

NOUVELLE-CALEDONIE

GOUVERNEMENT

N° 2016 - 1191 /GNC

du 14 JUIN 2016

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 de la SARL Espace Import par la SA CAFOM**

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. 431-1 à Lp. 431-10 ;

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^{er} avril 2015 constatant la prise de fonctions des membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu l'arrêté n° 2015-4084/GNC-Pr du 1^{er} 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 Backès et la prise de fonctions de Mme Isabelle Champmoreau en qualité de membre du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu l'arrêté n° 2016-3856/GNC-Pr du 25 avril 2016 constatant la fin de fonctions de M. Thierry Cornaille et la prise de fonctions de M. Philippe Dunoyer en qualité de membre du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

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 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° 2016-135/GNC du 19 janvier 2016 relatif à la demande de changement d'enseigne du magasin Expert sis 63 rue Fernand Forest Ducos-Nouméa, au profit de l'enseigne Darty ;

Vu l'arrêté n° 2016-137/GNC du 19 janvier 2016 relatif à la demande de changement d'enseigne du magasin Connexion sis 13 rue Jean Jaurès Nouméa, au profit de l'enseigne Darty ;

Vu le dossier de notification déposé le 6 avril 2016, par madame Marie Lafleur, mandataire de la SA CAFOM, portant le numéro d'instruction 2016-CC-002, relatif à la prise de contrôle exclusif de la SARL Espace Import par la SA CAFOM, concernant le marché de la distribution en gros et au détail et de la réparation et du service après-vente des produits électrodomestiques ;

Vu la lettre d'incomplétude référencée sous le numéro CS16-3151-439 DAE du 12 avril 2016 adressée au représentant de la SA CAFOM ;

Vu les compléments d'information transmis par le mandataire de la SA CAFOM, en date du 15 avril 2016 ;

Vu le courrier n° CS16-3151-476 DAE/SCRF, du 21 avril 2016, reconnaissant la complétude du dossier de notification à compter du 15 avril 2016 ;

Vu le communiqué concernant le résumé de l'opération contenue dans le dossier de notification, publié le 22 avril 2016 sur le site internet de la direction des affaires économiques de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu le rapport de motivation du gouvernement n° AG16-3151-595 annexé au présent arrêté concernant le dossier référencé sous le numéro 2016-CC-002 ;

Considérant que l'opération relative à la prise de contrôle exclusif de la SARL Espace Import par la SA CAFOM sur le marché de la distribution au détail et en gros et de la réparation et du service après-vente des produits électrodomestiques, 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, concernés par l'opération notifiée ;

Considérant que l'analyse concurrentielle développée dans le rapport de motivation n° AG16-3151-595 annexé au présent arrêté démontre que l'opération contrôlée consistant en la prise de contrôle exclusif de la SARL Espace Import par la SA CAFOM sur les marchés de la distribution au détail et en gros et de la réparation et du service après-vente de produits électrodomestiques n'est pas, elle-même, de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement d'une position dominante,

ARRETE

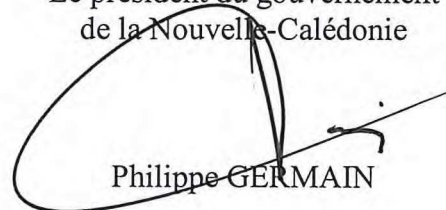
Article 1^{er} : L'opération consistant en la prise de contrôle exclusif de la SARL Espace Import par la SA CAFOM, concernant le marché de la distribution au détail et en gros et de la réparation et du service après-vente de produits électrodomestiques, telle que présentée dans le dossier de notification référencé sous le numéro 2016-CC-002, 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° AG16-3151-595 seront notifiés à l'intéressée 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'intéressée, le présent arrêté ainsi que son rapport de motivation n° AG16-3151-595 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

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized loop that encircles the text 'Philippe GERMAIN' and extends upwards and to the right.

Philippe GERMAIN

NB. : Le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours devant le tribunal administratif dans le délai de deux mois à compter de sa notification.

