

NOUVELLE-CALEDONIE

-----  
GOUVERNEMENT  
-----

N° 2017 -327/GNC

du 14 FEV. 2017

Ampliations :

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

**ARRETE**

**relatif à la demande de 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 »**

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 fonctions 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 Leopold 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° 2013-3275/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 21 décembre 2016, par la SARL SUPERETTE LE CENTRE KONE, portant le numéro d'instruction 2016-EC-006, consistant au changement d'enseigne du magasin actuellement exploité sous l'enseigne « Supérette Le centre Koné » d'une

surface de vente de 380 m<sup>2</sup> situé dans la commune de Koné, au profit de l'enseigne « U » avec le concept « U-Express » ;

Vu le courrier n° CS16-3151-1658 DAE du 26 décembre 2016 reconnaissant la complétude du dossier de notification à compter du 21 décembre 2016 date de réception du dossier de notification considéré comme complet au sens de l'arrêté n° 2013-3275/GNC du 19 novembre 2013 pris en application de l'article 11 de la loi du pays n° 2013-8 du 24 octobre 2013 relative à la concurrence en Nouvelle-Calédonie concernant le communiqué et le contenu du dossier de déclaration dans le secteur du commerce de détail ;

Vu le communiqué concernant le résumé de l'opération contenu dans le dossier de notification, publié le 27 décembre 2016 sur le site internet de la direction des affaires économiques de la Nouvelle-Calédonie ;

Vu le test de marché adressé le 29 décembre 2016 aux concurrents du magasin « Supérette Le centre Koné » ;

Vu le rapport de motivation du gouvernement n° AG17-3151-142 annexé au présent arrêté concernant le dossier référencé sous le numéro 2016-EC-006 ;

Considérant que l'opération, en ce qu'elle entraînera le changement d'enseigne du magasin « Supérette Le centre Koné », commerce de détail à dominante alimentaire d'une surface de vente de 380 m<sup>2</sup> situé dans la commune de Koné, 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 amonts et avals dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire, concernés par l'opération notifiée ;

Considérant que l'analyse concurrentielle, développée dans le rapport de motivation n° AG17-3151-142 annexé au présent arrêté conclut que l'opération contrôlée consistant en un simple changement d'enseigne du magasin « Supérette Le centre Koné », situé dans la commune de Koné, au profit de l'enseigne « U » avec le concept « U-Express », sans autre modification, notamment du périmètre d'activité ou de la surface exploitée, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement d'une position dominante,

## ARRETE

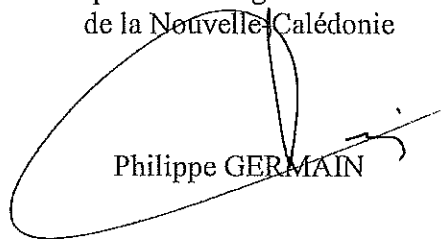
**Article 1<sup>er</sup>** : L'opération consistant en un changement d'enseigne du magasin « Supérette Le centre Koné » d'une surface de vente de 380 m<sup>2</sup> sis dans la commune de Koné, au profit de l'enseigne « U » avec le concept « U-Express », telle que présentée dans le dossier de notification référencé sous le n° 2016- EC-006, 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° AG17-3151-142 seront notifiés à l'intéressée afin de tenir compte de son intérêt légitime à occulter ses secrets d'affaires.

