

NOUVELLE-CALEDONIE

 GOUVERNEMENT

N° 2017 - 1314 /GNC

du 6 JUIN 2017

Ampliations :

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

ARRETE

relatif à la reprise par Mme Ng et M. Gehin d'un magasin de commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Simply Market » situé à La Tontouta

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^{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° 2013-3273/GNC du 19 novembre 2013 pris en application de l'article 15 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 dans le secteur du commerce de détail ;

Vu l'arrêté n° 2013-3275/GNC du 19 novembre 2013 pris en application de l'article 11 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 de déclaration d'une opération dans le secteur du commerce de détail ;

Vu le dossier de notification déposé le 3/04/2017 par M. Gehin et Mme Ng, portant le numéro d'instruction n° 2017-EC-002, consistant en la reprise d'exploitation d'un commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Simply Market » situé à la Tontouta ;

Vu le courrier n° CS17-3151-0422 DAE du 5 avril 2017 reconnaissant la complétude du dossier de notification à compter du 3 avril 2017, date de réception du dossier de notification considéré comme complet au sens de l'arrêté n° 2013-3275/GNC du 19 novembre 2013 pris en application de l'article 11 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 de déclaration dans le secteur du commerce de détail ;

Vu le communiqué concernant le résumé de l'opération contenu dans le dossier de notification, publié le 5 avril 2017 sur le site internet de la direction des affaires économiques de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu le rapport de motivation du gouvernement n° AG17-3151-000670 annexé au présent arrêté concernant le dossier référencé sous le numéro 2017-EC-002 ;

Considérant que l'opération, en ce qu'elle entraînera le changement d'exploitants d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente de plus de 350 m², constitue une opération visée à l'article Lp. 432-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, soumise à autorisation préalable du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ;

Considérant les délimitations des marchés amont et aval dans les secteurs du commerce de détail à dominante alimentaire ;

Considérant que l'analyse concurrentielle développée dans le rapport de motivation n° AG17-3151-000670 annexé au présent arrêté démontre que l'opération contrôlée, consistant en un changement d'exploitants d'un commerce de détail à dominante alimentaire, n'est pas 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

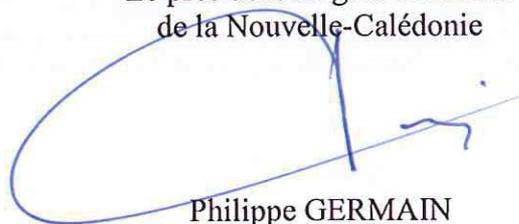
Article 1^{er} : L'opération consistant en la reprise d'exploitation d'un commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Simply Market » situé à la Tontouta, par Mme Ng et M. Gehin, telle que présentée dans le dossier référencé sous le numéro 2017-EC-002, est autorisée.

Article 2 : La présente autorisation est délivrée conformément à l'article Lp. 432-1 et suivants du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, 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° AG17-3151-000670 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° AG17-3151-000670 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 blue ink, consisting of a large, stylized 'P' followed by 'HILIPPE GERMAIN'.

Philippe GERMAIN

N° AG17-3151-000670

ANNEXE

relatif à la reprise par Mme NG et M.GEHIN d'un magasin de commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne "Simply Market" situé à La Tontouta

SOMMAIRE

<u>I.</u>	<u>La saisine</u>	5
<u>II.</u>	<u>Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant</u>	5
<u>A.</u>	<u>Contrôlabilité de l'opération</u>	5
<u>B.</u>	<u>Présentation de l'exploitant</u>	5
<u>III.</u>	<u>Délimitation des marchés pertinents</u>	5
<u>A.</u>	<u>Marchés amont de l'approvisionnement</u>	6
<u>1.</u>	<u>Les marchés de produits</u>	6
<u>2.</u>	<u>Délimitation géographique</u>	6
<u>B.</u>	<u>Marchés aval de la distribution de détail à dominante alimentaire</u>	7
<u>1.</u>	<u>Les marchés de services</u>	7
<u>2.</u>	<u>Délimitation géographique</u>	8
<u>IV.</u>	<u>Analyse concurrentielle</u>	9
<u>A.</u>	<u>Analyse concurrentielle sur les marchés aval de la distribution de détail à dominante alimentaire</u>	9
<u>B.</u>	<u>Analyse concurrentielle sur les marchés amont de l'approvisionnement</u>	10
<u>V.</u>	<u>Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence</u>	10

I. La saisine

1. Par dépôt d'un dossier de notification, déclaré complet le 03 avril 2017, madame Puay Ng et monsieur Sébastien Gehin, sollicitent l'autorisation du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie pour la reprise d'un magasin de commerce de détail alimentaire à enseigne « SIMPLY MARKET » spécialisé dans la vente au détail de produits à dominante alimentaire, sis Route territoriale 1, lotissement Joseph Henri à la Tontouta.
2. Par ailleurs, ces deux personnes physiques par l'intermédiaire de la Sarl Dora's, ont parallèlement déposé auprès du service instructeur, une demande de reprise d'exploitation du commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Simply Market » situé à Nouméa.

II. Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant

A. Contrôlabilité de l'opération

3. Conformément à l'article Lp.432-1 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie (ci-après, le « code de commerce ») :

« Est soumis au régime d'autorisation défini par le présent chapitre :

4° toute reprise, par un nouvel exploitant, d'un magasin de commerce de détail dont la surface de vente supérieure est supérieure à 350 m² sauf lorsque l'opération constitue une opération de concentration notifiable au sens des articles Lp. 431-1 et Lp. 431-2. [...] »

4. En l'espèce, l'opération n'est pas une opération de concentration et a pour objectif la reprise par un nouvel exploitant d'un commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface de vente de [...]m².
5. En ce qu'elle entraînera la reprise par un nouvel exploitant d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente de plus de 350 m², la présente opération constitue une opération visée à l'article Lp. 432-1 du code de commerce soumise à autorisation préalable du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie.

B. Présentation de l'exploitant

6. Mme Ng et M.Gehin sont deux personnes physiques, nouveaux entrants sur le marché de la distribution alimentaire.
7. Les futurs exploitants ne détiennent aucune autre activité économique ni parts sociales de société en activité générant du chiffre d'affaires en Nouvelle-Calédonie ou sur tout autre territoire.

III. Délimitation des marchés pertinents

8. 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) délimités conformément aux principes du droit de la concurrence.
9. En l'espèce, les marchés concernés par l'opération relèvent du secteur de la distribution à dominante alimentaire.
10. En effet, environ [80-90] % du chiffre d'affaires du magasin Simply Market, soit [...]m² de surface de vente, seront dédiés à la distribution de produits alimentaires, le reste soit [...]m², sera consacré à un univers Bazar/produits d'entretien. Au regard de la surface de vente réduite consacrée au bazar-textile, la création de cette surface de vente n'est pas de nature à affecter de manière sensible les marchés

relatifs à la distribution de produits non alimentaires. Il n'y a donc pas lieu d'analyser les effets de l'opération sur les marchés non alimentaires¹. L'opération sera ainsi analysée uniquement sur les marchés relatifs à la distribution au détail de produits alimentaires.

11. Selon la pratique constante des autorités de concurrence, deux catégories de marchés peuvent être délimitées dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire. Il s'agit, d'une part, des marchés « aval », de dimension locale, qui mettent en présence les entreprises de commerce de détail et les consommateurs pour la vente des biens de consommation (B) et, d'autre part, des marchés « amont » de l'approvisionnement mettant en relation les entreprises de commerce de détail et leurs fournisseurs (A). Le test de concurrence défini à l'article Lp. 432-4 du code de commerce, calqué sur celui du contrôle des concentrations, implique une double analyse du marché de la distribution, en imposant à l'autorité en charge de ce contrôle d'examiner si l'opération est de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment, d'une part, par création ou renforcement d'une position dominante (marché de détail) et, d'autre part, par création ou renforcement d'une puissance d'achat (marché de l'approvisionnement).

A. Marchés amont de l'approvisionnement

1. Les marchés de produits

12. Sur les marchés de l'approvisionnement, trois segmentations principales sont possibles, en fonction des produits concernés, en fonction des circuits de distribution et, pour ce qui concerne les marchés ultra-marins, en fonction de l'éventuelle présence de grossistes-importateurs.
13. Plus spécifiquement, s'agissant des marchés de gros ultramarins relatifs aux départements et régions d'Outre-mer l'Autorité a envisagé l'existence d'un marché de la distribution de gros aux grandes et moyennes surfaces alimentaires (GMS) à l'échelle de chaque DOM et/ou de la zone Antilles-Guyane, correspondant à l'activité des grossistes-importateurs. Cette analyse paraît s'appliquer au marché calédonien. Cependant, la partie notifiante n'étant pas présente sur le marché de gros, il n'y a pas lieu d'appréhender ce marché en l'espèce.
14. Par ailleurs, du fait notamment de la forte spécialisation des grossistes-importateurs, la pratique décisionnelle² nationale a retenu une segmentation des marchés de distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires à destination des GMS par grandes familles de produits (boissons, produits frais, produits secs, produits surgelés, produits périssables en libre-service, droguerie-parfumerie-hygiène, etc.).
15. En tout état de cause, la délimitation exacte des marchés d'approvisionnement peut être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées, quelle que soit la délimitation retenue. L'analyse concurrentielle portera sur le marché global de l'approvisionnement.

