

NOUVELLE-CALEDONIE

-----  
GOUVERNEMENT  
-----

N° 2015 - 2467/GNC

du 17 NOV. 2015

Ampliations :

H-C	1
Congrès	1
DAE	1
Intéressée	1
JONC	1
Archives	1

**ARRETE**

**relatif à la prise de contrôle exclusif de la Société Gastronomie Import par les sociétés CAFF INVESTISSEMENTS et SOCALAIT (groupe CALONNE) dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires**

Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie,

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

Vu la loi modifiée n° 99-210 du 19 mars 1999 relative à la Nouvelle-Calédonie ;

Vu le code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, notamment ses articles Lp. 432-1 à Lp. 432-6 ;

Vu la délibération n° 34 du 22 décembre 2014 fixant le nombre de membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu la délibération modifiée n° 2015- 26D/GNC du 3 avril 2015 chargeant les membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie d'une mission d'animation et du contrôle d'un secteur de l'administration ;

Vu l'arrêté n° 2015-4082/GNC-Pr du 1<sup>er</sup> avril 2015 constatant la prise de fonction des membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu l'arrêté n° 2015-4084/GNC-Pr du 1<sup>er</sup> avril 2015 constatant la prise de fonctions du président et du vice-président du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu l'arrêté n° 2015-5972/GNC-Pr du 3 juin 2015 constatant la fin de fonctions de M. André-Jean Léopold et la prise de fonctions de Mme Hélène Iékawé en qualité de membre du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu l'arrêté n° 2015-7760/GNC-Pr du 10 juillet 2015 constatant la fin de fonctions de Mme Sonia Backes et la prise de fonctions de Mme Isabelle Champmoreau en qualité de membre du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu l'arrêté n° 2013-3277/GNC du 19 novembre 2013 pris en application de l'article 9 de la loi du pays n° 2013-8 du 24 octobre 2013 relative à la concurrence en Nouvelle-Calédonie et concernant les modalités d'application d'une opération de concentration ;

Vu l'arrêté n° 2013-3271/GNC du 19 novembre 2013 pris en application de l'article 3 de la loi du pays n° 2013-8 du 24 octobre 2013 relative à la concurrence en Nouvelle-Calédonie concernant le communiqué et le contenu du dossier d'une notification d'une opération de concentration ;

Vu le dossier de notification déposé le 21 septembre 2015, par le groupe CALONNE, portant le numéro d'instruction 2015-CC-004, relatif à la prise de contrôle exclusif de la Société Gastronomie Import par les sociétés CAFF INVESTISSEMENTS et SOCALAIT du groupe CALONNE dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires ;

Vu l'arrêté n°2015-1065/GNC du 23 juin 2015 relatif à une dérogation d'une opération de concentration dans le secteur de l'épicerie fine ;

Vu le courrier n° CS15-3151-1647 DAE/SCRF, du 29 septembre 2015, reconnaissant la complétude du dossier de notification à compter du 21 septembre 2015 ;

Vu le communiqué concernant le résumé de l'opération contenue dans le dossier de notification, publié le 29 septembre 2015 sur le site internet de la direction des affaires économiques de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu le rapport de motivation du gouvernement n° AG15-3151-1401 annexé au présent arrêté concernant le dossier référencé sous le numéro 2015-CC-004 ;

Considérant que l'opération relative à la prise de contrôle exclusif de la Société Gastronomie Import par les sociétés CAFF INVESTISSEMENTS et SOCALAIT du groupe CALONNE dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires, rentre dans le cadre d'une opération visée à l'article Lp. 431-1 du code de commerce, soumise à autorisation préalable du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Considérant l'analyse des marchés amont et aval dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires, concernés par l'opération notifiée ;

Considérant que l'analyse concurrentielle développée dans le rapport de motivation n° AG15-3151-1401 annexé au présent arrêté démontre que l'opération contrôlée consistant à la prise de contrôle exclusif de la Société Gastronomie Import par les sociétés CAFF INVESTISSEMENTS et SOCALAIT du groupe CALONNE dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires n'est pas, en elle-même, 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 placeraient les fournisseurs en situation de dépendance économique,

## ARRETE

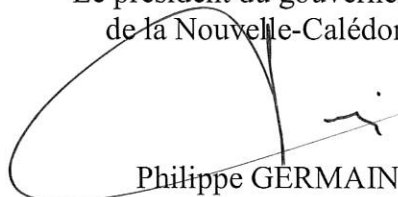
**Article 1<sup>er</sup>** : L'opération consistant relatif à la prise de contrôle exclusif de la Société Gastronomie Import par le groupe CALONNE dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires, telle que présentée dans le dossier référencé sous le numéro 2015-CC-004, est autorisée.

