

NOUVELLE-CALEDONIE

GOUVERNEMENT

N° 2017 - 2309 /GNC

du 21 NOV. 2017

Ampliations :

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

ARRETE

**relatif à la demande d'agrandissement d'un commerce de détail
sous enseigne « Korail alimentation », sis commune de Wé sur l'île de Lifou,
présentée par la SARL Korail Alimentation**

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 16 août 2017 par Mme Stéphane Bouquillard dûment mandatée par la SARL Korail Alimentation, portant le numéro d'instruction 2017-EC-004, consistant en l'agrandissement du commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Korail alimentation », sis commune de Wé sur l'île de Lifou ;

Vu les éléments complémentaires reçus les 22 et 25 septembre 2017 ;

Vu le courrier n° CS17-3151-1110-DAE du 27 septembre 2017 reconnaissant la complétude du dossier de notification à compter du 25 septembre 2017, au sens de l'arrêté n° 2013-3275/GNC du 19 novembre 2013 précité ;

Vu le communiqué concernant le résumé de l'opération contenu dans le dossier de notification, publié le 29 septembre 2017 sur le site internet de la direction des affaires économiques de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu le test de marché adressé aux concurrents du magasin « Korail Alimentation » ;

Vu le rapport de motivation du gouvernement n° AG17-3151-1398 annexé au présent arrêté concernant le dossier référencé sous le numéro 2017-EC-004 ;

Considérant que l'opération, en ce qu'elle entraînera l'agrandissement d'un 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, concernés par l'opération notifiée ;

Considérant que l'analyse concurrentielle, développée dans le rapport de motivation n° AG17-3151-1398 annexé au présent arrêté, conclut que l'opération notifiée consistant en l'agrandissement d'un commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Korail Alimentation », sis commune de Wé sur l'île de Lifou, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence,

ARRÊTE

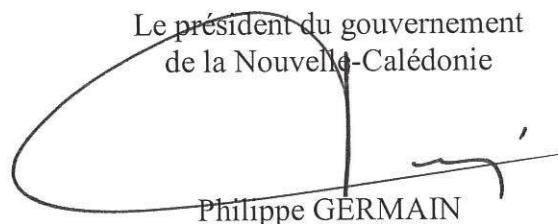
Article 1^{er} : L'opération consistant en l'agrandissement de 311 m² à 701 m² de la surface de vente du commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Korail alimentation » sis commune de Wé sur l'île Lifou, par la société SARL Korail Alimentation, telle que présentée dans le dossier référencé sous le numéro 2017-EC-004, 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° AG17-3151-1398 seront notifiés à l'intéressée 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'intéressée, le présent arrêté ainsi que son rapport de motivation n° AG17-3151-1398 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 3 novembre 2017

N° AG17-3151-1398

ANNEXE

**RAPPORT DU GOUVERNEMENT DE LA NOUVELLE-CALEDONIE
 RELATIF A LA DEMANDE D'AGRANDISSEMENT DU COMMERCE DE DETAIL
 SOUS ENSEIGNE « KORAIL ALIMENTATION », SIS COMMUNE DE WE SUR L'ILE DE LIFOU,
 PRESENTEE PAR LA SARL KORAIL ALIMENTATION,**

SOMMAIRE

<i>I.</i>	<i>La saisine</i>	<i>4</i>
<i>II.</i>	<i>Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant.....</i>	<i>4</i>
<i>A.</i>	<i>Contrôlabilité de l'opération</i>	<i>4</i>
<i>B.</i>	<i>Présentation de l'exploitant</i>	<i>4</i>
<i>III.</i>	<i>Délimitation des marchés pertinents.....</i>	<i>5</i>
<i>A.</i>	<i>Les marchés amont de l'approvisionnement.....</i>	<i>5</i>
<i>B.</i>	<i>Le marché aval de la distribution de détail à dominante alimentaire</i>	<i>7</i>
<i>IV.</i>	<i>Analyse concurrentielle.....</i>	<i>10</i>
<i>A.</i>	<i>Sur le marché aval de la distribution de détail à dominante alimentaire.....</i>	<i>11</i>
<i>B.</i>	<i>Sur les marchés amont de l'approvisionnement</i>	<i>13</i>
<i>V.</i>	<i>Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence</i>	<i>13</i>

I. La saisine

1. Par dépôt d'un dossier de notification, déclaré complet le 25 septembre 2017, la SARL Korail alimentation, représentée par Mme Stéphane Bouquillard dûment mandatée, sollicite l'autorisation du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie pour l'agrandissement de 311 m² à 701 m² de la surface de vente du commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Korail alimentation », sis commune de Wé sur l'île de Lifou.

