



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

L'autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie (présidente statuant seule) ;

Vu le dossier de notification adressé complet à l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie le 27 avril 2018, relatif à la demande d'ouverture, par la Société Calédonienne de Travaux Maritime, d'un commerce de détail¹ d'une surface de vente de 770 m² sous l'enseigne « Marine Corail », sis 28, route de la Baie des Dames, Ducos, commune de Nouméa ;

Vu le livre IV du code de commerce applicable à la Nouvelle-Calédonie relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles Lp. 432-1 à Lp. 432-5 et Lp. 461-3 ;

Vu l'arrêté n° 2018-43/GNC du 9 janvier 2018 pris en application de l'article Lp. 432-6 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie concernant les modalités d'application et le contenu du dossier de notification d'une opération dans le secteur du commerce de détail ;

Vu la proposition du service d'instruction du 28 mai 2018 visant à autoriser l'opération, enregistrée sous le n° 2018-EC-04, en application du troisième alinéa du III de l'article Lp. 432-3 précité ;

Adopte la décision suivante :

I. Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant

A. Contrôlabilité de l'opération

1. 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 m² ».

¹ La superficie du local est de 1 150 m² dont 770 m² seront dédiés à la surface de vente.

2. En l'espèce, l'opération consiste en l'ouverture d'un commerce de détail d'une surface de vente de 770 m² sous l enseigne « Marine Corail », sis 28, route de la Baie des Dames, Ducos, commune de Nouméa.
3. En ce qu'elle porte sur l'ouverture 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 de l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie en vertu de l'article Lp. 432-2 de ce même code.

B. Présentation de l'exploitant

4. La SARL Société Calédonienne de Travaux Maritimes (ci-après, « SOCATRAM »), représentée par son associé-gérant M. Gérard BESSON, exploite actuellement deux magasins sous l'enseigne « Marine Corail » :
 - Le premier d'une surface de vente de 380 m², sis 26, rue du Général Mangin, commune de Nouméa, qui vend du matériel d'accastillage et du matériel nautique ;
 - Le second d'une superficie de 410 m², sis île Nou, 3 Parcelle Nouvelle Plaisance, 7 rue du Capitaine Bois, commune de Nouméa, qui vend des bateaux et annexes, moteurs, matériel d'accastillage et matériel nautique.
5. Monsieur Gérard BESSON est également associé-gérant de la SARL GBI Yachting qui vend des bateaux neufs et d'occasion.

II. Délimitation des marchés pertinents

6. L'analyse concurrentielle des effets d'une opération dans le secteur du commerce de détail au sens de l'article Lp. 432-1 du code de commerce (opération de croissance « interne »), comme celle d'une concentration au sens de l'article Lp. 431-1 (opération de croissance « externe »), doit être réalisée sur un (ou des) marché(s) pertinent(s) délimité(s) conformément aux principes du droit de la concurrence.
7. En l'espèce, le futur magasin sous l'enseigne « Marine Corail » est un magasin spécialisé dans le secteur du commerce de détail d'accastillage et de matériel nautique dont la surface de vente de 770 m² sera répartie en 490 m² dédiés au matériel nautique et 280 m² dédiés à l'accastillage.
8. Pour leur part, les marchés amont de l'approvisionnement ne feront pas l'objet d'une présentation et d'une analyse concurrentielle approfondie dans la mesure où la société SOCATRAM n'est pas présente sur ces marchés en tant que fournisseur et ne détiendra pas, à l'issue de l'opération, une part de marché supérieure à 25 %² sur les marchés aval de l'accastillage et du matériel nautique.

² Voir infra.

1. Les marchés aval de produits

9. Les autorités de la concurrence nationale et européenne n'ont pas eu l'occasion de se prononcer sur la définition des marchés de l'accastillage et du matériel nautique.
10. Le Webmagazine NOOTICA³ a défini le matériel d'accastillage ainsi : « ensemble des éléments qui équipent un bateau (guindeau, mousqueton...). L'accastillage concerne à la fois le matériel d'entretien du bateau, le matériel de navigation (compas, jumelles...) ou encore les éléments améliorant le confort à bord (matériel de cuisson, serrurerie et cadenas, ...) ». Cette définition a été validée par l'ensemble des concurrents de la SARL SOCATRAM ayant répondu au test de marché.
11. Le déclarant distribue également dans ses magasins des articles de plongée, de chasse sous-marine, de pêche, de vêtements et chaussures. Ces produits peuvent être intégrés dans le marché plus large du matériel nautique.
12. L'ensemble des concurrents présents sur le marché de la distribution au détail de matériel d'accastillage qui ont répondu au test de marché ont confirmé que les matériels nautiques et le matériel d'accastillage sont généralement vendus au sein des mêmes magasins spécialisés.
13. Compte tenu de ce qui précède, l'analyse concurrentielle portera sur les marchés de vente au détail d'accastillage et le marché de la vente au détail d'articles de matériel nautique.
14. En tout état de cause, la définition exacte de ces marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse demeureront inchangées, quelle que soit la délimitation retenue.

2. Le marché géographique

15. 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.
16. Analysés du point de vue aval, et dans la mesure où ils mettent en relation des acteurs de la distribution de détail et le consommateur final, 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.