**Article 2** : La présente autorisation est délivrée conformément à l'article Lp. 431-1 et suivants du code de commerce, sans préjudice de l'éventuelle application des autres réglementations en vigueur en Nouvelle-Calédonie, notamment les dispositions du Livre IV du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie.

**Article 3** : Le présent arrêté ainsi que le rapport de motivation du gouvernement annexé n° AG-15-3151-1401 seront notifiés à l'intéressé afin de tenir compte de son intérêt légitime à occulter ses secrets d'affaires.

**Article 4** : A compter de la réception des observations de l'intéressé, le présent arrêté ainsi que son rapport de motivation n° AG-15-3151-1401 annexé et occulté des secrets d'affaires seront transmis au haut-commissaire de la République en Nouvelle-Calédonie et publiés au *Journal officiel* de la Nouvelle-Calédonie.

Le président du gouvernement  
de la Nouvelle-Calédonie



Philippe GERMAIN

N° AG15-3151-1401

ANNEXE  
**RAPPORT DU GOUVERNEMENT**  
**DE LA NOUVELLE-CALEDONIE RELATIF A LA PRISE DE CONTROLE EXCLUSIF DE LA**  
**SOCIETE GASTRONOMIE IMPORT PAR LE GROUPE CALONNE DANS LE SECTEUR DE LA**  
**DISTRIBUTION EN GROS DE PRODUITS ALIMENTAIRES**

---

**SOMMAIRE**

<i>I. La saisine .....</i>	<i>2</i>
<i>II. Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant .....</i>	<i>2</i>
<i>A. Contrôlabilité de l'opération .....</i>	<i>2</i>
<i>B. Présentation des parties à l'opération .....</i>	<i>2</i>
<i>III. Délimitation des marchés pertinents .....</i>	<i>3</i>
<i>A. Les marchés de l'approvisionnement .....</i>	<i>4</i>
<i>B. Les marchés de la distribution en gros de produits alimentaires frais .....</i>	<i>4</i>
<i>C. Les marchés du commerce de détail .....</i>	<i>7</i>
<i>IV. Analyse concurrentielle .....</i>	<i>8</i>
<i>B. Analyse des effets verticaux .....</i>	<i>9</i>
<i>C. Les effets congloméraux .....</i>	<i>11</i>
<i>V. Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence .....</i>	<i>12</i>

## ***I. La saisine***

---

1. Par dépôt d'un dossier de notification, déclaré complet à compter du 21 septembre 2015, les sociétés CAFF INVESTISSEMENTS et SOCALAIT du groupe CALONNE (ci-après « groupe CALONNE »), représentées par son président, monsieur Henri CALONNE, sollicitent l'autorisation du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie pour une opération de concentration qui consiste en la prise de contrôle exclusif de la Société Gastronomie Import.

## ***II. Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant***

---

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

2. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif d'actifs de la Société Gastronomie Import par les sociétés CAFF INVESTISSEMENTS et SOCALAIT du groupe CALONNE, l'opération notifiée constitue une opération de concentration au sens de l'article Lp. 431-1 du code de commerce applicable en Nouvelle Calédonie (ci-après « code de commerce »). Les entreprises concernées réalisant ensemble un chiffre d'affaires total en Nouvelle Calédonie de près de *[secret des affaires]* de F.CFP, le seuil de contrôle fixé au point I de l'article Lp. 431-2 est franchi. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles Lp. 431-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

### ***B. Présentation des parties à l'opération***

3. Le groupe CALONNE<sup>1</sup> est principalement présent dans le secteur de la fabrication de produits alimentaires (produits laitiers, chocolat, glaces et jus) et dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires (produits laitiers, de chocolat, de glaces et de jus). Il est également présent de manière accessoire dans les activités de l'évènementiel et le merchandising.
4. S'agissant plus particulièrement du secteur de la distribution en gros de produits laitiers, le groupe CALONNE est présent à travers la société SOCALAIT détenue à *[secret des affaires]* par la holding du groupe CAFF INVESTISSEMENTS.
5. La cible, la société Gastronomie Import, est une société à responsabilité limitée (SARL). Elle a pour activité la distribution en gros de produits alimentaires. Elle est également présente sur le marché du commerce de détail à dominante alimentaire.

---

<sup>1</sup> Le groupe CALONNE n'est pas une entité ayant une personnalité juridique. En Nouvelle Calédonie, il regroupe notamment les sociétés CAFF INVESTISSEMENTS (holding), TENNESSE FARM LAITERIE, SOCALAIT, MIKONOS (secret des affaires) et DPL.