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 à la Nouvelle-Calédonie (ci-après « le code de commerce ») :

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

[...]

2° toute mise en exploitation dans un magasin de commerce de détail déjà en exploitation, d'une nouvelle surface de vente, lorsque la surface totale de vente de ce magasin est ou devient supérieure à 350 m² ».

3. En l'espèce, l'opération consiste en un agrandissement de 390 m² du magasin sous enseigne « Korail alimentation », sis commune de Wé sur l'île de Lifou, d'une superficie de vente actuelle de 311 m² afin d'atteindre une surface totale de vente de 701 m².
4. En ce qu'elle entraînera l'agrandissement d'un magasin de commerce de détail dont la surface de vente excédera 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

5. La Sarl Korail alimentation est contrôlée par M. Jean-Marc Espalieu. Le commerce de détail sous l'enseigne « Korail alimentation » situé à Wé sur l'île Lifou est géré par M. David Dal-Gobbo en sa qualité de gérant associé.
6. Comme tous les commerces de détail sous enseigne « Korail » en Nouvelle-Calédonie, le magasin « Korail alimentation » est titulaire d'une franchise « Korail » auprès du groupe Espalieu qui lui permet, par un contrat d'adhésion à la centrale d'achat des produits de la marque distributeur Intermarché, *via* la Sarl SN Import détenue par M. Jérôme Espalieu, de bénéficier des produits de la gamme Intermarché.
7. Actuellement, la Sarl Korail alimentation exploite une supérette de 311 m² ainsi qu'un magasin d'articles de bazar de 227 m² situés sur le même site. Ces deux magasins ont cependant des entrées, des caisses et une comptabilité indépendantes. À l'issue de l'opération, le magasin de bazar de 227 m² sera fermé et l'activité d'articles de bazar sera transférée dans la nouvelle surface de vente de 701 m². La surface de vente consacrée aux articles de bazar sera inférieure à celle du magasin actuel¹.

¹ Dans la mesure où la surface de vente consacrée au bazar sera inférieure à l'issue de l'opération, il n'y a pas lieu d'analyser les effets de l'opération sur les marchés non alimentaires.

8. En outre, il convient de préciser qu'à l'issue de l'agrandissement, le magasin « Korail alimentation » intégrera une activité de boucherie et de primeur de fruits et légumes frais exploitée de manière indépendante par la Sarl Lifou Fraîcheur gérée par Mme Naud. Cette activité disposera d'une surface de vente de 121 m².

III. Délimitation des marchés pertinents

9. 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 de ce même code (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.
10. En l'espèce, les marchés concernés par l'opération relèvent du secteur de la distribution à dominante alimentaire.
11. Selon la pratique constante des autorités de concurrence, différentes 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 finals pour la vente de biens de consommation (B), et, d'autre part, les marchés « amont » de l'approvisionnement mettant en relation les entreprises de commerce de détail et leurs fournisseurs (A).
12. 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 des marchés de la distribution, en imposant à l'autorité compétente d'examiner si l'opération est de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par la création ou le renforcement d'une position dominante sur le marché de détail, d'une part, et par la création ou le renforcement d'une puissance d'achat susceptible de placer les fournisseurs en situation de dépendance économique sur les marchés de l'approvisionnement, d'autre part.

