Ducos à Nouméa (ci-après « Marine Corail Ducos »).
3. La société Socatram est détenue à [$> 50\%$] par M. [G. B.], à [$< 50\%$] par Mme [C. B.] et à [$< 50\%$] par M. [C. B.].
4. Outre sa participation contrôlante dans la société Socatram, M. [G. B.] détient également l'intégralité du capital de la SCI Amako, ainsi que 50 % du capital des SCI Locevil, Lonou et Chrijelo, lesquelles sont propriétaires des locaux commerciaux au sein desquels sont exploités les magasins de la société Socatram, dont le futur magasin Marine Corail à Moselle².
5. La société Socatram a réalisé un chiffre d'affaires de [confidentiel] F. CFP en 2025³.

B. Présentation de l'opération

6. L'opération notifiée consiste en la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Marine Corail » d'une surface de vente de 1 350 m² et situé au 14 rue Duquesne, dans le quartier de Moselle à Nouméa (ci-après le magasin « Marine Corail Moselle »).
7. Par ailleurs, la partie notifiante précise que les magasins Marine Corail Ducos et Marine Corail Centre-Ville, situés à Nouméa, ont vocation à fermer prochainement⁴.
8. Par cette ouverture, la société Socatram souhaite ainsi remplacer ses magasins Marine Corail Ducos et Marine Corail Centre-Ville par un seul magasin à Moselle, dans l'objectif de réaliser des « économies » et d'améliorer « la sécurité et la sûreté de [son] activité armurerie »⁵.
9. Selon la partie notifiante, la mise en exploitation du magasin Marine Corail Moselle est prévue [courant] 2027 et devrait permettre le maintien des emplois des magasins Marine Corail Ducos et Marine Corail Centre-Ville, soit environ 9 personnes⁶.

¹ La société SARL Société Calédonienne de Travaux Maritimes est immatriculée au RCS de Nouméa sous le numéro 27 540 depuis le 2 septembre 1968.

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

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

⁴ Voir la page 2 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 3).

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

⁶ Voir la page 3 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 4).

10. La surface de vente du magasin Marine Corail Moselle sera répartie entre plusieurs catégories de produits⁷ :

Secteur	Surface en m ²
Matériel d'accastillage	[confidentiel]
Matériel de pêche et de chasse sous-marine	[confidentiel]
Vêtements, chaussures et accessoires techniques	[confidentiel]
Matériel d'armurerie	[confidentiel]
Produits de bazar et de décoration	[confidentiel]
Total	1 350

Source : Dossier de notification

C. Contrôlabilité de l'opération

11. 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 :
1° toute mise en exploitation d'un nouveau magasin de commerce de détail, lorsque sa surface de vente est supérieure à 600 m² ».
12. En l'espèce, l'opération notifiée consiste en la mise en exploitation du magasin Marine Corail Moselle qui disposera d'une surface de vente de 1 350 m².
13. La présente opération consistant en la mise en exploitation d'un commerce de détail de plus de 600 m², 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

14. 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.
15. 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 distribution⁸.
16. 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

⁷ Voir l'annexe 11 au dossier de notification (Annexe 14, Cote 134).

⁸ 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 m² dans le quartier de Motor Pool à Nouméa, 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.

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 marché⁹.

17. En l'espèce, le futur magasin Marine Corail Moselle sera principalement actif dans le secteur de la distribution au détail de produits d'armurerie (armes, munitions, coutellerie), de pêche et chasse sous-marine, de sport nautique, de décoration et d'art de la table, de literie, de vêtements et chaussures marines, de mobilier et de matériel d'équipement pour bateau¹⁰.
18. En conséquence, l'opération sera analysée sur les marchés aval de la distribution au détail de matériel d'armurerie (**A**), de matériel nautique et d'accastillage (**B**), de produits de bazar et de décoration (**C**), ainsi que sur les marchés amont de l'approvisionnement (**D**).