### *III. Délimitation des marchés pertinents*

---

6. L'analyse concurrentielle des effets d'une opération de concentration au sens de l'article Lp. 431-1 du code de commerce (opération de croissance « externe »), doit être réalisée sur un (ou des) marché(s) pertinent(s) délimités conformément aux principes du droit de la concurrence.
7. La définition des marchés pertinents constitue une étape essentielle du contrôle des concentrations, dans la mesure où elle permet d'identifier le périmètre à l'intérieur duquel s'exerce la concurrence entre les entreprises et d'apprécier dans un deuxième temps leur pouvoir de marché. Cette analyse couvre les marchés sur lesquels les parties sont simultanément actives mais elle peut également s'étendre aux marchés ayant un lien de connexité (« vertical » ou « conglomérale ») susceptible de renforcer le pouvoir de marché de l'entité cessionnaire.
8. 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.
9. En l'espèce, les parties sont simultanément présentes dans le seul secteur du commerce de gros de produits alimentaires. Cependant leur chevauchement d'activité concerne uniquement la distribution en gros de fromage et seul ce marché, ou segment de marché, fera l'objet d'une analyse concurrentielle concernant les effets dits « horizontaux » de la présente opération. Les autorités de concurrence apprécient en effet de manière ciblée les effets d'une concentration sur les marchés ou segments de marchés sur lesquels l'opération emporte les effets les plus sensibles. S'agissant des autres familles de produits distribuées par la cible (alcools, surgelés, épicerie sèche, produits carnés), ses parts de marché sur le marché de la distribution en gros s'avèrent très faibles et la présente opération n'aura aucun impact sur la structure de ces marchés. En ce qui concerne leurs approvisionnements, les deux parties interviennent en amont en qualité d'acheteurs sur les marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires. Il conviendra de délimiter ceux-ci en vue d'une analyse concurrentielle relative à la création ou au renforcement éventuels d'une puissance d'achat de nature à porter atteinte à la concurrence.
10. En outre, le groupe CALONNE est présent sur les marchés de la fabrication et la commercialisation de produits laitiers (hors fromage), de glaces, de chocolats, et de boissons aromatisées aux fruits ; secteurs sur lesquels existent des protections de marché<sup>2</sup>. La société Gastronomie Import est, quant à elle, également présente sur le marché du commerce de détail à dominante alimentaire.

---

<sup>2</sup> En Nouvelle Calédonie, des protections de marché peuvent être appliquées à des produits relevant de la production locale. On parle alors de produits STOP ou QTOP, ce qui signifie que leur importation est interdite ou soumise à des quotas.

11. Par conséquent, s'agissant du marché de la distribution en gros de fromage sur lequel les deux parties sont présentes, l'opération est susceptible d'entraîner des effets dits « horizontaux » et, en raison de l'exploitation par la cible d'un commerce de détail à dominante alimentaire, des effets dits « verticaux ». Enfin, les deux parties possédant, au niveau des marchés de gros, des clients en commun, le risque d'effets dits « congloméraux » sera analysé.

## **A. Les marchés de l'approvisionnement**

### **1) Le marché des produits**

12. Les marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires correspondent à la vente de ces produits par leur producteurs ou fabricants à des clients tels que les centrales d'achats des grandes et moyennes surfaces, les grossistes distributeurs ou l'industrie agro-alimentaire. La pratique décisionnelle communautaire<sup>3</sup> et nationale<sup>4</sup> distingue habituellement autant de marchés qu'il existe de familles ou groupes de produits. S'agissant des produits alimentaires frais, seuls concernés en l'espèce, les familles de produits suivantes peuvent être notamment distinguées : les produits laitiers ; la charcuterie et les produits de traiteur ; les produits de la mer ; les fruits et légumes ; le pain et la pâtisserie fraîche ; les produits carnés.
13. En tout état de cause, la question de la délimitation précise de ces marchés peut être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées. En l'espèce, l'analyse se fera sur le marché le plus étroit, celui du fromage, sur lequel l'opération emporte des effets non négligeables.

### **2) Les marchés géographiques**

14. La pratique décisionnelle des autorités de concurrence considère que les marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires frais ont une dimension nationale compte tenu notamment des préférences, des goûts et habitudes alimentaires des consommateurs, des différences de prix et de la présence de marques de fabricants ou de distributeurs commercialisées uniquement sur le plan national.
15. En l'espèce, pour les deux parties à l'opération, l'approvisionnement en fromages est exclusivement national ou international. S'agissant de la cible, quelle que soit la famille de produits distribués, l'approvisionnement est exclusivement national ou international.
16. S'agissant du groupe CALONNE, concernant son activité de fabrication de produits laitiers, de chocolat, de glace ou encore de jus, l'approvisionnement est international, et l'approvisionnement pour son activité de distribution en gros est réalisé soit auprès de ses filiales de fabrication, soit sur le marché international.

## **B. Les marchés de la distribution en gros de produits alimentaires frais**

### **1) Le marché de produits**

17. Le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires frais, qui regroupe notamment la vente de produits carnés, de produits laitiers, de fruits et légumes, de produits de la mer, fait intervenir plusieurs catégories d'acteurs.