N° AG16-3151-595

ANNEXE

RAPPORT DU GOUVERNEMENT DE LA NOUVELLE-CALEDONIE
RELATIF A LA PRISE DE CONTROLE EXCLUSIF DE LA SARL ESPACE IMPORT
PAR LA SA CAFOM

SOMMAIRE

<i>I. La saisine</i>	5
<i>II. Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant</i>	5
<i>A. Contrôlabilité de l'opération</i>	5
<i>B. Présentation des parties à l'opération</i>	5
<i>III. Délimitation des marchés pertinents</i>	6
<i>A. Les marchés aval de la distribution au détail de produits électrodomestiques</i>	7
<i>B. Le marché de la distribution en gros de produits électrodomestiques</i>	8
<i>C. Le marché du service après-vente et de la réparation de produits électrodomestiques</i>	9
<i>D. Les marchés amont de l'approvisionnement en produits électrodomestiques</i>	9
<i>IV. Analyse concurrentielle</i>	10
<i>V. Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence</i>	11

I. La saisine

1. Par dépôt d'un dossier de notification, déclaré complet à compter du 15 avril 2016, monsieur Guy Alain Germon, représentant de la SA CAFOM (centrale d'achat française pour l'outre-mer), sollicite l'autorisation du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie pour la réalisation d'une opération de concentration consistant en la prise de contrôle exclusif de la SARL Espace Import spécialisée dans la distribution en gros et au détail et la réparation et le service après-vente de produits électrodomestiques, par la SA CAFOM.

II. Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant

A. Contrôlabilité de l'opération

2. Conformément à l'article Lp. 431-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie (ci-après, le « code de commerce ») :
*« Une opération de concentration est réalisée :
[...]
2° Lorsqu'une ou plusieurs personnes, détenant déjà le contrôle d'une entreprise au moins ou lorsqu'une ou plusieurs entreprises acquièrent, directement ou indirectement, que ce soit par prise de participation au capital ou achat d'éléments d'actifs, contrat ou tout autre moyen, le contrôle de l'ensemble ou de parties d'une ou plusieurs autres entreprises.
[...] »*
3. Par ailleurs, l'article Lp. 431-2 du code de commerce précise :
« Toute opération de concentration, au sens de l'article Lp. 431-1, est soumise aux dispositions des articles Lp. 431-3 à Lp. 431-8, lorsque le chiffre d'affaires total réalisé en Nouvelle-Calédonie par les entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales parties à la concentration est supérieur à 600 000 000 F.CFP. »
4. En ce qu'elle consiste en la prise de contrôle à hauteur de 51% du capital social de la SARL Espace Import par la SA CAFOM, la présente opération constitue une opération de concentration visée à l'article Lp. 431-1.
5. L'entreprise CAFOM n'est pas présente en Nouvelle-Calédonie et ne réalise donc aucun chiffre d'affaires sur le territoire. En revanche, la SARL Espace Import a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 3 milliards de francs en 2014/2015. Compte tenu du franchissement du seuil prévu à l'article Lp. 431-2 du code de commerce, l'opération de concentration concernée est soumise à l'autorisation préalable du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie.

B. Présentation des parties à l'opération

6. La SA CAFOM est une société anonyme dont le siège social est à Paris. Cotée en bourse depuis 2005, elle est propriétaire de la marque Habitat et bénéficie de la représentation des marques Darty et But dans les départements et collectivités d'outre-mer. Le groupe CAFOM est également présent dans la vente sur internet de mobilier pour la maison avec l'enseigne « vente-unique.com ».
7. Le groupe CAFOM détient une place privilégiée dans le secteur de l'ameublement en outre-mer et justifie d'un chiffre d'affaires annuel de 375 millions d'euros.

