

REPUBLIQUE FRANCAISE

NOUVELLE-CALEDONIE

-----  
GOUVERNEMENT  
-----

N° 2017 - 2085 /GNC

du 12 SEP. 2017



Ampliations :

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

**ARRETE**

**relatif à la création et la mise en exploitation par la SARL Home Dépôt d'un commerce de détail d'une surface de vente de 700 m<sup>2</sup> à enseigne Home Dépôt, situé à Nouméa**

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 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 13 juillet 2017, par M. Nicolas Leroux, responsable juridique de la société Home Dépôt, portant le numéro d'instruction 2017-EC-003 consistant en la création et mise en exploitation d'un commerce de détail à enseigne « Home Dépôt » d'une surface de vente de 700 m<sup>2</sup> situé 9, rue Ernest Forest, à Ducos, commune de Nouméa ;

Vu le courrier n° CS17-3151-754 DAE du 13 juillet 2017 reconnaissant la complétude du dossier de notification à compter du 13 juillet 2017 ;

Vu le communiqué concernant le résumé de l'opération contenu dans le dossier de notification, publié le 17 juillet 2017 sur le site internet de la direction des affaires économiques de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu le test de marché adressé les 18, 19 et 26 juillet 2017 aux concurrents du futur magasin concerné ;

Vu le rapport de motivation du gouvernement n° AG17-3151-001234 annexé au présent arrêté concernant le dossier référencé sous le numéro 2017-EC-003 ;

Considérant que l'opération, en ce qu'elle entraînera l'ouverture d'un commerce de détail d'une surface de vente de 700 m<sup>2</sup>, 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 bazar et décoration, et de l'art de la table, concernés par l'opération notifiée ;

Considérant que l'analyse concurrentielle, développée dans le rapport de motivation n° AG17-3151-001234 annexé au présent arrêté, a conclu que l'opération notifiée, consistant en une demande d'ouverture d'un magasin d'une surface de vente de 700 m<sup>2</sup> sous enseigne « Home Dépôt » sur la commune de Nouméa, ne laisse subsister aucun doute sérieux d'atteinte à la concurrence,

## **ARRETE**

**Article 1<sup>er</sup>** : L'opération consistant en l'ouverture d'un commerce de détail, sous enseigne « Home Dépôt », d'une surface de vente de 700 m<sup>2</sup> sur la commune de Nouméa, sis 9 rue Ernest Forest, telle que présentée dans le dossier de notification référencé sous le n° 2017-EC-003, est autorisée.

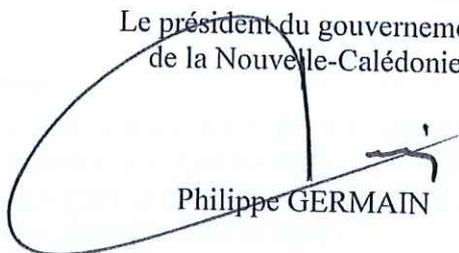
**Article 2** : La présente autorisation est délivrée conformément à l'article Lp. 432-1 et suivants du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie, sans préjudice de l'éventuelle application des autres réglementations en vigueur en Nouvelle-Calédonie, notamment les dispositions du livre IV du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie.

**Article 3** : Le présent arrêté ainsi que le rapport de motivation du gouvernement annexé n° AG17-3151-001234 seront notifiés à l'intéressé afin de tenir compte de son intérêt légitime à occulter ses secrets d'affaires.

**Article 4** : À compter de la réception des observations de l'intéressé, le présent arrêté ainsi que son rapport de motivation n° AG17-3151-001234 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

NOUVELLE-CALEDONIE

-----  
GOUVERNEMENT  
-----

Nouméa, le 12 septembre 2017

N° AG17-3151-001234

ANNEXE

**RAPPORT DU GOUVERNEMENT DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE  
RELATIF À LA CRÉATION ET MISE EN EXPLOITATION PAR LA SARL HOME  
DEPOT, D'UN COMMERCE DE DÉTAIL D'UNE SURFACE DE VENTE DE 700 M<sup>2</sup> À  
ENSEIGNE « HOME DEPOT », SITUÉ À NOUMEA**