<sup>3</sup> Voir la décision de la Commission européenne n° COMP/M.2115 Carrefour/GB du 28 septembre 2000.

<sup>4</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-50 du 1<sup>er</sup> octobre 2009, relative à l'acquisition du groupe Team ouest par la société France Frais.

18. Précisément, les producteurs ou les fabricants vendent leurs produits soit directement, à l'industrie agro-alimentaire ou aux centrales d'achats de la grande distribution alimentaire, soit à des grossistes, dont le rôle est de disposer d'une large gamme de produits et de commercialiser ceux-ci auprès de leur clientèle, composée des professionnels de la restauration hors foyer (les restaurants, les collectivités ou les chaînes de restauration) et des commerces de détail à dominante alimentaire ou d'industriels du secteur agro-alimentaire.
19. Servant ainsi d'intermédiaire entre les fournisseurs et les nombreux détaillants, restaurateurs, et industriels, le grossiste a pour mission de répondre à des commandes de gros volumes de marchandises afin de les revendre et les livrer, à partir d'une plateforme régionale ou locale, en petites quantités, dans des délais courts, auprès de différents clients.
20. Présent historiquement auprès des commerces à dominante alimentaire, certains grossistes se sont spécialisés, avec le développement des centrales d'achats de la grande distribution, dans le secteur de la restauration hors foyer. Parallèlement, à côté de ces grossistes traditionnels, se sont développés des libres services de gros, tels que Métro, en Métropole, ou Promocash en Nouvelle-Calédonie.
21. En Nouvelle Calédonie, de nombreux acteurs sont actifs sur le secteur du commerce de gros. Les opérateurs les plus importants sont des importateurs-grossistes généralistes qui ne sont pas spécialisés dans un type de produits en particulier<sup>5</sup>. Ainsi, les principaux opérateurs ont chacun une gamme assez diversifiée de produits d'épicerie, de boissons et de produits de la famille Droguerie, Parfumerie, Hygiène (DPH). Toutefois sur certains sous-segments de marché, la concentration de l'offre apparaît forte. C'est le cas pour les produits laitiers avec le groupe CALONNE et dans une moindre mesure avec la cible qui est spécialisée dans les produits alimentaires.
22. Les grossistes qui sont également importateurs, assurent également la gestion des dates limites de consommation. Ils s'avèrent ainsi indispensables au maintien du réseau de petits magasins d'alimentation générale dispersés sur tout le territoire et qui n'ont pas les moyens logistiques nécessaires pour un approvisionnement en direct (contrairement au grandes surfaces qui peuvent effectuer une partie de leurs achats auprès des centrales métropolitaines).
23. Plusieurs segmentations du marché de commerce de gros de produits alimentaires frais ont été envisagées par les autorités de concurrence, en fonction notamment du type de produits, du canal de distribution et du mode de distribution.

#### **a) Distinction en fonction du type de produits**

24. La pratique décisionnelle<sup>6</sup> a considéré qu'il convenait d'envisager une segmentation des marchés de distribution en gros de produits alimentaires frais par type de produits. Elles ont distingué un marché du commerce de gros de fruits et légumes<sup>7</sup> et n'ont pas exclu que les

<sup>5</sup> Voir Rapport de l'autorité de la concurrence relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation en Nouvelle Calédonie.

<sup>6</sup> Voir notamment la lettre du ministre n° C2008-67 du 4 septembre 2008 précitée, et la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-50 précitée.

<sup>7</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne n°COMP/M.2416.CVC/ Bocchi / De Weide Blik, du 30 mai 2006 et la lettre du ministre n°C2008-67 du 4 septembre 2008 au conseil de la société Baninvest.

produits laitiers et les produits carnés forment également deux marchés distincts<sup>8</sup>. En raison des protections de marché dont bénéficient les produits laitiers en Nouvelle Calédonie et plus largement la production locale, cette hypothèse paraît pleinement s'appliquer sur le territoire.

25. A l'occasion de sa décision COMP/M.5046 – Friesland Foods/Campina, la Commission européenne<sup>9</sup> a distingué au sein du marché de la fabrication et de la commercialisation des produits laitiers, dix principaux segments de marché distincts : (i) les produits laitiers de base (lait, yaourt, crème), (ii) le fromage, (iii) le beurre, (iv) les yaourts à valeur ajoutée et le fromage blanc, (v), les boissons lactées aromatisées, (vi) les desserts lactés frais, (vii) la crème, (viii) les blanchisseurs liquides de café, (ix) les émulsions sèches en bombe et (x) le lactose. Elle a envisagé des sous-segmentations au sein de chacun de ces marchés. Au surplus, la pratique décisionnelle nationale a pour sa part envisagé l'existence de marchés distincts des poudres de laits et des produits alimentaires intermédiaires laitiers<sup>10</sup>.
26. Au cas d'espèce, les activités des parties se chevauchent uniquement sur le marché de la distribution en gros de fromage. L'analyse concurrentielle sera donc menée sur ce marché, sans qu'il soit nécessaire de sous-segmenter par famille de fromages.
27. En tout état de cause, la question de l'existence d'un marché de la distribution en gros de fromages peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle restant inchangées, quelle que soit l'hypothèse retenue.