**Article 4 :** A compter de la réception des observations de l'intéressée, le présent arrêté ainsi que son rapport de motivation n° AG-17-3151-142 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 31 janvier 2017

N° AG17-3151-142

ANNEXE

**RAPPORT DU GOUVERNEMENT DE LA NOUVELLE-CALEDONIE  
RELATIF A LA DEMANDE DE CHANGEMENT D'ENSEIGNE DU MAGASIN « SUPERETTE LE  
CENTE KONE » D'UNE SURFACE DE 380 M<sup>2</sup> SITUE DANS LA COMMUNE DE KONE AU  
PROFIT DE L'ENSEIGNE « U » AVEC LE CONCEPT « U-EXPRESS »**

---

## SOMMAIRE

<i>I. La saisine.....</i>	5
<i>II. Contrôlabilité de l'opération et présentation du notifiant.....</i>	5
<i>A. Contrôlabilité de l'opération.....</i>	5
<i>B. Présentation de l'exploitant.....</i>	5
<i>III – Délimitation des marchés pertinents.....</i>	6
<i>A. Marché amont de l'approvisionnement.....</i>	6
1. <i>Les marchés de produits.....</i>	6
2. <i>Délimitation géographique.....</i>	7
<i>B. Marché de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires.....</i>	7
<i>C. Le marché aval de la distribution de détail à dominante alimentaire.....</i>	8
1. <i>Les marchés de service.....</i>	8
2. <i>La délimitation géographique.....</i>	9
<i>IV- Analyse concurrentielle.....</i>	9
<i>A. Analyse des effets horizontaux.....</i>	9
1. <i>Marché aval de la distribution à dominante alimentaire.....</i>	9
2. <i>Marchés de l'approvisionnement.....</i>	10
<i>B. Analyse des effets verticaux.....</i>	10
<i>V- Conclusion générale sur les risques d'atteinte à la concurrence.....</i>	11

## ***I. La saisine***

1. Par dépôt d'un dossier de notification déclaré complet le 21 décembre 2016, la SARL SUPERETTE LE CENTRE KONE représentée par Monsieur Albert ALINE, sollicite l'autorisation du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie pour changer l'enseigne du magasin, *sis* à Koné, exploité sous l'enseigne « *Supérette Le centre Koné* », au profit de l'enseigne « *U* » avec le concept « *U-Express* ».

## ***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 :*

*3° tout changement d'enseigne commerciale d'un magasin de commerce de détail dont la surface de vente est supérieure à 350 m<sup>2</sup>, et tout changement de secteur d'activité d'un tel magasin ;*

*[...] ».*

3. En l'espèce, l'opération consiste à changer l'enseigne du magasin actuellement exploité sous l'enseigne « *Supérette Le centre Koné* » au profit de l'enseigne « *U* » avec le concept « *U-Express* ». Ce magasin d'une surface totale de vente de 380 m<sup>2</sup> est situé au cœur du centre-ville de Koné au 160, rue Banemoin Gorendiawe.
4. En ce qu'elle entraînera le changement d'enseigne d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente de plus de 350 m<sup>2</sup>, la présente opération visée à l'article Lp 432-1 du code de commerce est soumise à autorisation préalable du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie.

### ***B. Présentation de l'exploitant***

5. La SARL SUPERETTE LE CENTRE KONE est détenue à 80% par la SCP ALIAS et à 20% par la SCP KARENA.
6. La SCP ALIAS est elle-même détenue à hauteur de 65% par M. Albert ALINE et les 35 % restants par ses enfants. La SCP KARENA est quant à elle détenue à 99% par M. Albert ALINE.
7. La SCP ALIAS est également détentrice de 80% du capital de la SARL SUPER AUTEUIL, société exploitant le supermarché Super U Auteuil à Nouméa, les 20% restants étant détenus par la SCP KARENA.
8. Le groupe ALINE<sup>1</sup> est aussi actif dans le secteur de la distribution de gros avec les sociétés SIB Distribution et ALINE Calédonie SAS.
9. SIB Distribution SAS représente une gamme large en produits alimentaires et non alimentaires. Elle est détenue à hauteur de 21,3% par Monsieur ALINE et à 78,7% par la société ALIAS SCP.
10. ALINE Calédonie SAS représente quant à elle une gamme large de marques structurées en départements beauté, hygiène et bazar. Elle est contrôlée à 80% par la société ALIAS SCP, le reste du capital étant détenu par la SCP KARENA.