2. Délimitation géographique

16. Les autorités de concurrence, tant communautaire que nationale, considèrent que la délimitation géographique des marchés de l'approvisionnement est essentiellement nationale tout en n'excluant pas que pour certaines catégories de produits, en raison de leur fragilité notamment, la dimension du marché puisse être plus étroite.
17. S'agissant néanmoins des territoires outre-mer, et notamment les départements d'outre-mer, l'Autorité de la concurrence, dans son avis 09-A-45 du 8 septembre 2009 *relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les départements outre-mer*, a souligné le caractère très spécifique des circuits d'approvisionnement en produits de grande consommation et ses effets sur l'équilibre concurrentiel des marchés concernés. Elle relève qu'une partie de

¹ cf arrêté du gouvernement N°2014/965-GNC relatif à la demande d'agrandissement du magasin STYLECO situé au centre commercial PLEXUS dans lequel la pression concurrentielle d'un supermarché de près de 1000m² a été exclue sur le segment du textile car le linéaire consacré était trop peu important pour être significatif.

² Voir la décision de l'Autorité de la concurrence N°11-DCC-173, relative à la cession du fonds de commerce de la SED Saint François aux sociétés Carcom et Etablissements Jacques Nouy.

l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire provient de producteurs locaux, afin notamment de satisfaire aux goûts et habitudes alimentaires locales mais aussi de limiter les coûts d'importation dont celui du fret maritime et de l'octroi de mer (ce dernier étant spécifique aux DOM, la Nouvelle Calédonie dispose d'un régime particulier de taxes à l'importation). Ces conclusions sont aisément transposables au marché calédonien qui se révèle être encore plus étroit que celui des DOM Antilles/Guyane notamment.

18. On notera par ailleurs que l'Autorité de la concurrence, dans son rapport en date du 21 septembre 2012, *relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation en Nouvelle Calédonie*, souligne que l'approvisionnement de la grande distribution favorise le circuit long auprès d'importateurs-grossistes pour des questions de gestion de stocks et de dates limites de consommation plutôt que l'approvisionnement par le circuit court (ou encore « circuit désintermédié ») auprès des centrales d'achats métropolitaines.
19. Au cas d'espèce, la partie notifiante n'est pas présente en tant que vendeur sur les marchés de l'approvisionnement.
20. Celle-ci s'approvisionnera, à hauteur de [90-100]% de ses dépenses totales d'approvisionnement auprès de fournisseurs locaux et de grossistes-importateurs, et à hauteur de [0-10]% auprès de [...].
21. Aussi, il peut légitimement être considéré que les marchés de l'approvisionnement en cause au regard de cette opération sont de dimension territoriale (circonscrits à la Nouvelle-Calédonie), dans la mesure où les principaux achats sont effectués auprès d'une centrale d'achats basée en Nouvelle-Calédonie (ou d'autres grossistes-importateurs) et de producteurs locaux.

B. Marchés aval de la distribution de détail à dominante alimentaire

1. Les marchés de services

22. La pratique décisionnelle des autorités de concurrence distingue au sein du marché aval de la vente au détail deux principales catégories de points de vente :
 - Les commerces à dominante alimentaire, dont plus d'un tiers du chiffre d'affaires provient de la vente de produits alimentaires,
 - Les commerces non alimentaires, dont le chiffre d'affaires réalisé avec les produits alimentaires est inférieur à ce seuil.
23. L'offre alimentaire généraliste proposée par les commerces à dominante alimentaire permet aux consommateurs de se procurer un ensemble complet de produits principalement alimentaires en un temps limité et dans un espace unique.
24. En ce qui concerne la vente au détail des biens de consommation courante, les autorités de concurrence, tant communautaire que nationale, ont distingué six catégories de commerce en utilisant plusieurs critères, notamment la taille des magasins, leurs techniques de vente, leur accessibilité, la nature du service rendu et l'ampleur des gammes de produits proposés : (i) les hypermarchés (magasins à dominante alimentaire d'une surface de vente supérieure à 2 500 m²), (ii) les supermarchés (entre 400 et 2 500 m²), (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail ou supérettes (entre 120 et 400 m²), (v) les maxi discompteurs, (vi) la vente par correspondance.
25. Ces seuils doivent cependant être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce. Des magasins dont la surface est située près de ces seuils, soit au-dessus, soit au-dessous, peuvent se trouver, dans les faits, en concurrence directe.
26. Si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité, les autorités de concurrence considèrent en général qu'il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories. S'agissant des hypermarchés et des supermarchés, il peut ainsi être distingué :
 - un marché comprenant uniquement les hypermarchés ;

- un marché comprenant les supermarchés et les formes de commerce équivalentes (hypermarchés, hard discount et magasins populaires) hormis le petit commerce de détail (moins de 400 m²).