#### **b) Distinction en fonction du canal de distribution**

28. La pratique décisionnelle<sup>11</sup> a retenu, à plusieurs reprises, l'existence d'une segmentation des marchés du commerce de gros de produits frais et de produits laitiers en particulier, par canal de distribution, en distinguant la vente en gros de produits destinés (i) aux commerces de détail à dominante alimentaire (qui regroupent à la fois les GMS et les commerces de proximité), (ii) à la restauration hors foyer (RHF), et (iii) à l'industrie agro- alimentaire (l'IAA).
29. En l'espèce, le groupe CALONNE vend en gros essentiellement aux commerces de détail à dominante alimentaire et accessoirement à la RHF. La cible, Gastronomie Import, vend quant à elle principalement à la RHF mais alimente également le commerce de détail à dominante alimentaire (les ventes à la GMS représentaient [*secret des affaires*] de son chiffre d'affaires en 2014). Aucune des deux parties à l'opération ne distribue en gros de produits à l'industrie agro-alimentaire.
30. La pratique décisionnelle<sup>12</sup> a par ailleurs envisagé une segmentation des marchés de commerce de gros de produits laitiers à destination de la RHF par type de clients, en distinguant les « grands comptes » (chaînes de restauration, sociétés de restauration collective, certaines collectivités publiques), qui négocient des achats globalisés sur une base nationale, et les clients de taille plus réduite, dont les approvisionnements s'effectuent à moindre échelle et pour une

<sup>8</sup> Voir notamment la décision n°10-DCC-158 précitée.

<sup>9</sup> Voir la décision de la Commission européenne n° COMP/M.5046 – Friesland Foods/Campina du 17 décembre 2008.

<sup>10</sup> Voir décision n° 10-DCC-110 du 1<sup>er</sup> septembre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Entremont par le groupe Sodiaal.

<sup>11</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne n°M.1802 du 08/03/2000 Unilever/ Amora-Maille ; la lettre du ministre n° C2008-67 précitée ; la décision de l'Autorité n°09-DCC-50 et n°10-DCC-158 précitées.

<sup>12</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-50 du 1<sup>er</sup> octobre 2009, relative à l'acquisition du groupe Team Ouest par la société France frais.



périodicité plus courte. Dans la mesure où les produits commercialisés auprès des grands comptes et des clients de tailles plus réduite sont identiques et que les conditions de livraison offertes par les grossistes ne diffèrent pas selon les catégories de clients, il n'y pas lieu de retenir une telle segmentation, conformément à la pratique décisionnelle récente<sup>13</sup>. Cette dernière hypothèse semble s'appliquer au territoire de la Nouvelle Calédonie.

### c) Distinction en fonction du mode de distribution

31. A côté du commerce de gros dit « traditionnel », des magasins de libre-service de gros, tels que Metro ou Promocash, se sont développés. Comme l'indique l'expression anglaise « cash and carry », utilisée pour désigner ce type d'activité, les clients assurent eux-mêmes le transport et paient les marchandises comptant plutôt qu'à crédit. La pratique décisionnelle considère que les ventes réalisées en libre-service de gros constituent un marché de produits distinct de celui des autres activités du commerce de gros.
32. En l'espèce les deux parties à l'opération ne sont pas présentes sur ce marché.

## 2) Les marchés géographiques

33. La pratique décisionnelle<sup>14</sup> considère que les marchés de la distribution en gros de produits alimentaires frais revêtent une dimension locale, compte tenu notamment de la nécessité d'organiser les livraisons à partir de plateformes, du coût du transport, de la fréquence des livraisons dans les délais serrés et de l'existence d'un grand nombre de clients de faible taille.
34. En l'espèce, eu égard à la spécificité ultramarine de la Nouvelle Calédonie, les marchés de la distribution en gros de produits alimentaires frais, et plus largement de tous les produits alimentaires, sont essentiellement de dimension locale, circonscrit à l'ensemble de la Nouvelle Calédonie.
35. La question de la délimitation précise des marchés géographiques de la distribution en gros de produits alimentaires peut cependant être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.