<b>I. La saisine</b> .....	5
<b>II. Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant</b> .....	5
A. Contrôlabilité de l'opération .....	5
B. Présentation du notifiant .....	5
<b>III. Délimitations des marchés pertinents</b> .....	6
A. Définition .....	6
B. Marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar-décoration et d'art de la table .....	7
C. Marchés aval de la distribution de produits de bazar-décoration et d'art de la table .....	7
<b>IV. Analyse concurrentielle</b> .....	10
A. Sur le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar-décoration et d'art de la table .. .....	10
B. Sur les marchés aval de la distribution au détail de produits de bazar-décoration et d'art de la table .....	10
<b>V. Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence</b> .....	12

11 OCT. 2017

CONTRÔLE DE LÉGALITÉ

## I. La saisine

1. Par dépôt d'un dossier de notification le 13 juillet 2017, référencé sous le numéro 2017-EC-003, déclaré complet à cette même date, M. Nicolas Leroux, représentant la Sarl Home Dépôt, sollicite l'autorisation du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie pour l'ouverture d'un nouveau commerce de détail sous enseigne « Home Dépôt », d'une surface de vente de 700 m<sup>2</sup>, sis 9 rue Ernest Forest, centre commercial Forest à Ducos, sur la commune de Nouméa. Ce magasin sera spécialisé dans la vente de produits de bazar et décoration, et d'art de la table.

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

### A. Contrôlabilité de l'opération

2. 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 :*

*1° toute mise en exploitation d'un nouveau magasin de commerce de détail, lorsque sa surface de vente est supérieure à 350 m<sup>2</sup> ».*

3. En l'espèce, l'opération a pour objectif la mise en exploitation d'un nouveau magasin de commerce détail, sous enseigne « Home Dépôt », d'une surface de vente de 700 m<sup>2</sup>. En ce qu'elle consiste en l'ouverture d'un nouveau magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 350 m<sup>2</sup>, l'opération notifiée 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 du notifiant

4. La Sarl Home Dépôt, représentée par M. Nicolas Leroux, a été créée en juin 2017 pour exploiter le futur magasin. Elle fait partie de la holding SAAF. Elle est détenue par trois actionnaires :

- La société SAAF détient 98 % des parts sociales ;
- Monsieur Nicolas LEROUX détient 1 % des parts sociales ;
- Monsieur Olivier LEROUX détient 1 % des parts sociales.

5. La Sarl SAAF est la société holding du groupe familial Leroux, détenue à 100 % par M. Olivier Leroux. Elle détient directement ou indirectement la majorité du capital dans huit sociétés actives dans le domaine de la quincaillerie et de la vente d'outillage réparties sur l'ensemble de la Grande Terre en Nouvelle-Calédonie :

- Nouméa : « Quincaillerie calédonienne », « Société d'Exploitation Ducos Quincaillerie (SEDQ) » et « Société d'importation technique (Sitec) » ;
- La Foa : « Méaré Quincaillerie » et « Quincaillerie Le broussard » ;
- Païta : « Païta Bricolage » ;
- Koné : « Koné Quincaillerie » ;
- Pouembout : « Quincaillerie VKP ».

6. La Sarl Home Dépôt a pour objectif, grâce à l'ouverture de ce commerce de détail, d'exploiter un local commercial de 850 m<sup>2</sup> à Ducos, appartenant au groupe, qui est vacant depuis le départ de la société Villa en 2014. Cette société le louait et l'exploitait pour la vente d'articles de décoration et d'art de la table.
7. D'autre part, en intégrant le domaine de la vente au détail d'articles de bazar et décoration, et d'art de la table, le groupe entend se diversifier, tout en s'appuyant sur son savoir-faire en matière d'importation de marchandise, de logistique et de commercialisation.

