



**Décision n° 2019-DCC-01 du 25 avril 2019
relative au rachat par la SARL L'Atelier Gourmand Belle Vie du fonds de commerce de
boulangerie-pâtisserie appartenant à la SARL Caramel Belle Vie**

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 2 avril 2019, relatif au rachat par la SARL L'Atelier Gourmand Belle Vie, filiale à 100 % de la SAS Groupe Gourmand, du fonds de commerce de boulangerie-pâtisserie appartenant à la SARL Caramel Belle Vie ;

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. 431-1 à Lp. 431-9 et Lp. 461-3 ;

Vu l'arrêté n°2018-41/GNC du 9 janvier 2018 pris en application de l'article Lp. 431-9 du code de commerce applicable en Nouvelle-Calédonie concernant les modalités d'application et le contenu du dossier de notification d'une opération de concentration ;

Vu la proposition du service d'instruction d'autoriser la présente opération en application du deuxième alinéa du III de l'article Lp. 431-5 précité ;

Adopte la décision suivante,

I. Contrôlabilité de l'opération et présentation des entreprises concernées

A. La contrôlabilité de l'opération

1. Conformément au I de 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. [...] ».
2. En l'espèce, l'opération notifiée, qui a été formalisée par un compromis de cession de fonds de commerce en date du 14 février 2019 conclu entre la SARL Caramel Belle Vie et la SAS Groupe Gourmand, qui détient à 100 % la SARL L'Atelier Gourmand Belle Vie¹, consiste en l'acquisition par cette dernière aux termes d'une clause de substitution², du fonds de

¹ Les statuts de la SARL Caramel Belle Vie ont été enregistrés le 20 mars 2019 au service de la recette (DSF). Elle a été immatriculée au RCS le 3 avril 2019.

² Voir l'article 9 du compromis de cession de fonds de commerce en date du 14 février 2019.

commerce de boulangerie-pâtisserie-chocolaterie-glacerie, connu sous l'enseigne « Caramel Belle Vie », exploité à Nouméa PK6, Complexe « La Belle Vie », 224 rue Jacques Iékawé, par la SARL Caramel Belle Vie.

3. Seuls les éléments incorporels du fonds de commerce seront rachetés par l'acquéreur, à savoir la clientèle attachée au dit fonds ainsi que le droit au bail.
4. En ce qu'elle entraîne la prise de contrôle par la SARL L'Atelier Gourmand Belle Vie, d'une partie de la SARL Caramel Belle Vie au sens de l'article Lp. 431-1 du code de commerce, l'opération notifiée constitue une opération de concentration au sens du même article.
5. Conformément au I de l'article Lp. 431-2 du code de commerce, toute opération de concentration est soumise aux dispositions des articles Lp. 431-3 à Lp. 431-9 du même code, lorsque le chiffre d'affaires total réalisé en Nouvelle-Calédonie par les parties à l'opération est supérieur à 600 000 000 F. CFP, et que deux au moins des entreprises concernées par l'opération réalisent, directement ou indirectement, un chiffre d'affaires en Nouvelle-Calédonie.
6. En l'espèce, sur le territoire de la Nouvelle-Calédonie, la SAS Groupe Gourmand et ses quatre filiales (les SARL Labo Concept Création, Concept Pain, L'Atelier Gourmand et Le Paradis Gourmand) ont réalisé un chiffre d'affaires cumulé de [confidentiel] au cours du dernier exercice clos le 30 juin 2018, soit un chiffre d'affaires supérieur au seuil mentionné précédemment.
7. La cible, la SARL Caramel Belle Vie a, pour sa part, réalisé un chiffre d'affaires en Nouvelle-Calédonie de 27 369 691 F.CFP au cours du dernier exercice clos le 30 juin 2018.
8. Compte tenu des chiffres d'affaires réalisés par les entreprises concernées par l'opération, sans qu'il soit nécessaire de prendre en considération le chiffre d'affaires réalisé par la SAS Holdennha qui contrôle à hauteur de 100 % la SAS Groupe Gourmand, le seuil de contrôlabilité mentionné au I de l'article Lp. 431-2 du code de commerce est franchi. Cette opération est donc soumise aux articles Lp. 431-3 et suivants du code de commerce relatifs au contrôle des opérations de concentration.