## C. Les marchés du commerce de détail

36. La cible est présente dans le secteur du commerce de détail de produits alimentaires, puisqu'elle exploite un commerce de détail uniquement alimentaire sur la commune de Nouméa, d'une superficie de moins de 50 m<sup>2</sup>, accolé à ses entrepôts de stockage, dans lequel elle distribue exclusivement les produits provenant de ses approvisionnements.
37. La pratique décisionnelle considère que les marchés de commerce à dominante alimentaire sont des marchés locaux, dont la taille correspond à des zones de chalandise définies au cas par cas s'agissant des commerces de proximité.

<sup>13</sup> Voir décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-158 précitée et la décision de la Commission européenne n° IV/M.784 du 20 novembre 1996 Kesko/Tuko.

<sup>14</sup> Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-158 précitée, lettre du ministre n°C2008-119 précitée.

38. En l'espèce, la surface de vente de la cible représente moins de 1% des parts de marché en surface de vente dans une zone de chalandise située au maximum à 15 minutes en automobile puisqu'elle doit faire face à la concurrence d'un hypermarché, de six supermarchés et de plusieurs commerces spécialisés (cavistes, commerce de détail de produits surgelés). Elle est d'ailleurs confrontée à la concurrence immédiate d'un supermarché d'une surface supérieure à 1000 m<sup>2</sup> et à un commerce spécialisé de liqueurs et alcools (caviste) à quelques dizaines de mètres.
39. Analysée d'un point de vue horizontal, l'opération n'a aucune incidence sur la structure du marché de détail dans la zone de chalandise définie, compte tenu de la situation de ce commerce de détail de moins de 50 m<sup>2</sup> (au fonds d'une impasse, sans signalétique, sans enseigne visible) et des parts de marché de la cible, très modestes, sur le marché du commerce de détail à dominante alimentaire. Compte tenu de ces éléments, aucune analyse concurrentielle horizontale ne sera menée sur le marché aval du commerce de détail à l'occasion de la présente opération.
40. Cette analyse a, par ailleurs, été confirmée par l'un des principaux acteurs des GMS qui a estimé que l'impact du magasin de la cible sur le marché du commerce de détail à dominante alimentaire était insignifiant.

#### ***IV. Analyse concurrentielle***

---

41. Conformément aux dispositions de l'article Lp. 431-6 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* ».

#### ***A. Analyse des effets horizontaux***

##### **1) Les marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires**

42. Les activités de la partie notifiant (tant pour ses activités de production que de grossiste/importateur) et de la cible représentent cumulativement une part insignifiante des achats effectués sur les marchés de l'approvisionnement en produits alimentaires et sur le segment de l'approvisionnement de produits laitiers. En effet, leurs approvisionnements se situant sur le marché international, leur puissance d'achat apparaît donc insignifiante sur les deux segments.
43. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur ces marchés concernés de l'approvisionnement.

## 2) Les marchés de la distribution en gros de fromages

44. Les deux parties à l'opération sont présentes le marché de la distribution en gros de produits alimentaires. Cependant il n'y a qu'une seule catégorie de produit pour lequel elles sont présentes toutes les deux : le marché de la distribution en gros de fromage.
45. Selon l'ISEE, les importations totales de fromages en Nouvelle Calédonie en 2014 s'élevaient à 2 305 260 700 F.CFP, le groupe CALONNE a importé [*secret des affaires*] de fromages soit [10-20%] des importations totales et la cible a importé [*secret des affaires*] soit [0-10%] des importations totales. Les importations cumulées des deux parties à l'opération représentent en [20-30%] des importations totales de fromages en valeur et seulement [10-20%] en volume.
46. Compte tenu de l'absence de fabrication locale de fromages, hormis une fabrication artisanale confidentielle représentant un volume insignifiant, la totalité des approvisionnements en fromages est assurée par les importations.
47. A ce titre, les principaux groupes de la GMS s'approvisionnent en fromages auprès des grossistes-importateurs locaux mais aussi, de manière conséquente (plus de « *secret des affaires* » pour l'un des principaux groupes de la GMS), auprès de leur centrale d'achat et entrent donc en concurrence avec les importateurs grossistes. En l'absence de données précises, le taux d'approvisionnement auprès des centrales d'achat n'a pu être établi.
48. Selon les données fournies par la partie notifiant, la distribution en gros de fromage par canal de distribution s'agissant du groupe CALONNE est répartie ainsi :  
 - [70-80%] à destination du commerce de détail  
 - [20-30%] à destination des collectivités et restauration hors foyer
49. S'agissant de la société Gastronomie Import, la distribution en gros de fromage est en quasi-totalité orientée vers la RHF.
50. En l'absence de données concernant le marché de la distribution en gros de fromage auprès de la RHF, les concurrents principaux sur ce secteur n'ayant pas souhaité répondre au test de marché, il est impossible d'établir les parts de marché des deux parties à l'opération.
51. En tout état de cause, au regard de ce qui précède, les parts de marché cumulées des deux parties tous canaux de distribution confondus ou par canal de distribution considéré séparément (GMS et RHF), ne sont pas susceptibles de porter atteinte à la concurrence sur le marché de la distribution en gros de fromage.