### *III. Délimitations des marchés pertinents*

---

#### *A. Définition*

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, doit être réalisée sur un (ou des) marché(s) pertinent(s) délimités conformément aux principes du droit de la concurrence.
9. La définition des marchés pertinents constitue une étape essentielle du contrôle des structures de marché, dans la mesure où elle permet d'identifier, dans un premier temps, 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.
10. En matière de distribution, les autorités de concurrence retiennent généralement deux catégories de marchés : ceux qui mettent en présence les entreprises du commerce de détail et les consommateurs pour la vente des biens (les marchés aval) et ceux de l'approvisionnement de ces mêmes biens (les marchés amont). Ces deux catégories de marchés correspondent au champ d'application du test de concurrence défini à l'article Lp. 432-4 du code de commerce qui, calqué sur celui du contrôle des concentrations, implique une double analyse du marché de la distribution.
11. 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.
12. En l'espèce, l'enseigne « Home Dépôt » sera un commerce de détail présent dans le secteur de l'équipement de la maison, spécialisé dans le bazar-décoration et l'art de la table. Ces produits sont autant de marchés qu'il convient de délimiter pour connaître l'impact de l'opération sur le marché géographique pertinent.

## **B. Marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar-décoration et d'art de la table**

### **1) Délimitation des marchés de produits**

13. La pratique décisionnelle constante des autorités de concurrence considère que la délimitation des marchés de l'approvisionnement s'opère généralement du point de vue du fournisseur. En principe, les fournisseurs fabriquent des produits particuliers et ne sont pas en mesure de se reconverter facilement dans la fabrication d'autres produits. Au niveau des approvisionnements, on peut considérer qu'il existe autant de marchés que de familles ou groupes de produits sur lesquels porte la négociation, chaque distributeur pouvant mettre en concurrence les divers fournisseurs sur chacun des marchés<sup>1</sup>.
14. En ce qui concerne plus spécifiquement l'approvisionnement en produits électrodomestiques, d'ameublement et de bazar et de décoration, les autorités de concurrence, prenant en considération l'organisation des divisions « achat » des distributeurs, ont identifié les marchés suivants : (i) meubles, (ii) bazar-décoration, (iii) petit électroménager, (iv) gros électroménager, (v) appareils photo/cinéma, (vi) appareils Hi-fi/son, (vii) appareils TV/vidéo<sup>2</sup>.
15. En l'espèce, l'exploitant est actif, en tant qu'acheteur, sur le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar-décoration.

### **2) Délimitation du marché géographique**

16. En ce qui concerne les marchés de l'approvisionnement, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence retient une dimension au moins nationale, voire européenne<sup>3</sup>.
17. Au cas d'espèce, l'enseigne Home Dépôt prévoit de s'approvisionner exclusivement sur les marchés internationaux, avec une part importante de fournisseurs en France, ainsi qu'en Europe, en Asie et en Australie. La part des achats réalisés au niveau de la Nouvelle-Calédonie sera nulle.
18. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

## **C. Marchés aval de la distribution au détail de produits de bazar-décoration et d'art de la table**

### **1) Délimitation des marchés de produits**

#### 1.1 Définition

19. Dans le secteur de la distribution de produits alimentaires ou non alimentaires, les marchés sont généralement abordés sous deux angles : soit en analysant un marché large, comprenant l'ensemble des produits appartenant à une même famille, soit plusieurs marchés plus étroits, circonscrits à des « sous-familles » comprises au sein de ce marché large. Une telle sous-

<sup>1</sup> Voir, par exemple, la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-78 du 18 mai 2011 relative à l'acquisition du groupe Titouan par le groupe Conforama, point 19.

<sup>2</sup> Voir les décisions n° 12-DCC-65 du 22 mai 2012 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Mosaic Services SASU des sociétés Heytens Centrale SA, Decofra SA, Decobelge SA, Decor Heytens SA et de leurs filiales, et n° 11-DCC-78 précitée, point 21 et les décisions citées.

<sup>3</sup> Voir la décision n° 12-DCC-65 précitée, point 19.

segmentation se justifiera notamment lorsque d'importantes différences existeront au sein d'une même famille de produits, en termes de prix, de caractéristiques ou encore de besoins, et compte tenu de la substituabilité du côté de l'offre.

20. La société Home Dépôt sera active dans le secteur de l'équipement de la maison. Compte tenu des familles de produits qui seront vendues au sein du futur commerce de détail à enseigne Home Dépôt, deux catégories de marchés de ce secteur sont concernées par l'opération notifiée : les marchés relatifs au bazar-décoration et à l'art de la table.