8. La société Espace Import est détenue à 100% par Monsieur Frédéric Lafleur. Elle regroupe les activités grand public du groupe Espace et exploite à ce jour les trois magasins Darty respectivement situés au centre-ville, à Ducos et à Pouembout.
9. La société Espace Import exerce également une activité de grossiste auprès de revendeurs situés en brousse ainsi qu'une activité de réparation et de service après-vente des produits électroniques et électroménagers vendus par les magasins Darty (via la SARL Espace service clients appartenant au groupe Espace).
10. Le groupe Espace est également présent sur les secteurs d'activité suivants :
 - la prestation de service de location de matériels et d'équipement télécom, informatique, sécurité (Société Calédonienne de Location),
 - la prestation de service de sécurité (Espace Surveillance),
 - la prestation de service liée au traitement des espèces monétaires, transport de fonds (Espace Valeurs).
11. La présente opération consiste en la prise de contrôle à hauteur de 51% du capital de la SARL Espace Import par la SA CAFOM.
12. La présente demande d'autorisation de concentration est déposée consécutivement aux autorisations¹ accordées pour l'introduction en Nouvelle-Calédonie de la marque Darty. Le changement d'enseigne réalisé au profit des magasins anciennement exploités sous les dénominations « Expert » et « Connexion » ayant été rendu opérationnel en février 2016.

III. Délimitation des marchés pertinents

13. L'analyse concurrentielle des effets d'une opération de concentration, doit être réalisée sur un (ou des) marché(s) pertinent(s) délimités conformément aux principes du droit de la concurrence.
14. La définition des marchés pertinents constitue une étape essentielle du contrôle des structures de marché, 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 « congloméral ») susceptible de renforcer le pouvoir de marché des parties notifiant l'opération.
15. 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.

¹ Arrêté n° 2016-137 relatif à la demande de changement d'enseigne du magasin Connexion sis 13 rue Jean Jaurès Nouméa, au profit de l'enseigne Darty

Arrêté n° 2016-135 relatif à la demande de changement d'enseigne du magasin Expert sis 63 rue Fernand Forest Nouméa, au profit de l'enseigne Darty

16. En l'espèce, le groupe CAFOM n'est pas présent sur le marché calédonien. En revanche, le groupe Espace est présent sur les marchés de l'importation, de la distribution au détail et en gros ainsi que sur le marché du service après-vente de matériel électrodomestique.
17. L'opération notifiée consistant en la prise de contrôle de la SARL Espace Import n'est que le résultat de l'introduction de l'enseigne Darty en Nouvelle-Calédonie, laquelle nécessitait la prise de participation de la SA CAFOM au capital de la société exploitant l'enseigne sur le territoire (la SARL Espace Import). L'opération de prise de contrôle n'entraînerait donc *a priori* aucun changement sur la structure actuelle du marché concerné et sur la concurrence quelle que soit la délimitation des marchés pertinents (aucune augmentation ou modification des surfaces commerciales, ni de délocalisation de magasin n'étant prévue).

A. Les marchés aval de la distribution au détail de produits électrodomestiques

1- Les marchés de produits

18. La pratique décisionnelle a envisagé une segmentation des marchés aval de la distribution de produits électrodomestiques selon deux dimensions : par famille de produits et par canal de distribution².
19. S'agissant plus précisément de la segmentation par famille de produits, les autorités de concurrence en distinguent usuellement trois : (i) les produits blancs qui incluent notamment les tables de cuisson, les cuisinières, les fours, les ensembles encastrables, les hottes, les lave-linges, les sèche-linges, les lave-vaisselles, les réfrigérateurs, les congélateurs, le petit électroménager de préparation culinaire, les cafetières, les robots, les fers et les aspirateurs, (ii) les produits bruns qui incluent les téléviseurs, magnétoscopes, caméscopes, les équipements hi-fi et audio, les appareils numériques et les lecteurs DVD et (iii) les produits gris qui incluent les micro-ordinateurs personnels, les écrans, les périphériques (comme les imprimantes ou les scanners), les claviers, les accessoires ou pièces détachées modulaires (comme les cartes mémoires ou les disques durs additionnels, par exemple), les logiciels et la téléphonie.
20. Les autorités de concurrence ont laissé ouverte la possibilité de segmenter de manière plus fine, au sein de la catégorie des produits blancs, d'une part le petit électroménager (PEM), d'autre part, le gros électroménager (GEM). En effet, la nature variée des fournisseurs de ces deux sous-catégories mais également les caractéristiques des produits considérés (poids, dimension, usage, prix de vente moyen) ainsi que les contraintes de distribution, diffèrent selon que le produit réponde à la catégorie de PEM ou de GEM. En outre, les fréquences d'achat de ces deux catégories de produits GEM et PEM ne sont pas les mêmes : tandis que l'achat sur le PEM peut-être impulsif, l'achat sur le GEM est moins récurrent, car plus coûteux, et il s'agit le plus souvent d'un achat de remplacement ou lié à une installation.
21. Par ailleurs, Espace Import dispose d'une gamme de 5000 références Darty, mais offre la possibilité aux consommateurs de commander pour eux (via la centrale d'achat Darty) des articles sélectionnés sur le site internet de Darty.com, ce qui donne accès aux consommateurs à une gamme élargie de produits.
22. Au cas d'espèce, tel qu'il a été apprécié dans les décisions du gouvernement³, ayant autorisées les changements d'enseigne, il n'est pas nécessaire de trancher la question d'une délimitation plus fine de cette catégorie, dans la mesure où les conclusions de l'analyse resteraient inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.