<sup>1</sup> Le « groupe ALINE » n'existe pas en tant qu'entité juridique. Dans le présent rapport la référence au « groupe ALINE » désigne les entreprises liées au circuit de l'approvisionnement et de la distribution de produits de consommation courante dans lesquelles M. Albert ALINE détient directement ou indirectement une influence déterminante.

11. Enfin, le groupe ALINE est présent sur le secteur du déménagement au travers de la société de Transport Déménagement Manutention SARL (TDM).

### *III – Délimitation des marchés pertinents*

12. 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.
13. En l'espèce, les marchés concernés par l'opération relèvent du secteur de la distribution à dominante alimentaire.
14. La pratique constante des autorités nationale et européenne de la concurrence retient dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire les marchés « aval » de dimension locale qui mettent en présence les entreprises de commerce de détail et les consommateurs pour la vente de biens de consommation (C), le marché intermédiaire de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires (B) et les marchés « amont » de l'approvisionnement des entreprises de commerce de détail en biens de consommation courante de dimension nationale, ou limitées à chaque DOM ou COM dans les collectivités d'outre-mer (A).

#### *A. Marché amont de l'approvisionnement*

##### *1. Les marchés de produits*

15. Les marchés de l'approvisionnement 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). La pratique décisionnelle des autorités de concurrence ne distingue en effet pas selon le circuit de distribution mais 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.
16. Du point de vue de l'offreur, l'analyse du marché amont s'opère par catégorie de produits sans qu'il y ait lieu de distinguer ce marché selon les catégories de commerce. A l'occasion de ses décisions<sup>2</sup>, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, a retenu, l'existence de marchés répartis selon les familles ou groupes de produits suivants (groupes 1 à 23) :

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

17. Dans le cadre de la présente opération il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation.

<sup>2</sup> Arrêté n° 2015-1135/GNC du 30 juillet 2015 ; Arrêté n° 2016-1811/GNC du 30 août 2016.

## *2. Délimitation géographique*

18. 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
19. Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a cependant eu l'occasion de nuancer cette approche en raison du caractère insulaire de la Nouvelle-Calédonie<sup>3</sup>. En effet, il rejoint la position des autorités de concurrence s'agissant des territoires ultramarins (DOM)<sup>4</sup> 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. Il relève effectivement qu'une partie importante de l'approvisionnement des enseignes de distribution de détail à dominante alimentaire provient de producteurs et de grossistes locaux.
20. La partie notifiante tout comme les répondants au test de marché confirment une définition locale du marché de l'approvisionnement.
21. Au cas d'espèce, la partie notifiante est présente à l'amont sur les marchés de l'approvisionnement en tant qu'acheteur.

### *B. Marché de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires*

22. S'agissant de la distribution en gros de produits alimentaires, la pratique décisionnelle nationale a retenu à plusieurs reprises l'existence de marchés distincts, segmentés par canal de distribution : en premier lieu, la grande distribution et les commerces à dominante alimentaire (« GMS »), en second lieu la restauration hors foyer (« RHF »), et enfin l'industrie agro-alimentaire.
23. Concernant plus spécifiquement les marchés de gros ultramarins relatifs aux départements et régions d'Outre-mer, l'Autorité nationale de la concurrence a envisagé l'existence d'un marché de la distribution de gros aux grandes et moyennes surfaces alimentaires (GMS) à l'échelle de chaque DOM et/ou de la zone Antilles-Guyane, correspondant à l'activité des grossistes-importateurs. Cette analyse pourrait s'appliquer au marché calédonien.
24. Compte tenu de la forte spécialisation des grossistes-importateurs, la pratique décisionnelle a retenu une segmentation des marchés de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires à destination de la GMS par grandes familles de produits (boissons, produits-frais, produits secs, produits périssables, droguerie-parfumerie-hygiène etc...). Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette segmentation à l'occasion de la présente opération.
25. Du fait de l'activité de grossiste-importateur du groupe ALINE et de sa présence sur le marché aval de la distribution au détail liée à la présente opération, les effets verticaux de l'opération sur ces marchés seront examinés au niveau de la Nouvelle-Calédonie.