### 1.2 Les produits de bazar et décoration

21. Les produits d'ameublement et de décoration regroupent tous les produits destinés à meubler les pièces d'un logement (chaises, canapés, tables, éléments de cuisine, éléments de salles de bains, literie, buffets, rangements, bureaux, etc.) ainsi que tous les produits destinés à décorer ce logement (rideaux, tapis, luminaires, divers objets de décoration, etc.)<sup>4</sup>.
22. La pratique décisionnelle nationale distingue la vente au détail de produits d'ameublement de la vente au détail de produits de bazar et de décoration, en raison de différences dans l'assortiment des offreurs, dans le comportement d'achat ainsi que dans les fonctions des produits concernés, les deux catégories de produits étant complémentaires et non substituables<sup>5</sup>. Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a également repris cette distinction<sup>6</sup>.
23. La partie notifiante proposera effectivement des produits destinés à décorer, organiser et améliorer une habitation, notamment du linge de maison, des objets de salle de bains, des objets de décoration, des boîtes de rangement. Toutefois, elle ne proposera pas de produits de petit ameublement.
24. Par ailleurs, s'agissant de la vente au détail de produits de bazar et décoration, la pratique décisionnelle nationale a retenu une segmentation par canal de distribution et a distingué la vente en magasins de la vente à distance, tous canaux de vente à distance confondus. S'agissant de la vente en magasins, la pratique décisionnelle nationale a retenu une segmentation selon le format et la taille des magasins, entre les grandes surfaces alimentaires (GSA), les grandes surfaces spécialisées (GSS) et les commerces de proximité<sup>7</sup>. Pour sa part, le gouvernement de Nouvelle-Calédonie a également envisagé une segmentation en fonction du format du magasin<sup>8</sup>.
25. Le format et la taille des magasins sont en effet des critères importants de délimitation des marchés car ils déterminent notamment l'aptitude du point de vente considéré à commercialiser un plus ou moins grand nombre de produits ou à offrir certains services annexes (parking, etc.). Les GSS se distinguent notamment des GSA et du commerce de proximité car elles proposent des gammes de produits et des assortiments plus étendus que les commerces de proximité et, dans une moindre mesure, que les GSA. Par conséquent, lorsqu'une opération concerne une GSS, l'Autorité de la concurrence nationale n'intègre en général ni les GSA ni les commerces de proximité dans le marché pertinent, lorsqu'il ressort de l'instruction que la pression concurrentielle que ces acteurs exercent sur les GSS, notamment sur leurs prix, n'est pas suffisamment significative.

---

<sup>4</sup> Voir la décision n° 12-DCC-65 précitée, point 7.

<sup>5</sup> Ibid., point 8 et les décisions citées.

<sup>6</sup> Voir l'arrêté n° 2014-2327/GNC du 9 septembre 2014 relatif à l'ouverture d'un magasin de commerce de détail sous enseigne Villa d'une surface de 600 m<sup>2</sup>.

<sup>7</sup> Voir la décision n° 12-DCC-65 précitée, point 9 et les décisions citées.

<sup>8</sup> Voir l'arrêté n° 2014-2327/GNC du 9 septembre 2014 précité.

26. Toutefois, les catégories de commerce ne sont pas forcément étanches du point de vue concurrentiel. D'une manière générale, l'analyse concurrentielle doit être fondée sur l'appréciation de la contrainte concurrentielle qu'exercent, dans les faits, au regard des caractéristiques de chaque marché et des habitudes de consommation, les commerces de proximité ou les GSA vis-à-vis des GSS concernées. En l'espèce, considérant que les achats faits en GSA sont plus souvent des achats d'impulsion ou réalisés en complément des achats alimentaires, l'entreprise notificante elle-même estime que les GSA ne doivent pas être incluses.
27. Le futur magasin concerné par la présente opération, d'une surface de 700 m<sup>2</sup>, appartient à la catégorie des grandes surfaces spécialisées (GSS) et proposera à la vente au consommateur final un large assortiment de produits tout au long de l'année.
28. L'Autorité de la concurrence nationale a enfin envisagé, sans toutefois se prononcer, une segmentation plus fine du marché de la vente au détail de produits de bazar et de décoration, en fonction de la gamme de produits proposés (« bas de gamme » et « moyenne gamme » / « haut de gamme »), ou en fonction de la catégorie des produits offerts (tels que rideaux, tapis, luminaires, etc.)<sup>9</sup>. Pour sa part, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a également envisagé une telle segmentation sans toutefois se prononcer<sup>10</sup>.
29. En l'espèce, il n'est toutefois pas nécessaire de se prononcer sur la définition exacte du marché de la distribution au détail des produits de bazar et de décoration, qu'il s'agisse du format de magasin ou des gammes de produits, dans la mesure où les conclusions de l'analyse demeureront inchangées, quelle que soit la délimitation envisagée.
30. En vertu du principe d'économie procédurale, et afin d'apprécier les effets les plus sensibles de l'opération sur les marchés concernés, l'analyse concurrentielle de la présente opération ne prendra cependant en compte que les GSS d'une surface de vente égale ou supérieure à 100 m<sup>2</sup>, qui exercent une pression concurrentielle significative.