2 Voir notamment l'avis n° 07-A-06 du 16 juillet 2007 ; la lettre du ministre de l'économie C2006-155 du 31 août 2007 ; les décisions n° 11-DCC-78 du 18 mai 2011 et n° 11-DCC-87 du 10 juin 2011.

3 Voir les décisions précitées point 1

2- Le marché géographique

23. La pratique décisionnelle⁴ considère que les marchés de la distribution de produits électrodomestiques revêtent une dimension locale. Cependant, eu égard à la spécificité ultramarine de la Nouvelle Calédonie, le marché géographique de la présente opération pourrait être circonscrit à l'ensemble du territoire de la Nouvelle Calédonie compte tenu de la présence de l'enseigne Darty sur le territoire de la province Sud avec deux magasins d'une surface totale de 1620 m² et sur le territoire de la province Nord avec un magasin d'une surface de 190 m².
24. En l'espèce, la question de la délimitation précise des marchés géographiques de la distribution de produits électrodomestiques peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.

B. Le marché de la distribution en gros de produits électrodomestiques

1- Les marchés de produits

25. La pratique décisionnelle nationale⁵ et européenne⁶ a eu l'occasion d'envisager l'existence d'un marché de la distribution en gros de produits électrodomestiques.
26. La pratique décisionnelle a envisagée une segmentation de la distribution en gros de ces produits par groupe de produits (gros électroménager (i), petit électroménager (ii), appareils photo / cinéma (iii), appareils hifi / son (iv), appareils TV / vidéo (v), ordinateurs / périphériques (vi), et téléphonie (vii)) et par canal de distribution (aux GSA (i), aux GSS (ii), aux commerces de proximité (iii), et aux détaillants vendant à distance (iv)).
27. En l'espèce, la question de la délimitation précise du marché de la distribution en gros de produits électrodomestiques peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.

2- Le marché géographique

28. Au niveau géographique, la pratique décisionnelle a envisagé l'existence de marchés de distribution en gros de produits électrodomestiques de dimension nationale, voire régionale, sans toutefois se prononcer définitivement⁷.
29. En l'espèce, il n'existe aucun chevauchement d'activité compte tenu du fait que seule la cible est présente sur le marché de la distribution en gros de produits électrodomestiques en Nouvelle-Calédonie, la SA CAFOM n'étant pas active à l'heure actuelle sur le marché calédonien. La SARL Espace Import distribue sur tout le territoire de la Nouvelle-Calédonie et notamment en brousse auprès de 10 clients principaux (hors GSS, GSA, et détaillant vendant à distance) qui représentent [40-50%] du chiffre d'affaires de l'activité de grossiste. L'autre partie du chiffre d'affaire est constituée par la distribution en gros à destination de clients occasionnels.

⁴ Voir les décisions n° 11-DCC-78 du 18 mai 2011 et n° 11-DCC-87 du 10 juin 2011.