<sup>3</sup> Arrêté n° 2015-1135/GNC précité ; Arrêté n° 2014-3715/GNC.

<sup>4</sup> Avis n° 09-A-45 relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation dans les départements d'outre-mer.



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

### *1. Les marchés de service*

26. Les autorités de concurrence distinguent en général 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 m<sup>2</sup>), (ii) les supermarchés (entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>), (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail ou supérettes (entre 120 et 400 m<sup>2</sup>), (v) les maxi discompteurs et (vi) la vente par correspondance.
27. Il convient toutefois de souligner que les seuils de surface 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.
28. En l'espèce, sur la zone d'implantation de la cible et plus globalement en province Nord, aucun magasin actuellement exploité ne dispose d'une surface de vente supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>. Les hypermarchés n'entreront donc pas dans la présente analyse concurrentielle.
29. S'agissant des supérettes de détail, l'Autorité de la concurrence a 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, peuvent être habituellement utilisés 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 m<sup>2</sup>), la réciproque n'est presque jamais vérifiée.
30. Quant aux petits libres services (d'une surface inférieure à 120 m<sup>2</sup>), elle considère qu'ils offrent un assortiment et un niveau de prix qui les rendent peu à même de concurrencer durablement les supérettes et, a fortiori, les supermarchés ou les hypermarchés.
31. Toutefois, la pression concurrentielle que peuvent exercer les petits libres services se doit d'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.
32. Dans ces décisions<sup>5</sup>, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie a d'ailleurs eu l'occasion de préciser qu'une distinction pouvait être faite entre les commerces à dominante alimentaire situés à l'intérieur des agglomérations tels que le Grand Nouméa, de ceux situés en dehors. Dans son rapport<sup>6</sup> relatif à la Nouvelle-Calédonie, s'agissant du petit commerce de détail de proximité, l'Autorité de la concurrence avait mis en évidence son poids et le rôle particulièrement important qu'il joue dans les zones les plus isolées et les moins peuplées du territoire ou les groupes de distribution ne s'implantent pas ou peu à ce stade, c'est-à-dire sur le territoire de la Nouvelle-Calédonie à l'exclusion du Grand Nouméa.
33. Au cas d'espèce, avec une surface de vente de 380 m<sup>2</sup> le magasin cible est proche d'un petit supermarché et de ce fait moins sensible à la pression concurrentielle des petits libres services. Toutefois, il ne sera pas nécessaire de trancher la question de l'appartenance des petits libre-services au même marché de la proximité, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées. En conséquence, puisque le magasin cible entre dans la catégorie du petit commerce de détail (380 m<sup>2</sup>), l'analyse sera effectuée sur un marché incluant les petits commerces de détail et les supermarchés (le format des hypermarchés n'étant pas présent sur la zone).

<sup>5</sup> 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 m<sup>2</sup> sous enseigne KORAIL à Païta.

<sup>6</sup> Rapport de l'Autorité de la concurrence relatif aux mécanismes d'importation et de distribution des produits de grande consommation en Nouvelle-Calédonie