A. Les marchés amont de l'approvisionnement

1- Les marchés de produits

13. Selon une pratique décisionnelle constante, les entreprises du secteur de la distribution alimentaire sont présentes sur les marchés de l'approvisionnement qui comprennent la vente de biens de consommation courante par les producteurs à des clients tels que les grossistes, les détaillants ou d'autres entreprises (par exemple les cafés/hôtels/restaurants)². Si la pratique décisionnelle des autorités de concurrence ne distingue en effet pas selon le circuit de distribution, elle a tout de même relevé qu'il existait des indices sérieux permettant de penser que le marché de l'approvisionnement du secteur du commerce de détail pourrait constituer un marché autonome des autres circuits de distribution, tout en laissant la question ouverte.
14. L'analyse des marchés amont s'opère par catégorie de produits. Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, à l'occasion de précédentes opérations³, a retenu l'existence de marchés répartis selon les familles ou groupes de produits suivants :

² Voir la décision de la Commission européenne du 25 janvier 2000 n° COMP/M.1684, Carrefour/Promodès, et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-90 du 11 juillet 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Monoprix par la société Casino Guichard-Perrachon.

³ Voir les arrêtés n° 2015-1135/GNC du 30 juillet 2015 et n° 2016-1811/GNC du 30 août 2016. Voir également les décisions 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

Produits de grande consommation (PGC)	(1) Liquides (2) Droguerie (3) Parfumerie/Hygiène (4) Epicerie sèche (5) parapharmacie 6) Produits périssables en libre-service
Frais traditionnel	(7) Charcuterie (8) Poissonnerie (9) Fruits et légumes (10) Pain et pâtisserie fraîche (11) boucherie
Bazar	(12) Bricolage (13) Maison (14) Culture (15) Jouets/loisir/détente (16) Jardin (17) Automobile
Electroménager/Photo/Cinéma/Son	(18) Gros Electroménager (19) Petit Electroménager (20) Photo/Ciné (21) Hi-fi/Son (22) TV/Vidéo.
Textile	(23) Textile, chaussures

15. Dans le cadre de la présente opération, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations.

2- Délimitation géographique

16. S'agissant de la délimitation géographique des marchés de l'approvisionnement, les autorités de concurrence retiennent que, d'une manière générale, l'approche nationale des marchés semble être la plus appropriée compte tenu du fait que c'est plutôt la position d'un distributeur au niveau national, plutôt qu'au niveau local, qui détermine la puissance d'achat qu'il exerce sur ses fournisseurs.
17. Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a cependant eu l'occasion de nuancer cette approche en raison du caractère insulaire de la Nouvelle-Calédonie⁴. En effet, il rejoint la position de l'Autorité de la concurrence s'agissant des territoires ultramarins⁵ en soulignant le caractère très spécifique des circuits d'approvisionnement en produits de grande consommation et ses effets sur l'équilibre concurrentiel des marchés concernés, notamment en raison de la fragilité de certains produits, des goûts et habitudes alimentaires locales et des politiques locales de développement. Il relève en effet qu'une partie importante de l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire provient de producteurs et de grossistes locaux.
18. En l'espèce, l'exploitant s'approvisionne en totalité auprès de producteurs et grossistes-importateurs locaux, notamment auprès de la SN Import à hauteur de 18 % pour tendre à 20% conformément au contrat d'engagement. L'approvisionnement de la partie notifiante revêt donc une dimension territoriale.
19. En tout état de cause, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées, quelles que soient les délimitations retenues, la définition géographique des marchés amont peut être laissée ouverte.

Proximité France de 129 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire et n° 14-DCC-23 du 18 février 2014 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupement Système U de 8 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire.

⁴ Voir les arrêtés n° 2014-3715/GNC et n°2015-1135/GNC précités.

⁵ Voir l'avis de l'Autorité de la concurrence n° 09-A-45 du 8 septembre 2009 relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les départements d'outre-mer.