⁵ Décision de l'Autorité n° 11-DCC-200 du 13 décembre 2011 relative à la prise de contrôle de la société Dubost Holding par la société Findis.

⁶ Décision de la Commission européenne COMP/M 4226, DSGI/Fotovista, point 20.

⁷ Voir la décision n° 11-DCC-200 précitée point 5.

30. En tout état de cause la délimitation exacte des marchés géographique de la distribution en gros de produits électrodomestiques peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle resteront inchangées.

C. Le marché du service après-vente et de la réparation de produits électrodomestiques

31. Selon la partie notifiante, le marché du service après-vente de produits électrodomestiques se décompose en différents éléments : le service de réparation, et de dépannage, le service d'assistance à domicile, le service hotline, le service de conseil d'utilisation. Le « contrat de confiance Darty » offre au consommateur diverses prestations relatives au service après-vente telle que la livraison et la mise en service, l'assistance téléphonique, la garantie : « *réparé ou échangé* », ou encore le remboursement de la différence de prix sur un produit concurrent dans un délai déterminé. Ces prestations de réparation et de service après-vente sont réalisées par la SARL Espace service client détenues à 100% par la SARL Espace Import.
32. Au niveau géographique, ce service après-vente et notamment les prestations concernant le dépannage, la livraison, et la mise en service est disponible dans la zone mentionnée dans le contrat Darty, c'est-à-dire la zone couvrant la commune de Nouméa, pour les magasins Darty Ducos et Darty Centre-ville, ainsi que la zone couvrant la commune de Koné et Pouembout pour le magasin Darty Nord. Compte tenu du caractère essentiel que revêtent ces catégories de prestations sur le marché du service après-vente, la dimension géographique de ce marché pourrait être circonscrite à ces deux zones géographiques.
33. En l'espèce, il n'existe aucun chevauchement d'activité sur le marché du service après-vente, la SA CAFOM n'étant pas encore active sur ces marchés en Nouvelle-Calédonie. Par conséquent, la délimitation précise du marché de la réparation et du service après-vente de produits électrodomestiques peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse demeurent inchangées.

D. Les marchés amont de l'approvisionnement en produits électrodomestiques

1- Le marché des produits

34. En ce qui concerne le marché « amont » de l'approvisionnement, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence considère comme pertinente la répartition par groupe de produits. En effet, les autorités considèrent que les « *producteurs fabriquent des produits ou groupes de produits particuliers et ne sont pas techniquement en mesure de se reconvertir facilement dans la fabrication d'autres produits sans coûts conséquents* ». De plus « *au niveau des approvisionnements, on peut considérer qu'il existe autant de marchés que de famille de produits sur lesquels porte la négociation, chaque distributeur mettant en concurrence les divers fournisseurs sur chacun des marchés* ».
35. En se basant sur l'organisation des divisions « *achat* » des distributeurs, les autorités de concurrence ont envisagé une segmentation selon les groupes de produits suivants : (i) gros électroménager (GEM) ; (ii) petit électroménager (PEM) ; (iii) appareils photo/cinéma ; (iv) appareils hi-fi/son ; (v) appareils TV/vidéo ; (vi) ordinateurs/périphériques ; et (vii) téléphonie. Le test de marché réalisé à l'occasion de l'opération de changement d'enseigne des magasins du groupe Espace pour la marque Darty, a confirmé cette segmentation.

36. En l'espèce, la cible s'approvisionne en produits électrodomestiques par l'intermédiaire de centrales d'achat. Le principal fournisseur d'Espace Import est Darty qui propose une gamme étendue de 35 000 produits. Le second fournisseur de la cible est la SA CAFOM avec laquelle elle entretient déjà des liens commerciaux puisqu'elle importe via cette centrale d'achat, une gamme de produits moins étendus, mais pour des volumes importants en provenance du marché asiatique.
37. La question de la délimitation précise des marchés de l'approvisionnement peut cependant être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