27. S'agissant des supérettes de détail, il existe également une relation concurrentielle asymétrique avec les autres formes de commerce. Selon la configuration géographique, un hypermarché, un supermarché ou un magasin de hard discount peut être habituellement utilisé par certains consommateurs comme un magasin de proximité, en substitution d'une supérette, tandis que la réciproque n'est pas vraie. En d'autres termes, si les hypermarchés et les supermarchés exercent une vive concurrence sur le petit commerce de détail (moins de 400 m²), la réciproque n'est presque jamais vérifiée. De manière analogue, si l'on considère en général, qu'un hypermarché entre en concurrence avec les supermarchés situés sur son marché géographique, la réciproque n'est pas non plus vérifiée.
28. Aussi, la pression concurrentielle que peuvent exercer les petits magasins de proximité se doit d'être appréciée au cas par cas, selon le format du magasin en cause et sa localisation³. A ce titre, la pratique décisionnelle⁴ de l'Autorité a relevé que les petits libres-services (d'une surface inférieure à 120 m²) offraient un assortiment et un niveau de prix susceptibles de limiter leur capacité à concurrencer durablement les supérettes (120 à 400 m²) et, a fortiori, les supermarchés ou les hypermarchés.
29. Cependant, la particularité du marché de détail à dominante alimentaire de la Nouvelle Calédonie a été soulignée, mettant en évidence le poids du petit commerce de proximité et le rôle particulièrement important qu'il joue dans les zones les plus isolées et les moins peuplées du territoire où les groupes de distribution ne s'implantent pas ou peu à ce stade⁵, c'est-à-dire, à ce jour, sur le territoire de la Nouvelle Calédonie à l'exclusion du Grand Nouméa.
30. Au cas d'espèce, l'opération concerne la reprise d'un fonds de commerce d'une surface de vente de [...] m² sous enseigne « Simply Market ». Ce magasin rentre donc dans la catégorie des supermarchés.
31. En tout état de cause, la question de la délimitation précise des marchés avals de la distribution à dominante alimentaire peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.

2. Délimitation géographique

32. Un marché pertinent géographique est un territoire sur lequel sont offerts et demandés des biens et des services pour lesquels les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes et qui peut être distingué de zones géographiques voisines, dans la mesure où, en particulier, les conditions de concurrence y diffèrent de manière appréciable.
33. Analysés du point de vue aval, et dans la mesure où ils mettent en relations des acteurs de la distribution de détail et les consommateurs finaux, les marchés géographiques pertinents dans le secteur du commerce de détail sont de dimension locale, correspondant à la zone de chalandise du magasin en cause. L'analyse d'une opération, en particulier dans le secteur du commerce de détail à dominante alimentaire, peut cependant être réalisée à deux niveaux : sur une zone dite « primaire », correspondante à la zone sur laquelle l'attractivité est la plus forte, puis une zone dite « secondaire ».
34. La pratique décisionnelle considère qu'en matière de commerce de détail à dominante alimentaire, en ce qui concerne les supermarchés, les conditions de la concurrence doivent en principe s'apprécier sur un marché où se rencontrent la demande de consommateurs et l'offre des supermarchés et formes de commerce équivalentes situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture. Ces dernières formes de commerce peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs.

³ Avis N°13-A-20 du 7 novembre 2013 relatif au projet d'agrandissement du principal magasin de distribution alimentaire de Saint-Barthélemy qui mentionne que des supérettes sur l'île peuvent exercer une pression concurrentielle sur le supermarché SUPER U de 800 m²

⁴ Décision de l'Autorité de la concurrence N°14-DCC – 30 du 6 mars 2014 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Carrefour Proximité France de 129 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire : parag. 7 à 11.

⁵ Rapport de l'Autorité de la concurrence relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation en Nouvelle Calédonie, parag. 133 page 37

35. En l'espèce, l'analyse concurrentielle sera conduite, au premier chef, sur le marché correspondant à un temps de trajet maximum de 15 minutes en voiture autour du supermarché soit du village de la Tamoia jusqu'à Tomo.