B. *Le marché aval de la distribution de détail à dominante alimentaire*

1- Les marchés de services

20. 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 du tiers du chiffre d'affaires provient de la vente de produits alimentaires, et
 - Les commerces non alimentaires, dont le chiffre d'affaires réalisé avec les produits alimentaires est inférieur à ce seuil⁶.
21. 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.
22. En matière de distribution alimentaire, la pratique décisionnelle distingue en principe six catégories de commerce, en utilisant notamment les critères de 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, et (vi) la vente par correspondance.
23. L'Autorité de la concurrence considère que si chaque catégorie de magasin conserve sa spécificité il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories. Elle distingue ainsi⁷ :
- un marché comprenant uniquement les hypermarchés ; et
 - 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)
24. S'agissant des supérettes de détail (moins de 400 m²), la pratique décisionnelle nationale⁸ a également souligné l'existence d'une relation concurrentielle asymétrique avec les autres formes de commerce. Dans un certain nombre de configurations géographiques, 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. Autrement dit, 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.
25. Au sein du petit commerce de détail, la pratique décisionnelle nationale a distingué les petits libres services qui offrent un assortiment étroit de produits courants (une surface de vente inférieure à 120 m²) et les superettes dont l'offre de produits est un peu plus étendue (surface compris entre 120m² et 400m²)⁹. La pratique décisionnelle estime que les petits libres services

⁶ Voir l'avis du Conseil de la concurrence n° 97-A-04 du 21 janvier 1997 relatif à diverses questions portant sur la concentration de la distribution et l'avis n° 07-A-06 du 16 juillet 2007 relatif à l'acquisition par la société Cafom du pôle distribution de la société Fincar dans le secteur de la vente d'équipements de la maison.

⁷ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-173 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Dia France SAS par la société Carrefour France SAS, point 21.

⁸ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-112 du 3 août 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de la société SNC Schleckler par la société Système U Centrale Régionale Sud et n°13-DCC-90 du 11 juillet 2013 du 11 juillet 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Monoprix par la société Casino Guichard-Perrachon.

⁹ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-173 précitée, point 19.

sont peu à même de concurrencer durablement les supérettes, et *a fortiori*, les supermarchés ou les hypermarchés.

26. Il convient toutefois de souligner que les seuils en surface de vente doivent être utilisés avec précaution, et peuvent être adaptés au cas d'espèce. En effet, des magasins dont la surface de vente est située à proximité d'un seuil, soit en-dessous, soit au-dessus, peuvent se trouver en concurrence directe avec les magasins d'une autre catégorie, notamment au regard de la localisation du commerce de détail.
27. A cet égard, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a considéré, à l'occasion d'une précédente opération, que « *la pression concurrentielle que peuvent exercer les petits libres services se doit être appréciée au cas par cas, selon le format du magasin en cause et sa localisation. Dans certaines configurations il n'est pas exclu que les petits libres services puissent faire partie du même marché de la proximité* »¹⁰. En effet, la nature et l'intensité des interactions concurrentielles entre différents formats de magasins de distribution de produits alimentaires sont variables selon leur localisation.
28. Au surplus, dans le contexte propre à la Nouvelle-Calédonie, une distinction peut être faite entre les commerces à dominante alimentaire situés à l'intérieur des agglomérations, tel que le Grand Nouméa, de ceux situés en dehors¹¹. La particularité du marché de détail à dominante alimentaire de la Nouvelle Calédonie a déjà été soulignée¹², 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 stade, c'est-à-dire, à ce jour, sur le territoire de la Nouvelle-Calédonie à l'exclusion du Grand Nouméa.
29. Au cas d'espèce, sur l'île de Lifou et plus globalement dans la province des îles Loyauté, il n'existe aucun magasin de type hypermarché (surface de vente supérieure à 2 500 m²), et très peu de supermarchés (surface de vente supérieure à 400 m²). Aussi, le déclarant estime qu'il convient de prendre en considération la pression concurrentielle des commerces de détail à dominante alimentaire entrant dans la catégorie des supérettes (120 à 400 m²) ou proches de ces seuils.
30. A cet égard, dans un avis relatif au projet d'agrandissement (800 m² à 1 895 m²) de l'unique supermarché de l'île de Saint-Barthélemy dans les Antilles françaises, l'Autorité de la concurrence n'a pas écarté la possibilité que des supérettes de 300 m² puissent exercer une pression concurrentielle sur le supermarché « Super U » considérant que « *suivant les caractéristiques de la zone de chalandise, il est possible que les supérettes d'une surface proche du seuil de 400 m² exercent une certaine pression sur les petits supermarchés* »¹³.
31. En particulier, l'Autorité de la concurrence notait que « *les touristes de l'île, qui représente une part importante de la clientèle (l'île a accueilli en 2011 plus de 300 000 touristes, à rapprocher d'une population résidente de 9 000 habitants), ont vraisemblablement une sensibilité aux prix plus faibles, compte tenu des caractéristiques de cette fréquentation. Or, suivant le profil du client, la proximité peut constituer un facteur prépondérant dans le choix du magasin, et des magasins de format différent peuvent donc se faire concurrence* »¹⁴.

