

DECISION N° 2022-SC-01 DU 15 FEVRIER 2022
RELATIVE À L'OUVERTURE D'UN MAGASIN DE COMMERCE DE DÉTAIL
SOUS L'ENSEIGNE « PAINAPO MARKET » D'UNE SURFACE DE VENTE
DE 777 M² SITUÉ DANS LA COMMUNE DE PAOPAO À MOOREA

L'Autorité polynésienne de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé à l'Autorité polynésienne de la concurrence (l'« Autorité ») le 27 janvier 2022, déclaré complet au même jour le 28 janvier 2022, relatif à la création d'un magasin de commerce de détail, d'une surface de vente de 777 m², qui devrait être exploité sous l'enseigne « Painapo Market », situé à Maharepa, au PK 5,5, côté montagne, dans la commune de Paopao à Moorea ;

Vu le code de la concurrence, et notamment ses articles LP. 320-1 à LP. 320-5 et A. 320-1 à A. 320-2 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

I. LA CONTRÔLABILITÉ DE L'OPÉRATION PROJÉTÉE

1. La partie notifiante déclare que *« le projet consiste à :*
 - a. *déménager le "Supermarché Maharepa" sis à Maharepa P.K.5,2, dans l'enceinte d'un bâtiment commercial en projet de réalisation dénommé "CENTRE MAHAREPA 2.0 " situé à 300 mètres du magasin actuel, au P.K.5,5, côté montagne*
 - b. *étendre sa surface de vente de 477 m², en la portant de 300 m² (pour l'ancien magasin) à 777 m² (pour le nouveau magasin).*
 - c. *changer l'enseigne commerciale ».*
2. Il a vocation à s'intégrer dans un ensemble commercial d'une superficie totale de 2 466 m² sur deux niveaux, qui regrouperait, au rez-de-chaussée, cinq autres commerces de détail dont les surfaces de vente seront inférieures à 300 m² ainsi que, à l'étage, *« 3 locaux destinés à des services et/ou professions libérales ».*
3. La partie notifiante souhaite mettre en exploitation ce nouveau magasin le 1^{er} décembre 2023, et déclare qu'il n'existe aucun obstacle à la future mise en exploitation du magasin, la demande de permis de construire ayant été déclarée recevable le 1^{er} février 2022.
4. L'opération notifiée consiste en la mise en exploitation d'un nouveau magasin de commerce de détail d'une surface de vente de plus de 300 m², elle constitue une opération visée à l'article LP 320-1-1 du code de la concurrence qui soumet à autorisation préalable *« toute mise en exploitation d'un nouveau magasin de commerce de détail, lorsque sa surface de vente est supérieure à 300 mètres carrés »*, et est, à ce titre, soumise à autorisation préalable de l'Autorité polynésienne de la concurrence.

II. L'ENTREPRISE CONCERNÉE

5. L'opération a été notifiée par la SAS Sodima, société par actions simplifiée polynésienne au capital de [...] F CFP, immatriculée au RCS de Papeete sous le numéro 05123 B, et à l'ISPF sous le numéro Tahiti 735910. Son siège social est sis à Moorea, Maharepa.
6. La SAS Sodima exploite actuellement à Moorea un magasin de commerce de détail à dominante alimentaire sous l'enseigne « Supermarché Maharepa », sis à Maharepa, sur un terrain donné à bail en 2005. Ce magasin sera fermé dès la réalisation de la présente opération.
7. La société notifiante déclare ne détenir aucune participation dans une ou plusieurs autres sociétés commerciales.
8. Les actionnaires de la SAS Sodima sont M. R.K à hauteur de [75-85] % du capital, et [...] Mme S.V à hauteur de [15-25] %. Ils ne détiennent aucune autre participation dans une société commerciale.
9. Ils sont en revanche actionnaires de la SCI Eimeo Maharepa, propriétaire du terrain et du futur ensemble immobilier devant être édifié pour la réalisation du projet objet de la présente notification. M. R.K et Mme S.V sont ainsi chacun détenteurs de [30-40] % du capital, [...], Mmes T.K, S.K et B.K détenant chacune [5-15] % des parts sociales de la SCI.