³ Voir l'article du 1^{er} septembre 2016 du Webmagazine NOOTICA.
<http://www.nootica.fr/webzine/accastillage.html>

17. Le déclarant, compte tenu de la spécificité du matériel proposé, a délimité une zone géographique de 15 à 30 minutes environ de trajet en voiture autour du futur magasin, ce qui correspond à la zone du Grand Nouméa.
18. La quasi-totalité des concurrents qui ont répondu au test de marché ont confirmé que la zone géographique de chalandise des magasins d'accastillage et de matériel nautique s'étendait au moins à 30 minutes de trajet en voiture autour du magasin pour ce type de commerce. Pour certains elle pourrait être encore plus étendue au regard de l'offre quasiment inexistante sur le reste du territoire. Seul un concurrent a estimé que la zone de chalandise pour ce type de magasin était plus restreinte.
19. Pour les besoins de la présente opération, l'analyse concurrentielle sera menée sur une zone de chalandise englobant le grand Nouméa et la commune de Païta, ce qui correspond à une distance d'une durée de 20 à 30 minutes environ de trajet en voiture autour du magasin cible.
20. En tout état de cause, la délimitation exacte de la zone de chalandise concernée peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit l'hypothèse retenue.

III. Analyse concurrentielle

21. Conformément aux critères mentionnés au premier alinéa de l'article Lp. 432-4 du code de commerce, l'instruction doit 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* ».
22. A titre liminaire, il convient de tenir compte du fait qu'il s'agit d'une opération de croissance interne consistant dans la création d'un nouveau commerce de détail et non d'un rachat d'un commerce concurrent. Par ailleurs, l'introduction d'une nouvelle offre commerciale constitue une opération *a priori* bénéfique au consommateur, en particulier lorsqu'elle émane d'un nouvel opérateur ou d'un opérateur non présent dans la zone de chalandise concernée. Cette opération apporte au consommateur une offre supplémentaire et stimule la concurrence entre les acteurs présents en les incitant à améliorer leur offre de biens et services et/ou à diminuer leurs prix.
23. En l'espèce, s'agissant de la distribution au détail d'articles de pêche, chasse, plongée sous-marine, vêtements et chaussures, un nombre important d'opérateurs (Décathlon, Sports NC, l'Agachon, Pro pêche, Fenua pêche, Equinoxe, Deschamps, etc...) sont présents dans la zone de chalandise retenue.

24. A l'issue de l'opération, la SARL SOCATRAM qui exploitera l'enseigne « Marine Corail », détiendra une part de marché inférieure à 10 %⁴ (en surface de vente) sur le marché de la distribution au détail de matériel nautique où sont notamment présents des opérateurs à forte notoriété (l'Agachon, Pro pêche, Fenua pêche, Equinoxe, Scuba loisirs).
25. S'agissant de la distribution au détail d'accastillage, la SARL SOCATRAM détiendra, à l'issue de l'opération, une part de marché d'environ 21 %⁵ (en surface de vente). L'augmentation de sa part de marché sera de l'ordre de 7 %. Le tableau ci-après présente une estimation des parts de marché des opérateurs présents sur le marché de la distribution au détail d'accastillage, dans la zone de chalandise de 20 à 30 minutes de trajet en voiture autour du point de vente « Marine Corail » à Ducos :

Parts de marché sur le marché de la distribution au détail d'accastillage dans la zone de chalandise concernée :

Magasins	Surface de vente avant opération	Parts de marché (en %) avant opération	Surface de vente après opération	Parts de marché (en %) après opération
Marine corail centre-ville	30		30	
Marine Corail Nouville	380		380	
Marine Corail Ducos			280	
Total Marine Corail	410	14 %	690	21 %
JKR Marine Montagne coupée + Orphelinat	[...]	[10-20 %]	[...]	[10-20 %]
Limousin	[...]	[20-30 %]	[...]	[20-30 %]
Speed Marine	[...]	[10-20 %]	[...]	[10-20 %]
Boniface	[...]	[10-20 %]	[...]	[10-20 %]
Divers*	[...]	[10-20 %]	[...]	[10-20 %]
TOTAL	2950	100 %	3230	100 %

*Sont intégrés les magasins Equinoxe, Altomarine, Deschamps, Quality Boat, l'Agachon, Scuba Loisirs. Certaines quincailleries proposent également du petit matériel d'accastillage (cordages, résines, etc.).

26. Dans la zone de chalandise concernée, l'enseigne « Marine Corail » fera face à la concurrence de plusieurs magasins dont au moins trois autres points de vente d'une surface de vente supérieure à celle du nouveau magasin « Marine Corail » à Ducos (Limousin, Boniface, Speed Marine).
27. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché aval de la distribution au détail d'accastillage ni sur celui de la distribution au détail de matériel nautique dans la zone de chalandise concernée.

⁴ Les parts de marché ont été estimées à partir des éléments communiqués par la partie notifiante, confrontés aux données recueillies au cours de l'instruction.

⁵ Ibid.

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

28. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant en l'ouverture d'un commerce de détail d'une surface de vente de 770m² sous l'enseigne « Marine Corail », sis 28, route de la Baie des Dames, Ducos, commune de Nouméa, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de la distribution au détail d'accastillage ni celui de la distribution au détail de matériel nautique.

DÉCIDE

Article 1er : L'opération notifiée sous le numéro 2018-EC-04 est autorisée.

Article 2 : Conformément à l'article Lp. 450-9 du code de commerce, la présente décision occultée des secrets d'affaires sera publiée au *Journal officiel* de la Nouvelle-Calédonie.

La Présidente de l'Autorité de la concurrence,

Aurélie Zoude-Le Berre