A. Le marché aval de la distribution au détail de matériel d'armurerie

1. Le marché de produits

19. Le secteur des armes et munitions est soumis à des contraintes réglementaires : les armes, munitions et leurs éléments font l'objet d'une classification réglementaire allant de A à D¹¹. En fonction de leur classification, l'acquisition et la détention des armes, munitions et de leurs éléments peuvent être interdites, soumises à autorisation ou à déclaration, ou libres.
20. S'agissant spécifiquement de la distribution de matériel d'armurerie, l'exercice de l'activité de commerce d'armes, de munitions ou de leurs éléments nécessite d'être titulaire d'un agrément d'armurier¹², délivré par le Haut-commissariat de la République en Nouvelle-Calédonie. L'ouverture d'un local destiné au commerce de détail des armes, munitions et de leurs éléments est également soumise à autorisation¹³ délivrée par le Haut-Commissariat. Toute importation de ces produits est aussi soumise à une telle autorisation¹⁴.
21. L'unique répondant au test de marché réalisé au cours de l'instruction a indiqué ne pas être d'accord avec une définition globale du marché de la distribution au détail de matériel d'armurerie limitée à la vente d'armes, de munitions, de coutellerie, de matériel optique et d'accessoires, au motif que les armureries proposent également du textile, tel que des pantalons, vestes, tee-shirts ou shorts, ainsi que du matériel de pêche, comprenant notamment des cannes à pêche, leurres et filets¹⁵.
22. Toutefois, si la majorité des commerces de détail d'armurerie vendent également du matériel de pêche, la réciproque n'est pas vérifiée : la majorité des commerces de détail de matériel de pêche ne vendent pas de matériel d'armurerie¹⁶.
23. Ainsi, selon la partie notificante, il existe un marché de la distribution au détail de matériel d'armurerie distinct des autres marchés, comprenant la vente d'armes, de munitions, d'articles

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Voir la page 4 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 5).

¹¹ Voir les articles L. 311-2 et R. 311-2 du Code de la sécurité intérieure.

¹² Voir les articles L. 313-1 et L. 313-2 du Code de la sécurité intérieure.

¹³ Voir les articles L. 313-3 et L. 313-4 du Code de la sécurité intérieure.

¹⁴ Voir notamment l'article L. 2335-1 du Code de la défense.

¹⁵ Voir la réponse au test de marché (Annexe 24, Cotes 167-168).

¹⁶ Voir l'annexe 6 au dossier de notification (Annexe 12, Cote 129) ; voir également les réponses au questionnaire envoyé par le service d'instruction (Annexe 26, Cotes 182-212).

de coutellerie, d'optiques et d'accessoires¹⁷. La clientèle sur ce marché est composée de chasseurs, de tireurs sportifs, de professionnels de la sécurité et de collectionneurs, pour des usages correspondant à leurs activités respectives¹⁸.

24. Les armes, munitions et leurs éléments sont d'ailleurs disponibles uniquement dans les magasins spécialisés dans la vente de matériel d'armurerie et ne sont pas substituables à d'autres catégories de produits. En revanche, la coutellerie, le textile et les chaussures techniques, ainsi que le matériel de pêche et de chasse sous-marine, sont disponibles dans d'autres types de magasins, notamment les magasins de matériel nautique.
25. Par conséquent, l'analyse concurrentielle a été conduite sur le marché de la distribution au détail de matériel d'armurerie comprenant la vente d'armes, de munitions, d'articles de coutellerie, d'optiques et d'accessoires, en tenant compte uniquement des surfaces dédiées au matériel d'armurerie.
26. En tout état de cause, la question de la délimitation exacte du marché de produits peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit l'hypothèse envisagée.