B. La présentation des parties à l'opération

9. La société L'Atelier Gourmand Belle Vie est une SARL immatriculée au R.C.S. le 3 avril 2019. Elle est détenue à 100 % par la SAS Groupe Gourmand qui exerce une activité de holding. La société L'Atelier Gourmand Belle Vie a été créée dans le but d'acquérir et gérer le fonds de commerce actuellement exploité par la SARL Caramel Belle Vie.
10. La SAS Groupe Gourmand, dont le siège social se trouve à Nouméa, détient également 100 % du capital et des droits de vote de quatre autres sociétés intervenant dans le secteur de la fabrication et la commercialisation de tous produits panifiables, de viennoiseries et de pâtisseries, ainsi que dans le secteur des produits traiteurs, à savoir :
 - la SARL Labo Concept Création, située à Nouméa, qui exerce une activité de fabrication semi-industrielle de produits de pâtisseries et de produits traiteurs frais (salades, sandwiches...) à destination des boulangeries du groupe et d'une clientèle professionnelle (CHR, GMS, commerces...);
 - la SARL Concept Pain, située à Nouméa, qui exerce une activité de fabrication semi-industrielle de produits de viennoiserie et de pains frais et surgelés prêts à cuire à

destination des boulangeries du groupe (viennoiseries) et d'une clientèle professionnelle (CHR, GMS, commerces...);

- la SARL L'Atelier Gourmand, qui exploite une boulangerie-pâtisserie située 141, Route de l'Anse Vata à Nouméa ;
- la SARL Le Paradis Gourmand, qui exploite une boulangerie-pâtisserie située 51, Route du Port Despointes à Nouméa.

11. Les quatre filiales de la SAS Groupe Gourmand ont été placées en procédure de redressement judiciaire par jugements du tribunal mixte de commerce de Nouméa en date du 22 mai 2013.

12. Depuis le 30 novembre 2018, la totalité du capital social de la SAS Groupe Gourmand appartient à la SAS Holdennha, société par actions simplifiée, détenue majoritairement par M. Jean-Pierre Dang Van Nha, à hauteur de [confidentiel]³.

13. La SAS Holdennha, dont le siège social est situé à Nouméa, exerce une activité de holding. Elle détient plusieurs participations dans des sociétés commerciales intervenant dans le secteur de l'automobile, notamment dans la location de véhicules, la vente de véhicules d'occasion et la distribution de pneumatiques.

14. Ainsi, la SAS Holdennha détient la totalité du capital des sociétés suivantes :

- la SARL SLAP qui exerce une activité de location de véhicules sous l'enseigne Avis ;
- la SAS Pacific Car qui exerce une activité de location de véhicules sous l'enseigne Budget ;
- la SAS SGIA qui exerce une activité de vente de pneumatiques ;
- la SARL Delco qui exerce une activité de vente de véhicules d'occasion ;
- la SARL D & C qui s'occupe du suivi et gestion de biens immobiliers.

15. Créée en 2000, la société Caramel Belle Vie est une SARL dont le siège social est à Bourail. Elle exploite un fonds de commerce de boulangerie-pâtisserie connu sous l'enseigne Caramel Belle Vie, situé PK6, Complexe « La Belle Vie », 224 rue Jacques Iékawé à Nouméa.

II. La délimitation des marchés pertinents

16. 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.

17. 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.

18. La délimitation des marchés pertinents se fonde, d'une part, sur un examen des caractéristiques objectives du produit ou du service en cause (caractéristiques physiques,

³ L'opération a été autorisée par l'Autorité de la concurrence aux termes de la décision n°2018-DCC-04 du 5 octobre 2018.

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.

19. En l'espèce, les marchés pertinents concernés par l'opération sont :

– les marchés de la fabrication et de la distribution en produits de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie industrielle et semi-industrielle ;

– les marchés de la fabrication et de la commercialisation au détail de produits de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie artisanale ;

– et, enfin, les marchés de l'approvisionnement et de la distribution de produits traiteurs frais.

20. La partie notifiante et la société cible sont simultanément actives sur les marchés de la fabrication et de la commercialisation au détail de produits de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie artisanale.

21. En revanche, seule la partie notifiante est présente sur les marchés de la fabrication et de la distribution de produits de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie industrielle et semi-industrielle et sur les marchés de l'approvisionnement et de la distribution de produits traiteurs frais par le biais des deux filiales du groupe Holdennha que sont Labo Concept Création SARL et Concept Pain SARL.