III. LA DÉLIMITATION DES MARCHES PERTINENTS

10. La SAS Sodima est active dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire.
11. Selon la pratique constante des autorités de concurrence, on distingue dans le secteur de la distribution de détail à dominante alimentaire les marchés amont de l'approvisionnement des entreprises de commerce de détail en biens de consommation courante et les marchés aval de la distribution de détail à dominante alimentaire.
12. Sur chacune de ces catégories de marchés, la délimitation des marchés pertinents impose non seulement une analyse des caractéristiques des produits ou services offerts par la partie notifiante mais également de préciser la zone géographique sur laquelle les acteurs du marché exercent une pression concurrentielle effective¹.

A. La délimitation des marchés amont de l'approvisionnement

1. La dimension « produit » de la délimitation des marchés amont

13. Dans le secteur de la distribution de détail à dominante alimentaire, les marchés amont de l'approvisionnement sont le lieu de rencontre entre une offre émanant de producteurs de biens de consommation courante et une demande émanant d'acheteurs divers tels que les détaillants ou les cafés/hôtels/restaurants. En Polynésie française, à l'instar d'autres territoires ultra-marins, une partie importante de l'approvisionnement des entreprises de distribution à dominante alimentaire provient de grossistes-importateurs qui fournissent un service d'intermédiation entre les producteurs et les détaillants. Cette dimension doit être prise en compte dans la dimension produit des marchés amont.
14. L'Autorité a eu l'occasion de se prononcer sur une délimitation des marchés amont de l'approvisionnement distinguant autant de marchés pertinents qu'il existe de groupes de produits². Cette délimitation peut être retenue en l'espèce.

¹ Communication de la Commission européenne sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence (Journal Officiel C 372 du 09/12/1997) ainsi que le rapport annuel de l'ADLC 2001, Étude thématique « Les marchés pertinents » et le rapport annuel de l'ADLC, Étude thématique « Les marchés locaux ».

² Décisions n° 2016-SC-02, n° 2018-SC-03, n° 2019-SC-01, n° 2019-SC-02, n° 2021-SC-02 et n° 2021-SC-04. Il est ainsi courant de distinguer 23 catégories de produits, regroupés en 5 grandes familles : produits de grande consommation (liquides, droguerie, parfumerie et hygiène, épicerie sèche, parapharmacie, produits périssables en libre-service), frais traditionnel (charcuterie, poissonnerie, fruits et légumes, pain et pâtisserie fraîche, boucherie), bazar (bricolage, maison,

2. La dimension géographique de la délimitation des marchés amont

15. Dans la configuration actuelle de l'exploitation du Supermarché Maharepa, la société Sodima n'est liée à aucune centrale d'achat, tous les approvisionnements se font auprès de distributeurs locaux : à hauteur de [20-30] % auprès de producteurs locaux, et à [60-70] % auprès des importateurs locaux. Dans la configuration projetée (déménagement, augmentation de la surface de vente et changement d'enseigne), la partie notificante prévoit un approvisionnement à hauteur de [10-20] % auprès d'une future centrale d'achat, venant diminuer d'autant la part d'approvisionnement auprès des importateurs locaux, d'ici la fin de l'année 2022.
16. La majorité de l'approvisionnement du magasin Painapo Market se fera auprès de producteurs et d'importateurs-grossistes locaux. Cette partie de l'approvisionnement donne une dimension locale aux marchés amont de l'approvisionnement, étant précisé que les importateurs-grossistes locaux ne sont que les relais locaux d'un approvisionnement de dimension mondiale.
17. Les marchés amont de l'approvisionnement revêtent donc à la fois une dimension locale et une dimension internationale.

B. La délimitation des marchés aval de la distribution de détail à dominante alimentaire

1. La dimension « produit » de la délimitation des marchés aval

18. Les autorités de concurrence distinguent généralement six catégories de commerce à dominante alimentaire (*i.e.* pour les magasins dont au moins un tiers du chiffre d'affaires provient de la vente de produits alimentaires) en utilisant plusieurs critères³ : (i) les hypermarchés (surface légale 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 (moins de 400 m²), (v) les maxi discompteurs et (vi) la vente par correspondance.
19. En l'espèce, la surface commerciale du magasin projeté serait de 777 m². Il entrerait donc dans la catégorie des supermarchés, contrairement au magasin actuel, d'une surface de vente de 300 m² avant déplacement.
20. L'Autorité considère qu'étant donné la spécificité des modes de consommation en Polynésie française, il n'est pas exclu que des surfaces commerciales plus petites, relevant du petit commerce de proximité, exercent une pression concurrentielle sur les supermarchés⁴.
21. Il résulte des décisions antérieures de l'Autorité⁵, que compte tenu à la fois des habitudes de consommation des Polynésiens, de la persistance de nombreux petits commerces d'alimentation et de la gamme de produits offerts dans certains des commerces spécialisés, on ne peut pas exclure *a priori*, dans le contexte de l'économie polynésienne, que l'ensemble des formes de petits commerces spécialisés puissent être inclus dans le paysage concurrentiel de Moorea où se trouverait le magasin de la partie notificante.