2- Le marché géographique

38. Les autorités de concurrence considèrent que les marchés d'approvisionnement en produits électrodomestiques sont de dimension au moins nationale, voire européenne⁸. Compte tenu du caractère insulaire et de l'étroitesse du marché calédonien, ce caractère national voire international du marché géographique des approvisionnements en produits électrodomestiques n'a pas été remis en cause.
39. En tout état de cause, la question de la délimitation précise des marchés géographiques de l'approvisionnement peut être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

IV. Analyse concurrentielle

1- Sur le marché amont de l'approvisionnement :

40. 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 puissance d'achat qui place les fournisseurs en situation de dépendance économique* ».
41. En l'espèce, le groupe Espace importe ses produits directement en provenance de la centrale d'achat Darty qui se trouve en métropole. Le second fournisseur est la SA CAFOM auprès duquel, la cible s'approvisionne en quantité importante pour une gamme de produits moins étendue, en provenance essentiellement du marché asiatique.
42. A l'issue de l'opération, la prise de contrôle de la SA CAFOM, n'emportera aucune conséquence sur le marché amont de dimension nationale ou internationale compte tenu de la taille réduite de la SA CAFOM sur le marché de l'approvisionnement en produits électrodomestiques. En effet, celle-ci représente moins de 100 millions sur un marché total estimé à 30 milliards d'euros, soit moins de **[0-5%]** des parts de marché.

2- Sur le marché aval de la vente au détail :

43. 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* ».
44. En l'espèce, le groupe Espace est présent en qualité de distributeur de produits électrodomestiques avec son enseigne Darty présente en provinces Nord et Sud. Ses surfaces de vente totales correspondent à 1810 m² réparties sur l'ensemble de la Nouvelle-Calédonie.

⁸ Voir l'avis n° 07-A-06 du 16 juillet 2007, la lettre C2006-155 du 31 août 2001 et les décisions n° 11-DCC-78 du 18 mai 2011 et 11-DCC-87 du 10 juin 2011

45. Sur le marché aval, s'agissant des grandes surfaces spécialisées dans la distribution de produits électrodomestiques (sur les trois gammes blanc, brun, gris), la SARL Espace Import dispose tout au plus de [20-30%] des parts de marché, loin derrière le leader en matière de grande surface spécialisée (le groupe Sopema) qui détient plus de [50-60%] des surfaces commerciales disponibles dédiées aux produits électrodomestiques.
46. La SA CAFOM n'est pas active sur le marché calédonien. Ainsi, la prise de contrôle de la SARL Espace par la SA CAFOM n'aurait pas de conséquence sur la configuration des surfaces de vente et la répartition des parts de marché actuelles.

3- Sur le marché aval de la vente en gros :

47. En sa qualité de grossiste local de produits électrodomestiques, la société Espace Import est active au sein d'un marché composé de 19 opérateurs. Ce marché est très dynamique et la SARL Espace Import ne détient que [5-10%] des parts de marché. Cette position ne peut lui permettre à l'issue de l'opération de s'abstraire de la concurrence exercée par les autres opérateurs, ou d'exercer elle-même une pression quelconque sur ses clients actuels.

4- Sur le marché du service après-vente de produits électrodomestiques :

48. Espace Import via sa filiale Espace service client (ESC) est active sur le marché de la réparation et du service après-vente des produits électrodomestiques distribués principalement par les magasins du groupe Espace [secret des affaires].
49. Le marché du service après-vente et de la réparation des produits électrodomestiques est caractérisé par la centralisation de l'offre sur la province Sud au sein de laquelle opèrent 11 opérateurs différents.
50. Compte tenu de l'absence de chevauchement d'activité avant et après opération, il n'y a pas lieu de conclure à une potentielle atteinte à la concurrence à l'issue de l'opération de prise de contrôle de la SARL Espace Import par la SA CAFOM sur le marché de la réparation et du service après-vente des produits électrodomestiques.

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

51. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant en la prise de contrôle exclusif de la SARL Espace Import par la SA CAFOM n'est pas, en elle-même, de nature à porter atteinte à la concurrence les marchés considérés.
52. 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.* »
53. 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.

54. 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.
55. 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 la prise de contrôle de la SARL Espace Import par la SA CAFOM.