A. Les marchés de la fabrication et de la distribution en produits de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie industrielle ou semi-industrielle

1) Le marché de produits

22. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a eu l'occasion de préciser que, s'il n'existe pas de définition officielle de la boulangerie industrielle ou semi-industrielle, on admet généralement que, dans cette catégorie, entrent les entreprises traitant au moins 5 000 quintaux de farine par an, utilisant des fours d'au moins 30 mètres carrés, employant au moins vingt salariés et vendant, au stade du détail, moins de 30% de leur production. L'Autorité de la concurrence métropolitaine a précisé qu'il y avait lieu de distinguer, d'une part, les boulangeries industrielles de taille plus importante qui assurent la production de pain à partir d'installations totalement automatisées et fonctionnant en continu, et, d'autre part, les boulangeries semi-industrielles de taille plus réduite⁴.

23. Par ailleurs, elle a opéré, d'une part, une segmentation du secteur de la boulangerie-viennoiserie-pâtisserie industrielle entre produits de boulangerie, produits de pâtisserie et produits de viennoiserie et, d'autre part, une distinction entre produits surgelés et produits frais⁵.

⁴ Voir la décision n° 07-D-38 du 15 novembre 2007 relative à une demande de mesures conservatoires dans le secteur de la boulangerie industrielle.

⁵ Voir la décision n° 11-DCC-56 du 4 avril 2011 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe BCS par le groupe Neuhauser.

24. Au cas présent, la question de la délimitation de ces marchés peut être laissée ouverte, l'analyse concurrentielle demeurant inchangée quelle que soit l'hypothèse retenue.

2) La dimension géographique du marché

25. En ce qui concerne les marchés de la fabrication de la boulangerie, de la viennoiserie et des pâtisseries industrielles surgelées, la pratique décisionnelle métropolitaine a considéré, tout en laissant la question ouverte, que ces marchés revêtent une dimension nationale compte tenu des habitudes de consommation propres à chaque pays⁶.

26. En l'espèce, la partie notifiante considère que la dimension géographique du marché de la fabrication et de la distribution de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie industrielle ou semi-industrielle peut être limitée au territoire de la Nouvelle-Calédonie.

27. L'Autorité considère que la délimitation géographique des marchés en cause peut rester ouverte car elle ne modifie pas les conclusions de l'analyse concurrentielle.

B. Les marchés de la fabrication et de la commercialisation au détail de produits de boulangerie-pâtisserie-viennoiserie artisanale

1) Le marché de produits

28. Le marché de la boulangerie-pâtisserie-viennoiserie artisanale n'a pas encore fait l'objet d'une définition par les autorités de concurrence françaises ou européenne.

29. Au niveau métropolitain, l'article L. 122-17 du code de la consommation dispose que : « *Les professionnels qui n'assurent pas eux-mêmes, à partir de matières premières choisies, le pétrissage de la pâte, sa fermentation et sa mise en forme ainsi que la cuisson du pain sur le lieu de vente au consommateur final ne peuvent utiliser l'appellation de " boulanger " et l'enseigne commerciale de " boulangerie " ou une dénomination susceptible de porter à confusion, sur le lieu de vente du pain au consommateur final ou dans des publicités à l'exclusion des documents commerciaux à usage strictement professionnel. La pâte et les pains ne peuvent à aucun stade de la production ou de la vente être surgelés ou congelés* ».

30. Bien que ces dispositions ne soient pas applicables en Nouvelle-Calédonie, elles permettent d'identifier un marché de la fabrication et de la commercialisation au détail de produits de boulangerie-pâtisserie-viennoiserie artisanale mettant en présence, du côté de l'offre, des artisans boulangers qui fabriquent leurs produits de façon manuelle, selon une technique traditionnelle et, du point de vue de la demande, des consommateurs finaux, pour la plupart non professionnels.

31. Par ailleurs, sur la base des critères retenus pour la définition de la boulangerie industrielle ou semi-industrielle (nombre de salariés, quantité de farine utilisée, volume des fours, proportion des ventes au détail), il est possible de considérer, qu'*a contrario*, les entreprises qui traitent moins de 5 000 quintaux de farine par an, utilisent des fours d'un volume inférieure à 30 mètres carrés, employant moins de vingt salariés et pour lesquelles la vente au détail représente plus de 30 % de leurs ventes totales, entrent dans la catégorie des boulangeries-pâtisseries-viennoiseries de type artisanal.

32. En l'espèce, l'analyse concurrentielle de l'opération en cause sera donc menée sur le marché de la fabrication et de la commercialisation au détail de produits de boulangerie-pâtisserie-

⁶ Ib idem.

viennoiserie artisanale, sans qu'il soit nécessaire de se prononcer plus avant sur une éventuelle segmentation de ce marché, en fonction des produits concernés et de leur mode exact de fabrication ou, au contraire, sur l'existence d'un marché plus vaste de la fabrication et la distribution de produits de boulangerie-pâtisserie-viennoiseries englobant tant les produits artisanaux que les produits industriels ou semi-industriels.