¹⁰ Voir l'arrêté n° 2017-327/GNC du 14 février 2017 relatif à la demande du changement d'enseigne présentée par la SARL Supérette Le centre Koné du magasin « Supérette Le centre Koné » au profit de l'enseigne « U » avec le concept « U-Express », paragraphe 30.

¹¹ Voir notamment l'arrêté n° 2014-3715/GNC du 16 décembre 2014 relatif à la demande d'ouverture d'un commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface de vente de 550 m² sous enseigne « Korail » à Païta.

¹² Voir le rapport de l'Autorité de la concurrence relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation en Nouvelle Calédonie, paragraphe 133, page 37.

¹³ Voir l'avis de l'Autorité de la concurrence n° 13-A-20 du 7 novembre 2013 relatif au projet d'agrandissement du principal magasin de distribution alimentaire de Saint-Barthélemy, point 9.

¹⁴ Ibid., point 10.

32. En l'occurrence, il convient de relever les similitudes entre la situation de l'île de Saint-Barthélemy aux Antilles et celle de l'île de Lifou dans la province des îles Loyauté. En effet, l'île de Lifou, cinquante fois plus grande que Saint-Barthélemy¹⁵, compte une population résidente d'environ 9 500 habitants et a accueilli plus de 213 000 croisiéristes¹⁶ en 2015. Les touristes, qui représentent une part importante de la clientèle, ont vraisemblablement une sensibilité au prix plus faible, compte tenu des caractéristiques de cette fréquentation, et la proximité du magasin peut donc constituer un facteur prépondérant dans le choix du magasin.
33. Par ailleurs, la partie notifiante a souligné l'attachement particulier des Loyaltiens au petit commerce de détail dans une logique de solidarité des populations locales qui réserveraient volontairement certains petits achats auprès des superettes de proximité. Par conséquent, il est probable que des magasins de formats différents sur l'île de Lifou, puissent se faire concurrence.
34. Ainsi, compte tenu de la situation géographique de l'île de Lifou, de la surface du magasin à l'issue de l'agrandissement (701 m²) qui le classe dans les petits supermarchés, et des caractéristiques socio-économiques propres à l'île de Lifou (insularité par rapport à la Grande Terre, faible nombre d'habitants rapporté au flux touristique et comportement d'achat), il est probable que des supérettes d'une surface de vente proche du seuil de 400 m² puissent, dans une certaine mesure, concurrencer le supermarché « Korail alimentation » dans sa zone de chalandise.
35. La partie notifiante a proposé d'intégrer toutes les superettes d'une surface de vente égale ou supérieure à 120 m². Toutefois, les éléments recueillis dans le cadre du test de marché n'ont pas permis de déterminer avec certitude le seuil de surface de vente à prendre en compte.
36. Par analogie avec l'analyse concurrentielle du supermarché sur l'île de Saint-Barthélemy qui constitue une hypothèse conservatrice, l'analyse concurrentielle de la présente opération intégrera uniquement les supermarchés et les magasins de commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface de vente supérieure à 300 m² dans la zone de chalandise retenue.
37. En tout état de cause, il n'est pas nécessaire de se prononcer sur la délimitation exacte du marché en cause dans la mesure où quelle que soit la délimitation retenue (supérieure à 300 m² ou supérieure à 120 m²), les conclusions de l'analyse concurrentielle resteront inchangées.

2- La délimitation géographique

38. Les autorités de concurrence examinent les effets d'une opération dans le secteur de la distribution de détail à dominante alimentaire au niveau local, correspondant à la zone de chalandise associée à chaque magasin et dont l'étendue est fonction du temps de transport pour le consommateur.
39. 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.