culture, jouets, loisir et détente, jardin, automobile), électroménager, photo, cinéma et son (gros électroménager, petit électroménager, photo et ciné, hi-fi et son, TV et vidéo) et enfin textile (textile et chaussures).

³ Notamment la taille des magasins, leurs techniques de vente, leur accessibilité, la nature du service rendu et l'ampleur des gammes de produits proposés.

⁴ Décisions n° 2016-SC-02 du 13 octobre 2016 relative à la création d'un magasin de commerce de détail, sous enseigne LS Proxi, situé à Maharepa (commune de Paopao) à Moorea ; et les décisions n° 2018-SC-03 du 18 décembre 2018 relative au changement d'enseigne du magasin de commerce de détail « To'a Faa'a » situé à Faa'a à Tahiti, au profit de l'enseigne « Happy Market partenaire Intermarché », n° 2019-SC-01 du 8 janvier 2019 relative à la création d'un magasin de commerce de détail, sous enseigne LS Proxi, situé à Taravao (Afaahiti) dans la commune de Tairapu-Est et n°2021-SC-02 du 20 mai 2021 relative à l'ouverture d'un magasin de commerce de détail sous l'enseigne « Champion » d'une surface de vente de 780 m² situé dans la commune de Paea à Tahiti.

⁵ Décision n°2021-SC-02 du 20 mai 2021 relative à l'ouverture d'un magasin de commerce de détail sous l'enseigne « Champion » d'une surface de vente de 780 m² situé dans la commune de Paea à Tahiti.

22. En toute hypothèse l’Autorité estime qu’il n’est pas nécessaire de trancher la question de l’intégration des commerces de détail alimentaire spécialisés et des stations-service dans la mesure où leur intégration ne modifie pas les conclusions de l’analyse concurrentielle.

2. La dimension géographique de la délimitation des marchés aval

23. En l’espèce, différents cas de délimitation des marchés géographiques peuvent être envisagés : une délimitation étendue à l’île de Moorea et une délimitation restreinte à la zone de Maharepa.
24. Il est possible d’examiner les zones de chalandise des différents magasins situés sur le pourtour de l’île de Moorea et vérifier s’il existe de forts recouvrements de celles-ci susceptibles d’engendrer une chaîne de substitution conduisant à inscrire tous les commerces concernés dans le même espace concurrentiel⁶.
25. L’Autorité a en effet déjà eu l’occasion de retenir, par la construction d’isochrones de 15 minutes autour de chaque magasin, l’existence de forts recouvrements et d’une possible chaîne de substitution inscrivant tous les magasins concernés dans le même espace concurrentiel tout autour de l’île de Moorea. La potentialité d’un marché géographique encore plus large pourrait être évoquée⁷, sans qu’il soit besoin de trancher cette question dans le cas d’espèce.
26. L’Autorité a aussi déjà été amenée à considérer l’existence d’éléments locaux d’animation concurrentielle, probablement au niveau de chaque commune, pour tout ce qui concerne les achats de proximité, d’impulsion ou de relative urgence. Il s’agit là des comportements des consommateurs pour des achats de faible ou moyenne quantité pour des produits à usage courant dont le besoin se fait ressentir dans des délais limités. Les éléments déterminant le choix des consommateurs résident davantage dans la disponibilité et la minimisation du temps de déplacement que dans le niveau des prix des produits eux-mêmes⁸ et une zone de concurrence de proximité encore plus réduite, qui s’étendrait sur la seule zone de Maharepa pourrait donc être considérée.
27. En toute hypothèse, l’Autorité considère qu’il n’est pas nécessaire de trancher la question de la délimitation géographique des marchés à l’occasion de l’opération notifiée, l’analyse concurrentielle restant inchangée quelles que soient les hypothèses retenues.