2) Le marché géographique

33. La fabrication des produits de boulangerie-pâtisserie-viennoiserie artisanale est réalisée dans les magasins spécialisés de détail que sont les boulangeries.
34. Parmi les commerces de détail à dominante alimentaire, les autorités de concurrence distinguent les commerces de proximité qui comprennent des magasins non spécialisés (mini libres-services, supérettes) et des magasins spécialisés (boulangerie-boucherie)⁷.
35. Généralement, le commerce de proximité se situe dans l'environnement proche du lieu d'habitation du client. Il répond à des besoins courants ou de dépannage.
36. Selon la pratique décisionnelle métropolitaine, la zone de chalandise du mini libre-service (moins de 120 m²) et de la supérette (surface comprise entre 120 et 400 m²) est de l'ordre de 5 minutes de déplacement⁸. Si l'on retenait cette définition géographique du marché pertinent en l'espèce, les parties à la présente opération de concentration ne seraient pas en concurrence sur ce marché.
37. La partie notificante a toutefois proposé de retenir un marché géographique plus large s'étendant sur une zone distante de six kilomètres autour du magasin cible. Cette distance correspond à un temps de trajet en voiture de 15 minutes environ, soit la zone de chalandise retenue jusqu'alors par la pratique décisionnelle pour les supermarchés (entre 400 et 2 500 m²)⁹. Selon cette définition géographique du marché, les parties à la présente opération se trouvent en concurrence.
38. En l'espèce, eu égard à la nature des produits concernés - le pain frais artisanal occupant un rôle important dans le modèle alimentaire français¹⁰ - et au fait, qu'en Nouvelle-Calédonie, y compris dans la zone de Nouméa et du grand Nouméa, les consommateurs se déplacent essentiellement en voiture, l'analyse de l'opération de concentration en cause sera effectuée sur la zone de chalandise proposée par la partie notificante.

C. Les marchés de l'approvisionnement et de la distribution des produits traiteurs frais

39. Dans le secteur des produits traiteurs, la pratique décisionnelle tant européenne que nationale segmente les marchés en fonction de la technologie de fabrication employée (produits appertisés, surgelés et frais).

⁷ Voir l'avis n° 97-A-04 du 21 janvier 1997 du Conseil de la concurrence métropolitain relatif à diverses questions portant sur la concentration de la distribution.

⁸ *Ib idem*.

⁹ Voir par exemple, la décision de l'Autorité métropolitaine de la concurrence n° 18-DCC-65 du 27 avril 2018 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Zormat, Les Chênes et Puech Eco par la société Carrefour Supermarchés France.

¹⁰ Voir une étude publiée par l'observatoire du pain en 2016 :

<http://www.observatoiredupain.fr/content/documents/2d14b135-e36d-4096-b1d0-86f1ef404a48.pdf>

40. Une distinction est également faite entre les canaux de distribution. Les produits traiteurs peuvent être vendus aux grandes et moyennes surfaces (« GMS »), à la restauration hors foyer (« RHF ») et aux industries agroalimentaires. Une segmentation additionnelle a ensuite été opérée selon les catégories de produits (entrées, plats, etc.).
41. Enfin, la question a aussi été posée de l'éventuelle subdivision de ces marchés en fonction de leur positionnement commercial (marques de fabricants (MDF) ou marques de distributeurs (MDD), des modes de distribution (libre-service ou à la coupe) et de l'origine des recettes proposées (traditionnelles, régionales, étrangères, etc.)¹¹.
42. La question de la délimitation exacte de ces marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle resteront inchangées.
43. S'agissant de la dimension géographique, les autorités de concurrence ont constaté à diverses reprises la dimension nationale des marchés amont et aval des produits traiteur. En effet, les préférences, les goûts et les habitudes de consommation diffèrent fortement d'un pays à l'autre et les échanges intra-européens de ces produits restent limités.
44. La pratique décisionnelle en Nouvelle-Calédonie a toutefois déjà admis l'existence d'un marché de l'approvisionnement de produits alimentaires frais de dimension internationale en raison de l'importance des importations de produits frais sur le territoire¹².
45. En l'espèce, la partie notifiante considère que les marchés de l'approvisionnement et de la distribution des produits traiteur frais est limité au territoire de la Nouvelle-Calédonie. Elle souligne que les sociétés Labo Concept Création SARL et Concept Pain SARL ne font appel qu'à des producteurs et grossistes calédoniens et ne réalisent aucune opération d'importation de matières premières. Elle ajoute que l'importation de farine blanche est par ailleurs soumise à des quotas d'importation en raison de l'existence de trois minoteries en Nouvelle-Calédonie.
46. L'Autorité considère que la dimension géographique du marché amont de l'approvisionnement peut rester ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle restant également inchangées quelles que soient les délimitations retenues. En revanche, la dimension géographique du marché aval de la distribution de produits traiteur frais est limitée au territoire de la Nouvelle-Calédonie.
47. Sur le marché de la distribution de produits traiteur frais, la SARL Labo Concept Création déclare être présente marginalement et y réaliser moins de [10 à 20 %] de son volume d'affaires (fabrication de salades et sandwich) sous sa propre marque. Elle assure la distribution en direct auprès du commerce de détail, principalement la GMS, et auprès des deux points de vente du groupe (L'Atelier Gourmand et Le paradis Gourmand).