¹⁵ La superficie de l'île de Lifou est plus proche de celle de la Martinique pour une population résidente toutefois trente-cinq fois moins importante.

¹⁶ Voir le rapport d'activité 2015 de la Province des îles Loyauté, disponible à l'adresse suivante : https://issuu.com/constloy/docs/ra_2015_pi1

40. Par ailleurs, la pratique décisionnelle a précisé que « *la catégorie du petit commerce de détail dont les points de vente ont une superficie inférieure à 400 m² (...) se caractérise par une clientèle composée majoritairement de personnes habitant à moins de 500 mètres du point de vente, se rendant à pied sur le lieu de ventes et réalisant des achats de faible montant* »¹⁷.
41. L’Autorité de la concurrence rappelle toutefois de façon constante que ces délimitations sont susceptibles d’évoluer au cas par cas, en fonction des caractéristiques de la zone locale, puisque d’autres critères peuvent être pris en compte pour évaluer l’impact d’une opération sur la situation de la concurrence sur les marchés de la distribution de détail, ce qui peut conduire à affiner les délimitations usuelles présentées ci-dessus¹⁸.
42. En l’espèce, la partie notifiante retient une zone de chalandise incluant la totalité de l’île de Lifou dont la majorité des commerces (banque, agence Aircal, pharmacie) et de la vie administrative, et donc des actifs, se concentrent dans la commune de Wé, chef-lieu communal et provincial. Elle propose également d’inclure les îles de Tiga et Maré au motif que leurs habitants viendraient s’approvisionner au « Korail » de Lifou depuis la mise en place des liaisons inter-îles.
43. Toutefois, si la fréquence des liaisons inter-îles entre Lifou, Tiga et Maré ainsi que l’attractivité de la commune portuaire de Wé, permettent de présumer que le supermarché « Korail alimentation » exerce (et exercera) une concurrence sur les supérettes situées sur Maré et Tiga, la réciproque n’est pas vraie.
44. De la même manière, si la localisation du « Korail Alimentation » est susceptible de faire concurrence aux supérettes réparties sur l’île de Lifou dans la mesure où une partie significative des habitants de Lifou se rend à Wé, centre principal de l’activité administrative, politique et économique de l’île, la réciproque n’est pas vraie. En d’autres termes, ces supérettes situées au-delà de 15 minutes de temps de déplacement ne sont pas susceptibles d’exercer une contrainte concurrentielle réelle sur le supermarché « Korail alimentation ».
45. Par conséquent, l’analyse concurrentielle portera sur une zone de chalandise intégrant les supermarchés et superettes d’une surface de vente de plus de 300 m² situés à 15 minutes de temps de déplacement en voiture autour du magasin cible.
46. En tout état de cause, la question de la délimitation exacte du marché géographique au cas présent peut rester ouverte dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l’analyse concurrentielle demeureront identiques.

IV. Analyse concurrentielle

47. Conformément aux dispositions de l’article Lp. 431-6 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* ».
48. Ainsi, conformément à ce test de concurrence, l’analyse concurrentielle doit permettre d’apprécier les risques d’atteinte à la concurrence sur les marchés aval (A), notamment afin de vérifier si l’opération crée ou renforce une position dominante, et sur les marchés amont de

¹⁷ Voir, par exemple, les décisions de l’Autorité de la concurrence n° 13-DCC-144 du 28 novembre 2013, n° 12-DCC-112 du 3 août 2013 et n° 11-DCC-05 du 17 janvier 2011.

¹⁸ Voir, notamment la décision de l’Autorité de la concurrence n° 14-DCC-173 précitée, point 62.

l'approvisionnement afin de déterminer notamment si l'opération crée ou renforce une puissance d'achat (B). A cette fin, la détermination des parts de marché joue un rôle prépondérant mais non dirimant pour analyser les effets dits « horizontaux » que serait susceptible d'emporter la présente opération.