2. Le marché géographique

27. Dans le secteur du commerce de détail, les marchés géographiques pertinents sont principalement 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 disposent d'une surface de vente étendue et proposent une gamme complète de produits, implique des zones de chalandise larges, dont le rayon peut atteindre une trentaine de minutes de trajet en voiture. A l'inverse, les commerces de proximité auront des zones de chalandise en principe plus réduites.
28. 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 biens durables). Pour ces derniers, les consommateurs sont en général susceptibles de consentir à des déplacements plus longs, de sorte que les zones de chalandises peuvent être plus étendues¹⁹.
29. La pratique décisionnelle métropolitaine et calédonienne ne s'est pas encore prononcée sur la délimitation exacte du marché aval de la distribution au détail de matériel d'armurerie.
30. L'unique répondant au test de marché a considéré que la zone de chalandise pertinente correspond à un trajet de deux heures en voiture autour du magasin Marine Corail Moselle²⁰.
31. La partie notifiante estime quant à elle que la zone de chalandise à retenir correspond à une zone de 30 minutes en voiture autour du magasin Marine Corail Moselle, soit la zone du Grand Nouméa²¹.
32. En l'espèce, les commerces de détail actifs sur le marché de la distribution de matériel d'armurerie sont les mêmes, que la zone de chalandise retenue corresponde à un trajet de 30 minutes ou de deux heures en voiture autour du magasin Marine Corail Moselle.

¹⁷ Voir la page 4 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 5).

¹⁸ Voir l'annexe 15 au dossier de notification (Annexe 18, Cotes 143-144).

¹⁹ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-07 précitée ; 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 ainsi que 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.

²⁰ Voir la réponse au test de marché (Annexe 24, Cote 168).

²¹ Voir la page 4 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 5).

33. Dès lors, l'analyse concurrentielle a été menée sur le marché géographique de la distribution au détail de matériel d'armurerie sur une zone de 30 minutes en voiture autour du magasin Marine Corail Moselle, correspondant à la zone du Grand Nouméa.
34. 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. Les marchés aval de la distribution au détail de matériel d'accastillage et de matériel nautique

1. Les marchés de produits

35. L'Autorité considère qu'en matière de distribution au détail d'équipements pour les activités maritimes²², les marchés peuvent notamment être segmentés entre :
- le marché de la distribution au détail de matériel d'accastillage, c'est-à-dire l'ensemble des éléments qui équipent un bateau, comprenant le matériel d'entretien du bateau, le matériel de navigation et les éléments améliorant le confort à bord ; et
 - le marché de la distribution au détail de matériel nautique, comprenant notamment la vente d'articles de plongée, de chasse sous-marine, de pêche, de vêtements et de chaussures.
36. Cette segmentation s'appuie sur la distinction d'usage et de clientèle entre les différents types de produits vendus sur ces marchés. Néanmoins, dans le cadre d'une précédente décision²³, l'ensemble des répondants au test de marché avait confirmé que le matériel nautique et le matériel d'accastillage sont généralement vendus au sein des mêmes magasins spécialisés²⁴, ce qui a été partiellement confirmé par la présente instruction.
37. La partie notifiante confirme, quant à elle, la définition retenue par l'Autorité s'agissant du marché de la distribution au détail de matériel d'accastillage²⁵.
38. Elle envisage néanmoins une segmentation plus fine du marché de la distribution au détail de matériel nautique, qui pourrait être segmenté entre, d'une part, la distribution d'articles de sport nautique, d'autre part, la distribution de vêtements et chaussures et, enfin, la distribution de matériel de pêche, de chasse sous-marine et de plongée²⁶. Toutefois, ces différents types de produits sont généralement vendus au sein des mêmes magasins spécialisés²⁷.
39. Par conséquent, l'analyse concurrentielle a été conduite sur le marché de la distribution au détail de matériel d'accastillage et sur le marché de la distribution au détail de matériel nautique.
40. En tout état de cause, la question de la délimitation exacte des marchés de produits pertinents peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit l'hypothèse envisagée.

²² Voir la décision de l'Autorité n° 2018-DEC-04 du 29 mai 2018 relative à l'ouverture d'un commerce de détail d'une surface de vente de 770 m² sous l'enseigne « Marine Corail » à Nouméa (Ducos).