### 1.3 Les produits de l'art de la table

31. A l'occasion d'une précédente opération, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a identifié un marché de la distribution de produits des arts de la table qui correspond aux « *arts associés à la cuisine et la décoration de l'espace ou du lieu de vie dédiés aux plaisirs gastronomiques ou œnologiques. Dans le commerce et la distribution, le terme « d'arts de la table » regroupe l'ensemble des articles culinaires vendus en magasin tels que les verres, assiettes, couverts de tables, ustensiles de cuisines, linge de tables, etc.* »<sup>11</sup>.
32. En l'espèce, l'enseigne Home Dépôt distribuera des produits en relation avec la cuisine, la décoration de la table, la vaisselle et le linge de table.

## 2) **Délimitation des marchés géographiques**

33. Dans le secteur du commerce de détail, les marchés géographiques pertinents sont de dimension locale, correspondant à la zone de chalandise du magasin en cause. En général, la zone de chalandise est d'autant plus étendue que la taille du magasin est importante. La force d'attraction des grandes surfaces spécialisées, qui sont dotées d'une surface de vente étendue et proposent une gamme complète de produits, implique des zones de chalandise larges, dont le rayon peut atteindre

<sup>9</sup> Voir la décision n° 12-DCC-65 précitée, point 11.

<sup>10</sup> Voir l'arrêté n° 2014-2327/GNC du 9 septembre 2014 précité.

<sup>11</sup> Voir l'arrêté n° 2014-2327/GNC du 9 septembre 2014 précité.

une trentaine de minutes de trajet en voiture. A l'inverse, les commerces de proximité auront des zones de chalandise en principe plus réduites. De plus, la nature des produits a également un impact sur la zone de chalandise. On distingue ainsi en général les biens de consommation à faible montant unitaire, achetés fréquemment (dits produits de grandes consommations), des produits à prix plus élevé et d'achat peu fréquent (dits biens durables). Pour ces derniers, les consommateurs seront en général susceptibles de consentir à des déplacements plus longs : les zones de chalandises pourront ainsi être plus étendues<sup>12</sup>.

34. Le marché géographique concerné par l'opération est celui du Grand Nouméa. Dans la mesure où il exploite des quincailleries sur Nouméa, le notifiant dispose de données, telles que les comptes clients et comptes fidélité et chèques, pour délimiter cette zone de chalandise.
35. Le test de marché a confirmé cette délimitation géographique des marchés.
36. Par conséquent, l'analyse concurrentielle sera menée sur la zone géographique du Grand Nouméa, zone sur laquelle l'opération est susceptible d'emporter ses effets les plus sensibles.
37. En tout état de cause, dans la mesure où les conclusions de l'analyse demeurent inchangées, il n'est pas nécessaire de trancher définitivement la question de la délimitation géographique de ces marchés.

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

---

##### ***A. Sur le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar-décoration et d'art de la table***

38. 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* ».
39. En l'espèce, l'opération n'aura qu'un faible impact sur le marché amont de l'approvisionnement en produits de bazar-décoration et d'art de la table, dans la mesure où l'enseigne « Home Dépôt » ne représente qu'une part insignifiante des achats parmi la multitude d'acheteurs présents sur ce marché.
40. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à créer ou renforcer une puissance d'achat ou à restreindre l'accès à l'approvisionnement des produits pour les opérateurs concurrents sur ces marchés.