A. Sur le marché aval de la distribution de détail à dominante alimentaire

1- Marché aval de la distribution à dominante alimentaire

49. En l'espèce, les parts de marché ont été calculées sur la base des estimations de surfaces de vente communiquées par le déclarant et parfois réajustées pour tenir compte des réponses au test de marché.
50. L'analyse concurrentielle portera sur deux hypothèses. La première analyse prendra en compte un surface de vente de 701 m² correspondant à la surface de vente exploitée par le déclarant pour son compte et la deuxième analyse portera sur une surface de vente de 822 m² en intégrant la surface de vente de 121 m² correspondant à l'activité de boucherie et de primeur, exploitée par la Sarl Lifou fraîcheur.
51. En effet, si l'activité de boucherie et vente de fruits et légumes frais est gérée distinctement, il y a lieu de relever que ce commerce s'insère totalement dans le magasin « Korail alimentation » sans que le client ne puisse distinguer les deux activités en l'absence d'entrée distincte et d'un système d'encaissement séparé. Les achats auprès de « Lifou fraîcheur » sont réglés aux caisses du « Korail alimentation » par le client.
52. Les parts de marchés sont calculées en prenant en compte leur répartition avant et après l'opération.

Tableau 1 : répartition des parts de marché avec une surface de vente de 701 m² du Korail Alimentation

Enseigne	Parts de marché avant opération		Parts de marché après opération	
	Surfaces (M ²)	Parts de marché	Surfaces (M ²)	Parts de marché
Korail alimentation	[...]	22%	701	39%
Lifou moderne	[...]	[20-30%]	[...]	[10-20%]
KND	[...]	[20-30%]	[...]	[20-30%]
Central	[...]	[20-30%]	[...]	[10-20%]
TOTAL	1 411	100,0%	1 801	100,0%

53. Dans cette hypothèse, à l'issue de l'agrandissement, le commerce de détail « Korail Alimentation » détiendra près de 39 % des parts de marché (en surface de vente) dans la zone de chalandise. Il fera face à trois concurrents de taille équivalente, disposant de parts de marché autour de 20 %.

Tableau 2 : répartition des parts de marché avec une surface de vente de 822 m² du Korail Alimentation intégrant la surface de vente de *Lifou Fraicheur*

Enseigne	Parts de marché avant opération		Parts de marché après opération	
	Surfaces (M ²)	Parts de marché	Surfaces (M ²)	Parts de marché
Korail alimentation	311	22%	822	43%
Lifou moderne	[...]	[20-30%]	[...]	[10-20%]
KND	[...]	[20-30%]	[...]	[20-30%]
Central	[...]	[20-30%]	[...]	[10-20%]
TOTAL	1 411	100,0%	1 923	100,0%

54. Dans cette hypothèse, à l'issue de l'agrandissement, le commerce de détail « Korail Alimentation » détiendra près de 43 % des parts de marché (en surface de vente) dans la zone de chalandise. Les parts de marché de ses trois concurrents seront très légèrement inférieures à la première hypothèse.
55. Au cas d'espèce, les éléments présents au dossier ne permettent pas de justifier l'interdiction de cet agrandissement.
56. A titre liminaire, il convient de souligner que si la part de marché du magasin « Korail Alimentation » augmente de manière conséquente, quelle que soit l'hypothèse considérée, l'accroissement du pouvoir de marché consécutif à l'augmentation de la surface du magasin s'effectue non par croissance externe (au travers du rachat d'un magasin concurrent), mais par croissance interne par le biais d'un investissement pérenne, susceptible de profiter aux consommateurs, tant grâce aux nouveaux services qu'il leur procurera, que la pression concurrentielle supplémentaire qu'il exercera sur les magasins concurrents¹⁹. Ce type d'opération n'entraîne donc pas la disparition de concurrents lesquels ont également la possibilité d'envisager l'agrandissement de leur propre magasin ou une modification de leur politique commerciale pour répondre à cette nouvelle offre concurrente.
57. En premier lieu, aucun élément ne permet de penser que le projet d'agrandissement du magasin « Korail alimentation » se serait substitué à une autre ouverture de magasin ou aurait bénéficié, du fait de sa présence sur le marché d'un avantage quelconque pour mettre en œuvre son nouveau projet.
58. En particulier, il convient de souligner que les règles en matière d'urbanisme commercial et de foncier dans la province des îles Loyauté sont différentes de celles applicables dans les provinces de la Grande Terre. Les îles Loyauté sont en effet des terres coutumières dont l'exploitation commerciale relève d'un régime juridique *sui generis*. A cet égard, les projets commerciaux ne nécessitent pas un permis de construire et une autorisation d'une commission provinciale d'urbanisme commercial (CPUC) mais repose sur l'approbation du projet, matérialisée par un procès-verbal de palabre, par la (ou les) tribu(s) possédant le terrain. Les barrières réglementaires à l'ouverture ou l'extension de commerces dans les îles Loyauté sont donc d'une autre nature que dans les autres provinces de Nouvelle-Calédonie et reposent que sur l'implication et l'accord des tribus.