²³ *Ibid.*

²⁴ Voir les réponses au questionnaire envoyé par le service d'instruction (Annexe 26, Cotes 182-212).

²⁵ Voir la page 4 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 5).

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Voir notamment la décision de l'Autorité n° 2018-DEC-04 précitée.

2. Le marché géographique

41. L'Autorité a retenu dans une précédente décision une zone de chalandise englobant le Grand Nouméa, correspondant à une durée de 20 à 30 minutes de trajet en voiture autour du magasin cible²⁸.
42. La partie notifiante considère qu'il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation.
43. Par conséquent, l'analyse de l'impact concurrentiel de l'opération en cause sera conduite sur une zone géographique correspondant au Grand Nouméa, comprenant les communes de Païta, Dumbéa, Nouméa et du Mont-Dore.
44. 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.

C. Le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration

1. Le marché de produits

45. L'Autorité a retenu l'existence d'un marché de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration, définis comme des objets divers associés à la distribution de meubles « 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 substituables²⁹.
46. La pratique décisionnelle calédonienne a également retenu un marché spécifique de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix³⁰. 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.
47. L'Autorité, s'agissant des commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration à bas et moyen prix, a ainsi envisagé une segmentation de ce marché en fonction du prix et selon le canal de distribution, intégrant les grandes surfaces spécialisées (GSS) en produits d'ameublement, les GSS en produits de bazar et de décoration ainsi que les rayons proposant ces produits au sein des grandes surfaces alimentaires (GSA) et des grandes surfaces de bricolage (GSB)³¹.
48. En l'espèce, le nouveau magasin Marine Corail Moselle n'est pas une GSS en produits de bazar et de décoration mais une GSS principalement active dans la distribution de matériel nautique,

²⁸ *Ibid.*

²⁹ 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 », 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.

³⁰ 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.

³¹ Voir les décisions de l'Autorité n° 2022-DEC-07, n° 2025-DEC-07 précitées, n° 2022-DEC-04 du 28 juillet 2022 relative au changement d'enseigne du magasin « First Déco » d'une surface de 824 m² situé au 61 rue Fernand Forest à Ducos, Nouméa au profit de l'enseigne « But Cosy » et n° 2021-DEC-03 du 24 février 2021 relative à l'ouverture d'un commerce de détail sous l'enseigne « Gifi » d'une surface de vente de 660 m² situé sur la commune de Dumbéa.

de matériel d'accastillage et de matériel d'armurerie, proposant également un large assortiment de produits de bazar et de décoration.

49. Au vu de la surface limitée dédiée aux produits de bazar-décoration, l'analyse concurrentielle restera inchangée quelle que soit la segmentation de marché retenue.
50. Par conséquent, l'analyse concurrentielle a été conduite sur le marché de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration en tenant compte uniquement des commerces spécialisés en produits de bazar et de décoration, ce qui constitue l'hypothèse la plus défavorable à la partie notificante.

2. Le marché géographique

51. 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 Nouméa³².
52. En l'espèce, l'analyse sera conduite sur le marché des seuls commerces de détail spécialisés en produits de bazar et de décoration.
53. Dès lors, l'analyse concurrentielle sera menée sur le marché géographique de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration sur une zone de 15 minutes en voiture autour du magasin cible.
54. 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.

D. Les marchés amont de l'approvisionnement

1. Le marché de produits

55. En matière d'approvisionnement des distributeurs en produits non alimentaires, 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 produits³³.
56. 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,

³² Voir les décisions de l'Autorité n° 2021-DEC-03 et n° 2025-DEC-07 précitées.

³³ 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 m² à Païta par la société Ballande SAS et n° 2021-DEC-04 du 20 avril 2021 relative à une extension de 175 m² de la surface de vente du magasin sous l'enseigne « As de Trèfle » situé au Quartier Latin à Nouméa ; 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 les décisions de la Commission européenne du 21 mars 1991, *Otto/Gratta*, COMP/M.070, du 25 avril 1991, *La Redoute/Empire*, COMP/M.080 et du 16 février 2010, *Otto/Primondo Assets*, COMP/M.5721.