##### ***B. Sur les marchés aval de la distribution au détail de produits de bazar-décoration et d'art de la table***

41. 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* ».
42. Il convient au préalable de préciser qu'il s'agit en l'occurrence d'une opération de croissance interne consistant dans la création d'un nouveau commerce de détail. L'introduction d'une

---

<sup>12</sup> Voir l'arrêté n° 2014-2327/GNC du 9 septembre 2014 précité.

nouvelle offre commerciale, portée par un nouvel opérateur entrant sur le marché, apparaît comme une opération *a priori* profitable au consommateur final, dans le sens où cette opération lui permettra d'accéder à une offre de produits supplémentaire sur le marché géographique. Ainsi, compte tenu de l'offre diversifiée en la matière, il n'y a pas lieu d'envisager des effets potentiellement négatifs de l'opération sur la structure globale du marché calédonien.

**1) Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar et décoration**

43. Sur le marché aval de la distribution au détail de produits de bazar-décoration, de nombreux opérateurs se font concurrence dans la zone de chalandise concernée, en l'occurrence le Grand Nouméa.

*Parts de marchés après l'opération*

Magasin	Surface de vente en m <sup>2</sup>	Parts de marché
Home Dépôt	375	[0 - 10 %]
Nouméa Pas Cher	1 650	[20 - 30 %]
Gifi	1 260	[10 - 20 %]
Villa	450	[0 - 10 %]
Foir'fouille	400	[0 - 10 %]
Gitem / Atlas	600	[0 - 10 %]
Alea	500	[0 - 10 %]
Le Tablier Blanc	138	[0 - 10 %]
Fly	300	[0 - 10 %]
Mr Bricolage	300	[0 - 10 %]
Conforama	200	[0 - 10 %]
First Déco	160	[0 - 10 %]

44. A l'issue de l'opération, l'exploitant, avec un seul point de vente d'une surface de vente de 375 m<sup>2</sup>, disposera d'une part de marché de l'ordre de [0 - 10 %] sur le marché de la distribution au détail de produits de bazar et décoration dans la zone de chalandise du Grand Nouméa.
45. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché local concerné de la vente au détail de produits de bazar et de décoration.

**2) Sur le marché aval de la distribution au détail de produits d'art de la table**

46. Un nombre important d'opérateurs sont actifs sur le marché aval de la distribution au détail de produits d'art de la table dans la zone de chalandise concernée, en l'occurrence le Grand Nouméa.

### Parts de marchés après l'opération

Magasin	Surface de vente en m <sup>2</sup>	Parts de marché
Home Dépôt	325	[10 - 20 %]
Nouméa Pas Cher	500	[10 - 20 %]
Gifi	450	[10 - 20 %]
Villa	150	[0 - 10 %]
Foir'fouille	100	[0 - 10 %]
Gitem / Atlas	400	[10 - 20 %]
Ambiance et Styles	300	[10 - 20 %]
Le Tablier Blanc	240	[0 - 10 %]
Alea	150	[0 - 10 %]

47. A l'issue de l'opération, l'exploitant, avec un seul point de vente d'une surface de vente de 325 m<sup>2</sup>, disposera d'une part de marché de l'ordre de [10 - 20 %] sur le marché de la distribution au détail de produits d'art de la table sur la zone de chalandise du Grand Nouméa.
48. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché local concerné de la vente au détail de produits d'art de la table.

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

49. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant dans l'ouverture d'un nouveau magasin Home Dépôt d'une surface de vente de 700 m<sup>2</sup> sur la commune de Nouméa n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés considérés.
50. 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 ».
51. Par ailleurs, l'autorisation ne fait pas non plus obstacle à la mise en œuvre des articles Lp. 421-1 du code de commerce (sur les ententes) dans le cas où une telle pratique venait à être constatée, et Lp. 421-2 de ce même code (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.

52. 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.
53. 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 dans l'ouverture d'un magasin Home Dépôt d'une surface de vente de 700 m<sup>2</sup>.