¹¹ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-157 du 31 octobre 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de certains actifs des sociétés Norway Seafoods SAS et Norway Seafoods Boulogne SAS par la société Maisadou.

¹² Voir l'Arrêté n° 2015-2467/GNC du 17 novembre 2015 relatif à la prise de contrôle exclusif de la Société Gastronomie Import par les sociétés Caff Investissements et Socalait (groupe Calonne) dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires. En l'espèce, la décision retient que l'approvisionnement en fromages frais est exclusivement national ou international.

III. L'analyse concurrentielle

48. Conformément aux dispositions de l'article Lp. 431-6 du code de commerce, l'Autorité de la concurrence de la Nouvelle-Calédonie examine « 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 ».
49. S'agissant de la présente opération, l'analyse concurrentielle doit ainsi permettre de déterminer les risques d'atteinte à la concurrence sur le marché de la fabrication et de la commercialisation au détail de produits de boulangerie-pâtisserie-viennoiserie artisanale sur lesquels l'acquéreur et la société cible sont en concurrence (A). Dans la mesure où l'acquéreur est également présent sur les marchés amont de la fabrication et de la distribution en produits de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie industrielle ou semi-industrielle et de l'approvisionnement et de la distribution de produits traiteurs frais, il convient d'analyser les risques d'atteintes à la concurrence de l'opération en cause par le biais d'effets verticaux (B).

A. Sur les effets horizontaux de l'opération en cause

50. Sur le marché de la fabrication et de la commercialisation au détail de produits de boulangerie-pâtisserie-viennoiserie artisanale, dans une zone de chalandise correspondant à 15 minutes de trajet en voiture (soit six kilomètres), la SAS Groupe Gourmand sera confrontée à la concurrence de nombreuses autres boulangeries-pâtisseries artisanales, dont elle estime les parts de marché de la manière suivante.

Boulangeries – Pâtisseries artisanales	Quartier	Temps de déplacement en voiture (en minutes)	Chiffre d'affaires (en millions FCFP/An)	Estimation de parts de marché
Caramel Belle Vie (la cible) 224 rue Jacques Iekawe, Nouméa	PK6		27	[1-5] %
Le Paradis Gourmand (l'acquéreur) 51, Route du Port Despointes, Nouméa	Faubourg Blanchot	13	219	[10-15] %
TOTAL SAS GROUPE GOURMAND (Post opération)			246	[10-15] %
Le Moulin PK6 245 rue Jacques Iekawe, Nouméa	PK6	2	[...]	[1-5] %
Boulangerie Pâtisserie Saint-Honoré 2, rue Jean-François Cherrier, Nouméa	Magenta	3	[...]	[1-5] %
Saint Honoré Porte de Fer 1, Rue Jean-François Cherrier - Complexe le Golf / Green, Nouméa	Magenta	3	[...]	[1-5] %
Paneterie de Plum 323, rue Armand Ohlen, Nouméa	Porte de Fer	3	[...]	[1-5] %
Le comptoir des saveurs 66, rue Georges Lèques, Nouméa	Tina	5	[...]	[1-5] %
Votre Boulangerie de Rivière Salée 213 rue Auguste Benebig, Nouméa	Rivière Salée	5	[...]	[1-5] %
Boulangerie Pâtisserie du Village de Magenta 1, rue Dubuisson, Nouméa	Magenta	5	[...]	[1-5] %
Boulangerie L'Héritage 6, Route de la Baie des Dames, Nouméa	Ducos	6	[...]	[5-10] %