## *2. La délimitation géographique*

34. La pratique décisionnelle considère qu'en matière de commerce de détail à dominante alimentaire, en ce qui concerne les supermarchés, les conditions de la concurrence doivent en principe s'apprécier sur un marché où se rencontrent la demande des 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.
35. S'agissant du petit commerce de détail, l'Autorité de la concurrence<sup>7</sup> a précisé que cette catégorie de commerce 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.
36. D'autres critères peuvent néanmoins 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-dessus. Au cas d'espèce, le magasin cible avec une surface de 380 m<sup>2</sup>, est proche du seuil qui caractérise un supermarché, pouvant de ce fait attirer des consommateurs provenant d'une zone plus large que celle traditionnellement retenue pour un magasin de proximité. Sa situation rurale, la densité et la distribution de la population, de même que la densité géographique de l'offre sont également des facteurs pouvant impacter sa zone de chalandise.
37. Au cas présent, deux supermarchés aux enseignes Discount Teari et Leader Price se trouvent à un kilomètre sept (1,7km) de la cible. Ces magasins, respectivement de 1900 m<sup>2</sup> et 1000 m<sup>2</sup>, accessibles en moins de cinq minutes en voiture sont les plus grandes surfaces commerciales à dominante alimentaire présentes sur la commune de Koné. Ces supermarchés constituent donc une réelle alternative pour les consommateurs et exercent une concurrence certaine sur la supérette.
38. Dans le cadre de l'opération Casino/Monoprix<sup>8</sup>, l'Autorité de la concurrence avait estimé qu'il était justifié de tenir compte dans les zones de chalandise définies dans Paris intra-muros de la pression concurrentielle exercée par les hypermarchés situés dans un rayon de deux kilomètres autour des magasins cibles. Pour ce faire, elle avait considéré que onze hypermarchés de proche banlieue, pouvaient être considérés comme exerçant une pression concurrentielle sur les magasins situés dans les arrondissements parisiens de la périphérie.
39. Au cas d'espèce, la supérette se trouve au cœur du centre-ville de Koné. La notifiante a retenu la même délimitation géographique que la pratique décisionnelle puisqu'elle a considéré une zone de chalandise « primaire » accessible en 5 minutes à pieds. Elle a toutefois définie une zone supplémentaire de chalandise dite « secondaire » correspondant à 15 minutes de déplacement en voiture du fait de l'attractivité de la boucherie présente dans les locaux de la supérette.
40. En tout état de cause, au cas présent, la question de la délimitation exacte du marché géographique sera laissée ouverte car quel que soit le périmètre retenu et donc l'importance de la part de marché détenue par le magasin cible l'analyse concurrentielle n'est pas modifiée,

## *IV- Analyse concurrentielle*

### *A. Analyse des effets horizontaux*

#### *1. Marché aval de la distribution à dominante alimentaire*

41. La partie notifiante est amenée à calculer pour chaque marché concerné, une estimation du marché global, les parts de marché de l'entreprise déclarante ainsi que les parts de marché des principaux opérateurs concurrents en valeur et en volume.

<sup>7</sup> Décision n° 11-DCC-05 du 17 janvier 2011

<sup>8</sup> Décision 13- DCC-90 du 11 juillet 2013

42. Sur le marché comprenant les supérettes situées à 5 minutes à pied du magasin cible l'enseigne U portée par le groupe ALINE détient une part de surface de 32,09% et fait face à la concurrence de l'enseigne Discount avec laquelle il partage la même part de marché [30-40%] puis à celle de l'Etablissement Roés [30-40%].
43. Sur une zone élargie à 15 minutes de déplacement en voiture qui intègre les deux supermarchés de la commune de Koné, la répartition des parts de marché sont respectivement de 9,30% pour l'enseigne U (groupe ALINE), [50-60%] pour l'enseigne Discount (groupe Pentecost) et [10-20%] pour l'Etablissement Roes (distributeur indépendant).
44. Le groupe ALINE n'exploite aucun autre magasin sur la zone de chalandise et sera seul à exploiter l'enseigne U. Cette opération à surface et champ d'activités constants, qui consiste en une substitution d'enseigne, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la distribution à dominante alimentaire en renforçant la position du groupe ALINE et celle de l'enseigne U.
45. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché en cause par le biais d'effets horizontaux.