IV. Analyse concurrentielle

36. Conformément aux dispositions 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* ».
37. Ainsi, conformément à ce test de concurrence, l'analyse concurrentielle doit permettre d'apprécier les risques d'atteinte à la concurrence sur les marchés de détail (A), notamment afin de vérifier si l'opération crée ou renforce une position dominante, et sur les marchés de l'approvisionnement (B), afin de déterminer notamment si l'opération crée ou renforce une puissance d'achat. A cette fin, l'analyse des parts de marché aura un rôle particulièrement déterminant.
38. La partie notifiante n'étant pas présente sur le marché de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires à destination des GMS, il n'y a donc pas d'effets verticaux à examiner dans le cadre de cette opération⁶.

A. Analyse concurrentielle sur les marchés aval de la distribution de détail à dominante alimentaire

39. Du fait de la spécificité de la zone de chalandise étudiée (absence de villes importantes, concentration faible de population), le tissu économique présent sur cette zone est très faible. Ainsi seulement deux autres commerces alimentaires ont été répertoriés disposant de surfaces de vente d'environ [...] m².
40. Du fait de sa surface de vente importante de [...] m² comparée à la concurrence présente sur zone, le magasin « Simply Market » dispose d'une part de marché de [85-100]% sur la zone de chalandise étudiée.
41. Cependant, la reprise d'exploitation du commerce de détail à enseigne « Simply Market » n'entraîne aucune modification sur les parts de marché actuelles, puisque ce magasin est déjà en exploitation n'affectant pas ainsi la concurrence sur la zone de chalandise étudiée.
42. De plus, du fait de la présence faible de commerces alimentaires dans cette zone, ce magasin offre un service important aux consommateurs qui ne sont donc pas dans l'obligation de parcourir de nombreux kilomètres pour atteindre le grand Nouméa et pouvoir se fournir en produits alimentaires variés.
43. Par ailleurs, les futurs exploitants sont des nouveaux entrants sur le marché de la distribution alimentaire et ne possèdent aucune autre activité économique sur le territoire favorisant ainsi l'entrée d'un nouveau concurrent sur ce marché.
44. La contribution à l'activité économique de la zone et le maintien d'une offre importante de produits proposés aux consommateurs, permettent ainsi de compenser la présence de parts de marché élevées.
45. En conséquence, de par la qualité de nouvel entrant sur le marché de la distribution à dominante alimentaire de la partie notifiante, et au regard des parts de marchés déjà détenues dans la zone de chalandise primaire et qui ne seront pas modifiées par le changement d'exploitant, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur ce marché aval de distribution à dominante alimentaire.

⁶ Il y a effet s verticaux lorsque la ou les parties à l'opération sont présentes à différents niveaux de la chaîne de valeur (le distributeur a une activité de producteur et/ou de grossiste pour des produits susceptibles d'être distribués).

B. Analyse concurrentielle sur les marchés amont de l'approvisionnement

46. L'opération n'aura aucun impact sur le marché de l'approvisionnement, puisque les capacités d'achat des futurs exploitants seront les mêmes qu'actuellement. En effet, le magasin continuera de s'approvisionner auprès de fournisseurs locaux et de grossistes-importateurs pour [90-100]% de ses achats et auprès de la [...] à hauteur de [0-10]% pour les produits à marque Auchan.
47. L'approvisionnement auprès d'acteurs locaux représente [...] FCFP. Compte tenu de la dimension territoriale du marché local de l'approvisionnement et de la présence de nombreuses enseignes concurrentes et pour certaines d'entre elles de tailles bien supérieures à la cible, cette opération n'est pas susceptible de renforcer significativement la puissance d'achat de la notifiante, tous produits confondus comme par grands groupes de produits.
48. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est pas de nature à créer ou renforcer une puissance d'achat et à restreindre l'accès à l'approvisionnement des produits pour les opérateurs concurrents sur ces marchés.
49. Il convient cependant de souligner que ce constat ne préjuge pas de l'éventuelle application de l'article Lp. 421-2-1 du code de commerce qui prohibe « les accords ou pratiques concertées ayant pour objet ou pour effet d'accorder des droits exclusifs d'importation à une entreprise ou à un groupe d'entreprises ».

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

50. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant dans la reprise d'exploitation par Mme Ng et M.Gehin du commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Simply Market » situé à la Tontouta n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence.
51. 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.* »
52. Par ailleurs, l'autorisation ne fait pas non plus obstacle à la mise en œuvre de l'article 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.
53. 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.
54. 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 en la reprise d'exploitation du commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Simply Market » d'une surface de vente de [...] m² et situé à la Tontouta, par Mme Ng et M.Gehin