¹⁹ Voir, par analogie, l'avis n° 13-A-20 précité, point 15.

59. En second lieu, l'agrandissement en question coïncide avec la fermeture, à l'horizon 2020, du magasin d'articles de bazar de l'enseigne, d'une surface de vente de 227 m², dont l'activité sera transférée dans le magasin objet de l'agrandissement. Ainsi, à terme, le gain net de surface de vente sera de 173 m² dans la première hypothèse et 295 m² dans la seconde. L'agrandissement net de la surface exploitée en produits alimentaire apparaît modeste et ne prive pas d'espace économique sur l'île de Lifou un éventuel projet d'agrandissement concurrent, voire d'un nouvel opérateur, aussi efficace.
60. Enfin, cet agrandissement est susceptible de conduire à une dynamisation de la concurrence sur la zone et à une baisse des prix comme l'a souligné un concurrent interrogé lors du test de marché. Ces derniers pourraient être incités à se rapprocher d'une enseigne nationale afin d'en tirer avantage en matière d'approvisionnement.
61. Il résulte de ce qui précède que la position de leader détenue par le magasin « Korail alimentation » post-agrandissement sur le marché du commerce de détail à dominante alimentaire dans la zone de chalandise définie et plus largement sur l'île de Lifou, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence. Elle est même *a priori* de nature à contribuer au progrès économique en proposant aux habitants de la commune de Wé, et plus largement à ceux de l'île de Lifou, une offre plus large de produits.

B. Sur les marchés amont de l'approvisionnement

62. La partie notifiante est présente sur les marchés amont de l'approvisionnement en tant qu'acheteur. Ses approvisionnements se font déjà en totalité auprès de fournisseurs et producteurs locaux et représentaient sur le dernier exercice comptable un montant annuel à 855 millions de F.CFP, qui sera porté à 910 millions de F.CFP à l'issue de l'opération.
63. Compte tenu de la dimension territoriale des marchés de l'approvisionnement, de leur volume en chiffre d'affaires et de la présence de nombreuses enseignes concurrentes sur le territoire, disposant de surfaces de vente bien supérieures à la cible, cette opération n'est pas susceptible de créer ou de renforcer une puissance d'achat qui placerait les fournisseurs en situation de dépendance économique ou à restreindre l'accès à l'aval des produits des opérateurs concurrents sur les marchés amont.

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

64. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant en l'agrandissement du commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Korail alimentation », sis commune de Wé sur l'île de Lifou, par la société Sarl Korail alimentation, n'est pas de nature, en dépit de la création d'une position dominante, à porter atteinte à la concurrence dans la zone de chalandise concernée qui justifierait son interdiction.
65. 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 ».

66. Par ailleurs, l'autorisation ne fait pas non plus obstacle à la mise en œuvre des articles Lp.421-1 (sur les ententes) dans le cas où une telle pratique venait à être constatée et Lp. 421-2 (sur les abus de position dominante) si une position dominante ou position dominante collective venait à être détectée ultérieurement et qu'un abus devait être relevé.
67. Cette décision ne préjuge pas, en outre, des conclusions d'une éventuelle analyse des accords conclus par le déclarant au regard des dispositions de l'article Lp. 421-2-1 du code de commerce interdisant les accords exclusifs à l'importation.
68. 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 l'agrandissement de 311 m² à 701 m² d'un commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne « Korail alimentation », sis commune de Wé sur l'île de Lifou, par la société Sarl Korail alimentation.