Mousseline Royal 75, rue de Papeete, Nouméa	Ducos	6	[...]	[1-5] %
Boulangerie Pâtisserie Le Moulin de 3, rue Ampère, Nouméa	Ducos	6	[...]	[15-20] %
Le croustillant 48, rue Roger Gervolino, Nouméa	Magenta	6	[...]	[5-10] %
Trin et Cie 8, rue Descartes, Nouméa	Ducos	7	[...]	[1-5] %
Parisiana 40, rue Edouard Unger, Nouméa	Vallée du tir	7	[...]	[1-5] %
Votre Boulangerie Magenta 185, rue Auguste Benebig, Nouméa	Haut Magenta	7	[...]	[1-5] %
Mousseline Royal Junior 41, rue du 18 juin, Nouméa	Magenta	7	[...]	[1-5] %
Le Fournil de Kaméré 2, rue du Grand Chef Henri Naisseline Nouméa	Kaméré	8	[...]	[1-5] %
Perfecta 3, rue Edouard Mercier, Nouméa	Vallée des colons	9	[...]	[10-15] %
Les petits choux 32, rue Général Gallieni, Nouméa	Centre-Ville	10	[...]	[10-15] %

51. A l'issue de l'opération, dans un rayon de 15 minutes en voiture autour du magasin cible, la SAS Groupe Gourmand détiendra [10 - 15 %] de parts de marché, soit un incrément de part de marché marginal de [1 - 5 %].
52. Sur cette zone, la SAS Groupe Gourmand devra faire face à la concurrence d'une vingtaine d'opérateurs, dont des opérateurs disposant de parts de marché plus importantes tels que « Le Moulin de Ducos » ou relativement proches tels que « Perfecta », « Les petits choux », « Le croustillant », « L'Héritage ».
53. En outre, selon la partie notifiante, les boulangeries-viennoiseries-pâtisseries artisanales peuvent également subir la concurrence des autres magasins de proximité tels que les épiceries qui proposent du pain ou encore celle des supermarchés (notamment Casino Belle Vie) qui proposent également du pain, des viennoiseries et des pâtisseries.
54. Par conséquent, dans la zone de chalandise concernée, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de la boulangerie-pâtisserie-viennoiserie artisanale.

B. Sur les effets verticaux de l'opération en cause

55. Une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant potentiellement les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts¹³.
56. Deux types de verrouillages sont clairement distingués. Dans le premier cas, l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval ou alors le leur fournit à un prix élevé, dans des conditions défavorables ou à un niveau de qualité dégradée (verrouillage du marché des intrants). Dans le second cas, la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter ou distribuer les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux (verrouillage d'accès à la clientèle)¹⁴.

¹³ Voir les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence métropolitaine relatives au contrôle des concentrations, points 444 et suivants.

¹⁴ *Ib idem.*

57. L'Autorité de la concurrence métropolitaine considère qu'il est peu probable qu'une entreprise ayant une part de marché inférieure à 30 % sur un marché donné puisse verrouiller un marché en aval ou en amont de celui-ci¹⁵.
58. En l'espèce, la SAS Groupe Gourmand, par le biais de ses filiales Labo Concept Création SARL et Concept Pain SARL, fabrique et commercialise des produits de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie industrielle et semi-industrielle ainsi que des produits de traiteurs frais, auprès d'une clientèle composée des boulangeries-viennoiseries-pâtisseries artisanales appartenant à son propre groupe (L'Atelier Gourmand et Le Paradis Gourmand), de la GMS, du CHR (Café, hôtel, restaurant), des grossistes et des commerces de proximité.
59. Au regard de la position très limitée occupée par la SAS Groupe Gourmand sur les marchés amont concernés ainsi que du caractère diversifié des clients acheteurs en produits de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie industrielle et semi-industrielle et produits traiteurs frais (GMS, CHR, grossistes, commerces de proximité...), la probabilité d'un scénario de verrouillage, des intrants d'une part, et celle du verrouillage de l'accès à la clientèle d'autre part est très faible.
60. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'Autorité considère que l'opération consistant en la prise de contrôle du fonds de commerce de la SARL Caramel Belle Vie par la SARL L'Atelier Gourmand Belle Vie n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés.

DECIDE

Article 1^{er} : L'opération notifiée sous le numéro 2019-CC-09 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

¹⁵ Voir les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence métropolitaine relatives au contrôle des concentrations, points 444 et suivants.