IV. ANALYSE CONCURRENTIELLE

28. En raison du principe de liberté d’entreprendre à valeur constitutionnelle, dont la liberté de la concurrence est l’un des aspects⁹, l’Autorité rappelle qu’une autorité de concurrence, même si la compétence lui en est accordée par la loi, ne peut s’immiscer qu’avec prudence dans le contrôle des opérations de croissance interne des distributeurs à dominante alimentaire¹⁰. En effet, une telle croissance se réalise par le biais d’un investissement pérenne, susceptible de profiter aux consommateurs tant grâce aux nouveaux services qu’il leur procure, que par la pression concurrentielle supplémentaire qu’il exerce sur les magasins concurrents.
29. L’Autorité analyse les effets concurrentiels prévisibles de l’opération en tenant compte du pouvoir de marché de la partie notifiante¹¹ et des spécificités locales.
30. Mesurer l’intensité de la concurrence impose d’examiner un ensemble d’éléments tels que, notamment, les barrières à l’entrée, le degré de concentration des marchés aval, et la puissance d’achat de l’entité

⁶ Décision n° 2021-SC-04.

⁷ Décisions n°2021-SC-02 et n° 2019-SC-01.

⁸ Décision 2021-SC-02 du 20 mai 2021 relative à l’ouverture d’un magasin de commerce de détail sous l’enseigne « Champion » d’une surface de vente de 780 m² situé dans la commune de Paea à Tahiti, § 45.

⁹ Avis ADLC n° 07-A-12 du 11 octobre 2007 relatif à la législation relative à l’équipement commercial, notamment le §97.

¹⁰ Décision n° 2021-SC-01 du 12 mars 2021 relative à l’agrandissement de la surface de vente du magasin de commerce de détail sous enseigne « Carrefour » situé dans la commune de Arue à Tahiti. Voir aussi Décisions n° 2021-SC-02

¹¹ Décision n°2021-SC-02 précitée, § 62.

concernée afin d'apprécier si ces éléments peuvent freiner ou empêcher l'implantation ou le développement de concurrents.

31. En Polynésie française, le code de la concurrence impose de rechercher si le projet notifié est susceptible de porter une atteinte excessive à la concurrence (art. LP 320-3, I, 2°).
32. En l'espèce, étant donné les éléments versés, notamment en ce qui concerne son chiffre d'affaires, et le fait que la SAS Sodima n'est présente qu'à travers le seul magasin « Supermarché Maharepa » sur l'île de Moorea, il n'est pas nécessaire de s'interroger sur une éventuelle position dominante de cette société sur les marchés amont ou aval étendus à l'intégralité de l'île de Moorea ou à l'international.
33. Sur un marché restreint à la zone de Maharepa, l'opération notifiée n'entraînerait qu'une légère modification de la structure concurrentielle, dans la mesure où la société Sodima y est déjà implantée via le magasin « Supermarché Maharepa ». Le déplacement envisagé se ferait à l'intérieur de ce marché, le nouvel emplacement étant distant de 300 mètres uniquement par rapport au magasin actuel.
34. C'est donc uniquement par l'augmentation de la surface de vente que la structure concurrentielle du marché serait modifiée par l'opération notifiée.
35. Il résulte de ce qui précède que l'opération projetée : a) ne résulte pas de la puissance de marché de l'entreprise notifiante ; b) ne se substitue pas à un projet alternatif porté par un concurrent ; c) ne comporte aucun risque d'engendrer des barrières nouvelles à l'entrée de concurrents aussi efficaces¹². En outre, l'Autorité considère que l'opération envisagée ne sera pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur la zone retenue quelle que soit la segmentation du marché de produit envisagée par ailleurs.

DECISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 22/0002S est autorisée.

Délibéré sur le rapport oral de Alexandre Raguideau, rapporteur, et l'intervention de Matthieu Pujuguet, rapporteur général par intérim, par Johanne Peyre, présidente, Aline Baldassari, Youssef Guenzoui, Marie-Christine Lubrano et Christian Montet, membres.

La Présidente

Johanne Peyre

¹² Voir les critères d'analyse développés dans la décision n°2021-SC-02 du 20 mai 2021 relative à l'ouverture d'un magasin de commerce de détail sous l'enseigne « Champion » d'une surface de vente de 780 m² situé dans la commune de Paea à Tahiti.