(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 exhaustive³⁴.

57. Par ailleurs, s'agissant de la distribution en gros de matériel d'armurerie, la pratique décisionnelle métropolitaine a estimé que ce secteur devait être segmenté en autant de marchés qu'il existe de familles de produits. Elle a ainsi envisagé l'existence de marchés de la distribution en gros de cartouches, de munitions métalliques à usage civil et d'armes à feu à usage civil³⁵.
58. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations dans le cadre de la présente opération.

2. Le marché géographique

59. Selon la pratique décisionnelle des autorités de concurrence calédonienne et métropolitaine, les marchés de l'approvisionnement en produits non alimentaires sont de dimension au moins nationale, voire mondiale³⁶. S'agissant du marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar et de décoration, la pratique calédonienne a considéré que ces marchés revêtaient une dimension internationale³⁷.
60. En l'espèce, la partie notifiante indique ne pas disposer d'accord de coopération sur les marchés amont³⁸ et souligne que, s'agissant du matériel d'armurerie, celui-ci est intégralement importé³⁹.
61. Par conséquent, l'analyse concurrentielle sera menée sur un marché géographique de dimension principalement internationale.

III. Analyse concurrentielle

62. 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* ».
63. 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 distributeurs⁴⁰.
64. 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.
65. Lorsque la part de marché de la partie notifiante à l'issue de l'opération sur les marchés concernés demeure inférieure à 25 %, il est présumé que l'opération ne porte pas atteinte à la concurrence.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 25-DCC-172 du 25 juillet 2025 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Sofisport par la société FN Browning Group.

³⁶ Voir par exemple la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-08 précitée ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence métropolitaine n° 20-DCC-72 précitée.

³⁷ Voir la décision de l'Autorité n° 2020-DEC-07 et l'arrêté n° 2017-443/GNC précités.

³⁸ Voir la page 5 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 6).

³⁹ Voir la pièce 15 du dossier de notification (Annexe 1, Cote 144).

⁴⁰ Voir la décision de l'Autorité n° 2021-DEC-04 précitée.

66. 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 dominante⁴¹.

A. Sur le marché aval de la distribution au détail de matériel d'armurerie

67. En l'espèce, la partie notificante projette la mise en exploitation du magasin Marine Corail Moselle d'une surface de vente de 1 350 m², dont une partie sera dédiée à la vente de matériel d'armurerie.
68. Par ailleurs, la partie notificante est d'ores et déjà présente sur ce marché *via* le magasin Marine Corail Ducos, lequel est destiné à fermer, ainsi qu'il a été exposé précédemment.
69. La zone de chalandise concernée correspond au marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre des armureries situées à 30 minutes en voiture à partir du magasin Marine Corail Moselle.
70. Le tableau ci-dessous présente donc la répartition des parts de marché entre ces acteurs, estimée au regard de leurs surfaces de vente⁴² :

Magasin	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface en m ²	PDM	Surface en m ²	PDM
Marine Corail Moselle	0	0%	[confidentiel]	[40-50]%
Marine Corail Ducos	[confidentiel]	[30-40]%	0	0%
Total Marine Corail	[confidentiel]	[30-40]%	[confidentiel]	[40-50]%
Armurerie Ballande	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Gunshop Armurerie	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Armurerie NGL	[confidentiel]	[30-40]%	[confidentiel]	[20-30]%
Total estimé	[confidentiel]	100%	[confidentiel]	100%

Source : Traitement de données ACNC

71. A l'issue de l'opération, la partie notificante détiendrait [40-50] % de parts de marché contre [30-40] % avant l'opération. Malgré cet incrément de [5-10] %, la partie notificante fera face à la concurrence significative des enseignes « Armurerie NGL », « Gunshop Armurerie » et du groupe Ballande.
72. Par ailleurs, compte tenu de la taille modeste des surfaces de vente dédiées au matériel d'armurerie, l'écart de surface en valeur absolue entre la partie notificante et ses concurrents reste en réalité limité.
73. 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 matériel d'armurerie dans la zone de chalandise concernée.