### *B. Analyse des effets verticaux*

52. Les effets verticaux d'une opération de concentration sont étudiés lorsque l'opération réunit des acteurs présents à différents niveaux de la chaîne de valeur. Une concentration verticale peut générer des effets positifs (générer des gains d'efficacité, favoriser la concurrence) ou des effets négatifs susceptibles de restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant potentiellement les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Ce verrouillage peut viser les marchés

aval ou les marchés amont lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits de fabricants actifs en amont et réduit ainsi les débouchés commerciaux.

53. En l'espèce, les parties sont présentes à trois niveaux : (i) le groupe CALONNE est actif sur les marchés de la fabrication de produits laitiers, (ii) le groupe CALONNE et la cible sont présents sur la distribution en gros de produits alimentaires avec un marché commun la distribution en gros de fromage, et enfin la cible est présente sur le marché de commerce de détail de produits alimentaires, situé en aval des marchés de gros. Il convient donc d'analyser les effets verticaux induits par l'opération sur ces marchés.
54. Il importe ainsi d'analyser si les parties à l'opération ont ou auront la capacité et la motivation pour verrouiller l'accès aux intrants ou à la clientèle et, si tel est le cas, de connaître si une telle stratégie de verrouillage aurait un effet significatif sur les marchés en cause.
55. En l'espèce, s'agissant de la capacité et de la motivation des parties notifiant à verrouiller l'accès aux intrants pour les opérateurs concurrents aux entreprises SOCALAIT et Gastronomie Import, on constate que le groupe CALONNE via sa filiale Tennessee Farm Laiterie, représente [90-100%] de la production de certains produits laitiers (yaourts) sur le territoire de la Nouvelle Calédonie, et qu'il ne fabrique pas de fromage. Par l'intermédiaire de la société SOCALAIT, la quasi-totalité de sa production est destinée aux GMS, aux collectivités et à la RHF d'entreprise. Elle n'alimente donc pas le marché de gros. Dès lors, l'opération n'est pas de nature à créer un risque de verrouillage des intrants pour les opérateurs situés en aval du marché de la production de certains produits laitiers, puisque la partie notifiant n'alimente pas le marché du commerce de gros de produits laitiers et ce, quel que soit le canal de distribution. Par ailleurs, la cible n'étant pas présente sur le marché de la fabrication de produits alimentaires, l'opération n'entraînera aucun changement sur la structure concurrentielle actuelle du marché.
56. S'agissant de la capacité et de la motivation des parties notifiant à verrouiller l'accès aux intrants pour les concurrents distributeurs de Gastronomie Import pour favoriser le magasin de cette dernière, il importe de rappeler que le groupe CALONNE écoule toute sa production de produits laitiers en Nouvelle Calédonie, auprès des commerces de détail à dominante alimentaire, notamment des GMS, et auprès de la RHF, via sa société SOCALAIT. Ces marchés constituent la quasi-totalité du chiffre d'affaires de la distribution en gros de produits laitiers de la partie notifiant. Une stratégie de verrouillage de l'accès des intrants des magasins concurrents à celui de Gastronomie Import apparaît inenvisageable et ne serait pas économiquement viable pour le groupe CALONNE.
57. En ce qui concerne les risques de verrouillage de l'accès à la clientèle constituée par les GMS et la RHF, les parties à l'opération doivent disposer d'un pouvoir de marché significatif sur le marché de la distribution.
58. En l'espèce, la surface commerciale du commerce de détail alimentaire de la cible est inférieure à 50 m<sup>2</sup> et représente un chiffre d'affaires annuel de [secret des affaires] de F.CFP. Le seul produit laitier que vend la cible dans ce commerce est le fromage pour lequel les ventes se sont élevées à moins de [secret des affaires] de F.CFP en 2013 provenant exclusivement de son approvisionnement. Elle ne représente aucunement un débouché pour les fournisseurs de fromages en Nouvelle Calédonie.

59. La cible n'alimente quasiment pas les marchés de la vente au détail en ce qui concerne le fromage, son canal de distribution est orienté exclusivement vers la RHF.
60. La part de marché cumulée des parties sur le segment du commerce de gros de fromage à destination des commerces de détail à dominante alimentaire avoisine [10-20%] de la totalité des importations en valeur de fromages avec un incrément liée à la cible insignifiant.
61. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par des effets verticaux entre les marchés du commerce de gros et du commerce de détail de produits laitiers et plus largement alimentaires et ce, quel que soit le canal de distribution.