## 2. *Marchés de l'approvisionnement*

### ➤ Au niveau local

46. En ce qui concerne le marché amont de l'approvisionnement au niveau local, l'opération est insusceptible de renforcer la puissance d'achat du groupe ALINE, tous produits confondus comme par grands groupes de produits. Cette opération n'entraînant aucun gain de surface commerciale et donc ne faisant pas évoluer à la hausse les besoins en approvisionnement, elle est sans impact sur la dépendance des fournisseurs locaux à l'égard du groupe.

### ➤ Au niveau national

47. Si l'on considère le marché amont de l'approvisionnement en produit MDD « U », la notifiante a estimé à 38 MF CFP le montant total<sup>9</sup> des achats que le groupe ALINE effectuera auprès de la centrale d'achat de l'enseigne. L'augmentation de la puissance d'achat du groupe ALINE vis-à-vis de la centrale d'achats Système U résultant de l'opération est insignifiante.
48. En conséquence, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché amont de l'approvisionnement tant au niveau local qu'au niveau national.

## *B. Analyse des effets verticaux*

49. Lorsque le futur exploitant (ou le groupe auquel il appartient), est présent sur des marchés situés en amont du commerce de détail, l'opération peut générer des effets restrictifs de concurrence ou « *effets verticaux* ». L'intégration verticale peut produire les mêmes effets que des clauses restrictives de concurrence passées entre un fournisseur et ses distributeurs.
50. Ces effets verticaux peuvent prendre la forme de verrouillage de la clientèle ou de verrouillage par les intrants.
51. En l'espèce, le groupe ALINE est effectivement présent sur le marché amont de l'approvisionnement en tant que grossiste-importateur. [secret des affaires].

<sup>9</sup> Cette estimation inclut les achats effectués par le supermarché Super U Auteuil

52. Au regard de la relation « privilégiée » entre la SAS Aline Calédonie et la marque L'Oréal, le groupe ALINE avait été contraint lors de la décision relative à la création du supermarché Super U Auteuil<sup>10</sup>, à déposer des engagements consistant à ne pas discriminer ses concurrents tant d'un point de vue tarifaire que non tarifaire.
53. Toutefois, au cas présent, dans la mesure où l'opération ne se traduit pas par une augmentation des parts de marché sur le marché aval de la distribution à dominante alimentaire, le groupe ALINE n'est incité ni à vendre davantage de produits de la marque L'Oréal ni à modifier ses comportements. Au surplus, la notifiante précise que les achats en produits L'Oréal réalisés auprès de la SAS Aline Calédonie représentent moins de 0,5% des dépenses totales d'approvisionnement de la cible. Le risque que l'opération puisse entraîner des effets de verrouillage sur le marché de la distribution à dominante alimentaire peut-être écarté.
54. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

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

55. Il ressort de l'instruction que l'opération consistant en un simple changement d'enseigne du magasin « Supérette Le centre Koné » au profit de l'enseigne « U » avec le concept « U-Express », situé dans la commune de Koné, sans autre changement, notamment dans la surface de vente ou le secteur d'activité, n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence.
56. Cette conclusion ne fait pas obstacle à un examen *ex post* du comportement de cet opérateur si son comportement ultérieur venait à soulever des problèmes de concurrence, à travers le dispositif prévu à l'article Lp 422-1 du code de commerce 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* ».
57. Par ailleurs, l'autorisation ne fait pas obstacle à la mise en œuvre de l'article Lp. 421-2 (sur les abus de position dominante) si une position dominante ou position dominante collective venait à être détectée ultérieurement et qu'un abus devait être relevé.
58. 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.
59. 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 au changement d'enseigne du magasin « Supérette Le centre Koné » au profit de l'enseigne « U » avec le concept « U-Express », situé dans la commune de Koné.

<sup>10</sup> Arrêté n° 2015-1135/GNC du 30 juillet 2015 relatif à la création et mise en exploitation par la Sarl Super Auteuil, d'un commerce de détail à dominante alimentaire à enseigne Super U d'une surface de vente de 1557 m<sup>2</sup> situé à Auteuil, commune de Dumbéa