⁴¹ Voir la décision de l'Autorité n° 2022-DCC-05 du 10 novembre 2022 relative à l'acquisition du contrôle conjoint de la SARL Socofer et de la SARL Socabat par Messieurs Paul Halbedel (groupe Arbor) et Pierre-Hubert Cuenet (groupe P.H. Cuenet).

⁴² 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. Ces estimations tiennent compte de la surface du magasin Armurerie NGL qui évoluera [confidentiel] à la suite d'un prochain déménagement.

B. Sur le marché aval de la distribution au détail de matériel d'accastillage

74. La partie notifiante est d'ores et déjà présente sur le marché de la vente de matériel d'accastillage *via* les magasins Marine Corail Ducos et Marine Corail Centre-Ville, qui doivent prochainement fermer, ainsi que le magasin Marine Corail Nouville.
75. La zone de chalandise concernée correspond au marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre de matériel d'accastillage situées à 30 minutes en voiture du magasin Marine Corail Moselle.
76. Le tableau ci-dessous présente ainsi la répartition des parts de marché entre ces acteurs, estimée au regard de leurs surfaces de vente⁴³ :

Magasin	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface en m ²	PDM	Surface en m ²	PDM
Marine Corail Moselle	0	0%	[confidentiel]	[0-5]%
Marine Corail Nouville	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Marine Corail Centre-ville	[confidentiel]	[0-5]%	0	0%
Marine Corail Ducos	[confidentiel]	[0-5]%	0	0%
Total Marine Corail	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
JKR Marine Orphelinat	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
JKR Marine Montagne Coupée	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Total JKR Marine	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
Le Fishing Shop	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Equinoxe Marine Faubourg Blanchot	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Speed Marine	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Altomarine	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Limousin Marine	[confidentiel]	[30-40]%	[confidentiel]	[30-40]%
Total estimé	[confidentiel]	100%	[confidentiel]	100%

Source : Traitement de données ACNC

77. A l'issue de l'opération, la partie notifiante détiendrait [10-20] % de parts de marché, soit la même part qu'avant l'opération.
78. Pour autant, selon certains opérateurs sur le marché, l'opération serait susceptible d'augmenter les barrières économiques pesant sur certaines entreprises indépendantes et d'entraîner un affaiblissement de la concurrence et, partant, de la diversité commerciale. En effet, selon eux, l'opération pourrait :
- « réduire la diversité de l'offre disponible »⁴⁴ ;
 - « [augmenter les] barrières économiques pour les acteurs indépendants »⁴⁵ ; et
 - « [affaiblir progressivement] la diversité commerciale existante »⁴⁶.
79. Ces effets seraient principalement attribués à la taille importante du futur magasin Marine Corail Moselle par rapport à celle de ses concurrents ainsi qu'à son emplacement stratégique⁴⁷.

⁴³ 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.

⁴⁴ Voir la réponse de [confidentiel] au questionnaire du service d'instruction (Annexe 26, Cote 184).

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ *Ibid.*, voir également la réponse de [confidentiel] (Annexe 33, Cote 219).

⁴⁷ *Ibid.*

80. Néanmoins, et alors que ces préoccupations ne sont pas partagées par l'ensemble des opérateurs⁴⁸, il convient de souligner que l'opération n'entraîne aucun incrément de parts de marché au bénéfice de la partie notifiante, lesquelles demeurent inférieures au seuil de 25 %.
81. De plus, cette dernière continuera à faire face à la forte concurrence des enseignes « Limousin Marine » et « JKR Marine » qui détiennent chacune plus de 20 % de parts de marché.
82. 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 matériel d'accastillage dans la zone de chalandise concernée.