### *C. Les effets congloméraux*

62. Une opération de concentration a des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur plusieurs marchés dont la connexité peut lui permettre d'accroître son pouvoir de marché (hors cas de marchés situés en amont ou en aval l'un de l'autre qui relèvent des effets verticaux). Si les concentrations conglomérales peuvent susciter des synergies pro-concurrentielles et des gains d'efficience, certaines peuvent néanmoins produire des effets restrictifs de concurrence lorsqu'elles permettent de lier techniquement ou commercialement les ventes de façon à verrouiller le marché en évinçant les concurrents.
63. La présente opération a pour principale conséquence d'élargir la gamme de distribution en gros de fromages auprès des GMS mais également auprès de la RHF. C'est donc sur ces deux canaux qu'il convient d'analyser le risque d'effet congloméral emporté par l'opération.
64. Au regard du positionnement respectif des parties, des effets de gamme peuvent être envisagés, consistant en des ventes liées ou groupées entre les différents produits laitiers commercialisés par la nouvelle entité vis-à-vis des GMS et du secteur de la RHF. Plus largement, des effets de famille de produits alimentaires pourraient également être envisagés.
65. En effet, les protections de marché en place concernant une partie des produits laitiers dont les yaourts notamment, conduisent à rendre le groupe CALONNE incontournable sur la distribution en gros de yaourts avec plus de [80-90%] de parts de marché en GMS et des marques fortement « marquetées » telles que YOPLAIT. Fort de cette situation de quasi-monopole qui lui confère un pouvoir de marché sur le marché des yaourts, la partie notifiant pourrait être tentée de conditionner ses ventes de yaourts au GMS et à la RHF à la condition que ses clients s'approvisionnent également en produits distribués par la cible que ce soit en fromages ou en autres produits alimentaires.
66. Ainsi, indépendamment de la présente opération, la partie notifiant possède donc un quasi-monopole sur la distribution en gros de yaourts à destination des GMS et de la RHF. Elle distribue également auprès de ses clients du fromage, des glaces, du jus et du chocolat (fabriqués ou importés). Un des principaux acteurs de la GMS qui a répondu au test de marché a affirmé n'avoir jamais été confronté à une telle pratique de ventes liées ou groupées de la part du groupe CALONNE. Selon lui la présente opération devrait être porteuse de dynamisme pour le marché intérieur. A ce jour, une telle pratique n'a jamais été relevée ou dénoncée par les concurrents ou les clients de la partie notifiant.

67. Enfin, aucun des concurrents ou clients auxquels a été adressé un test de marché n'a soulevé une quelconque problématique liée à la présente opération.
68. Au regard de ce qui précède, et dans la mesure où l'acquisition du groupe Gastronomie Import n'accroît les parts de marchés du Groupe Calonne que de manière peu significative, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

## ***V. Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence***

---

69. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant à la prise de contrôle exclusif de la société GASTRONOMIE IMPORT par le groupe CALONNE, n'est pas, en elle-même, de nature à porter atteinte à la concurrence les marchés considérés.
70. Cette conclusion ne fait pas obstacle à un examen *ex post* du comportement de cet opérateur si son comportement venait ultérieurement à soulever des préoccupations de concurrence, à travers le dispositif prévu par l'article L. 422-1 du code de commerce qui prévoit que « *en cas d'existence d'une position dominante détenue par une entreprise ou un groupe d'entreprises, qui soulève des préoccupations de concurrence du fait de prix ou de marges élevés, que l'entreprise ou le groupe d'entreprises pratique, en comparaison des moyennes habituellement constatées dans le secteur économique concerné, ou lorsqu'une entreprise ou un groupe d'entreprises détient, dans une zone de chalandise, une part de marché dépassant 25 %, représentant un chiffre d'affaires supérieur à 600 000 000 F.CFP, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie peut faire connaître ses préoccupations de concurrence à l'entreprise ou au groupe d'entreprises en cause, qui peut dans un délai de deux mois, lui proposer des engagements dans les conditions prévues à l'article Lp. 431-5.* »
71. Par ailleurs, l'autorisation ne fait pas non plus obstacle à la mise en œuvre des articles Lp. 421-1 (sur les ententes) dans le cas où une telle pratique venait à être constatée et Lp. 421-2 (sur les abus de position dominante) si une position dominante ou position dominante collective venait à être détectée ultérieurement et qu'un abus devait être relevé. L'autorisation ne fait en particulier pas obstacle à l'application de la législation relative aux abus de position dominante s'il venait notamment à être constaté que des pratiques de vente liée ou de couplage venaient à être constatées.
72. Cette décision ne préjuge pas, en outre, des conclusions d'une éventuelle analyse des accords conclus par le notifiant au regard des dispositions de l'article Lp. 421-2-1 du code de commerce interdisant les accords exclusifs à l'importation.
73. Il convient enfin de souligner que l'autorisation ne vaut que pour l'opération qui a été notifiée auprès du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, consistant à la prise de contrôle exclusif de la société GASTRONOMIE IMPORT par le groupe CALONNE.