C. Sur le marché aval de la distribution au détail de matériel nautique

83. La partie notifiante est d'ores et déjà présente sur le marché de la vente de matériel nautique par le biais des magasins Marine Corail Ducos et Marine Corail Centre-Ville, destinés à fermer.
84. La zone de chalandise concernée correspond au marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre de matériel nautique situées à 30 minutes en voiture à partir du magasin Marine Corail Moselle.
85. Le tableau ci-dessous présente ainsi la répartition des parts de marché entre ces acteurs, estimée au regard de leurs surfaces de vente⁴⁹ :

Magasin	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface en m ²	PDM	Surface en m ²	PDM
Marine Corail Moselle	0	0%	[confidentiel]	[30-40]%
Marine Corail Centre-ville	[confidentiel]	[10-20]%	0	0%
Marine Corail Ducos	[confidentiel]	[10-20]%	0	0%
Total Marine Corail	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[30-40]%
Decathlon Alma	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[0-5]%
Decathlon Apogoti	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Armurerie Ballande	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total groupe Ballande	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
JKR Marine Orphelinat	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
JKR Marine Montagne Coupée	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total JKR Marine	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Equinoxe Marine Faubourg Blanchot	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Equinoxe Marine Ducos	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total Equinoxe Marine	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[5-10]%
Le Fishing Shop	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[0-5]%
L'Agachon	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Fenua pêche	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Arii pêche	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Speed Marine	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Le Grand Bleu	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Deschamps	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Total estimé	[confidentiel]	100%	[confidentiel]	100%

Source : Traitement de données ACNC

⁴⁸ Voir la réponse de [confidentiel] au questionnaire du service d'instruction (Annexe 28, Cote 190).

⁴⁹ 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.

86. A l'issue de l'opération, la partie notifiante détiendrait [30-40] % de parts de marché, contre [20-30] % avant l'opération. Malgré cet incrément de [5-10] %, la partie notifiante fera face à la concurrence significative du groupe Ballande et des enseignes « Equinoxe Marine » et « Deschamps ».
87. Comme exposé précédemment, s'agissant du marché de l'accastillage, certains opérateurs indiquent que l'opération serait susceptible d'entraîner plusieurs risques concurrentiels, notamment :
- « une pression concurrentielle plus forte sur les structures indépendantes de taille plus modeste »⁵⁰ ; et
 - « [elle] pourrait contribuer à accentuer les déséquilibres concurrentiels déjà existants »⁵¹.
88. Toutefois, ces effets seraient principalement dus à la taille importante du magasin Marine Corail Moselle par rapport à celle de ses concurrents⁵² et à son emplacement stratégique⁵³.
89. Ces préoccupations, qui ne sont pas partagées par l'ensemble des opérateurs⁵⁴, doivent être relativisées. En effet, le marché reste animé par de nombreux concurrents, dont certains disposent de positions importantes sur des marchés connexes, telle que JKR Marine sur le marché de l'accastillage, ou d'une puissance économique compensatrice, notamment le groupe Ballande. De plus, la part de marché de la partie notifiante, bien que notable, demeure limitée et l'opération ne génère qu'un faible incrément de parts de marché. Enfin, la taille modeste de la partie notifiante et son chiffre d'affaires relativement limité réduisent sa capacité à s'extraire du jeu concurrentiel.
90. 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 matériel nautique dans la zone de chalandise concernée.

D. Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et de décoration

91. La partie notifiante est d'ores et déjà présente sur le marché de la vente de produits de bazar et de décoration *via* le magasin Marine Corail Ducos, qui doit prochainement fermer.
92. La zone de chalandise concernée correspond au marché où se rencontrent la demande des consommateurs et l'offre de produits de bazar et de décoration situées à 15 minutes en voiture, à partir du magasin Marine Corail Moselle.
93. Le tableau ci-dessous présente ainsi la répartition des parts de marché entre ces acteurs, estimée au regard de leurs surfaces de vente⁵⁵ :

⁵⁰ Voir la réponse de [confidentiel] au questionnaire du service d'instruction (Annexe 33, Cote 219).

⁵¹ *Ibid.*

⁵² Voir la réponse de [confidentiel] au questionnaire du service d'instruction (Annexe 27, Cote 186).

⁵³ Voir les réponses de [confidentiel] (Annexe 29, Cote 197) et de [confidentiel] au questionnaire du service d'instruction (Annexe 33, Cote 219).

⁵⁴ Voir les réponses de [confidentiel] (Annexe 30, Cote 203) et [confidentiel] au questionnaire du service d'instruction (Annexe 31, Cote 206) ainsi que la réponse au test de marché (Annexe 24, Cotes 170-171).

⁵⁵ 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. Ces estimations tiennent compte de la nouvelle surface de vente du magasin Nouméa Pas Cher Ducos dont la demande d'extension a été notifiée à l'Autorité le 30 avril 2026.

Magasins	Avant l'opération		Après l'opération	
	Surface en m ²	PDM	Surface en m ²	PDM
Marine Corail Moselle	0	0%	[confidentiel]	[0-5]%
Marine Corail Ducos	[confidentiel]	[0-5]%	0	0%
Total Marine Corail	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Noumea pas cher Motor Pool	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Noumea pas cher Quartier Latin	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Noumea pas cher Alma	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Noumea pas cher Conception	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Nouméa pas cher Ducos	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Noumea pas cher Apogoti	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Total SRMC	[confidentiel]	[30-40]%	[confidentiel]	[30-40]%
Centrakor Dumbéa	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Centrakor Motor Pool	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Total Centrakor	[confidentiel]	[20-30]%	[confidentiel]	[20-30]%
GIFI Ducos	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
GIFI Centre-ville	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
GIFI Apogoti	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Magenta Bazar	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total groupe Pentecost	[confidentiel]	[10-20]%	[confidentiel]	[10-20]%
Foir'Fouille Ducos	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Foir'Fouille Centre-Ville	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total groupe Ballande	[confidentiel]	[5-10]%	[confidentiel]	[5-10]%
Miniso Apogoti	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Miniso Centre-ville	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total Interdis	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Trouv'too Ducos	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Néamart	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Alea	[confidentiel]	[0-5]%	[confidentiel]	[0-5]%
Total	[confidentiel]	100%	[confidentiel]	100%

Source : Traitement de données ACNC

94. A l'issue de l'opération, la partie notifiante détiendrait seulement [0-5] % de parts de marché, avec un incrément de [0-5] %.
95. Par conséquent, cette opération ne renforcera pas sensiblement le pouvoir de marché de la partie notifiante par rapport à la situation existante avant sa réalisation.
96. A cet égard, le magasin Marine Corail Moselle restera notamment confronté à la concurrence des enseignes « Nouméa Pas Cher », « Centrakor » et « GIFI » / « Magenta Bazar » qui détiennent des parts de marché significatives dans la zone de chalandise considérée.
97. 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 bazar et de décoration dans la zone de chalandise concernée.

E. Sur les marchés amont de l'approvisionnement

98. La partie notifiante devra s'approvisionner auprès de fournisseurs étrangers pour répondre aux besoins du magasin Marine Corail Moselle.
99. La partie notifiante ne dispose pas d'informations précises sur la taille du marché de l'approvisionnement, de sorte qu'elle n'est pas en mesure d'estimer sa position exacte.
100. Néanmoins, étant donné que les fournisseurs de la partie notifiante sont établis à l'étranger, ses achats resteraient marginaux par rapport à leurs chiffres d'affaires et ne lui confèreraient pas de pouvoir d'achat significatif à l'issue de l'opération.
101. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement.

IV. Conclusion

102. Il résulte de l'instruction que l'opération consistant en la mise en exploitation d'un magasin sous l'enseigne « Marine Corail » d'une surface de 1 350 m² et implanté dans le quartier de Moselle à Nouméa n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence et peut être autorisée.

DÉCIDE

Article 1^{er} : L'opération notifiée sous le numéro 26-0019EC 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

