DECISION N° 2022-SC-12 DU 20 DÉCEMBRE 2022 RELATIVE AU CHANGEMENT D'ENSEIGNE COMMERCIALE DU MAGASIN DE COMMERCE DE DÉTAIL SOUS L'ENSEIGNE « U EXPRESS CÉCILE » VERS L'ENSEIGNE « AUCHAN SUPER » SITUE DANS LA COMMUNE DE PAPEETE, TAHITI

L'Autorité polynésienne de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé à l'Autorité polynésienne de la concurrence (« l'Autorité ») le 7 décembre 2022 relatif à un projet de changement d'enseigne commerciale du magasin de commerce de détail exploité actuellement sous l'enseigne « U Express Cécile » vers l'enseigne « Auchan Super » et situé à Fariipiti, angle de l'avenue du Commandant Chessé et de l'avenue du Chef Vairaatoa, dans la commune de Papeete à Tahiti ;

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 CONTROLABILITÉ DE L'OPÉRATION PROJETÉE ET L'ENTREPRISE CONCERNÉE

A. La contrôlabilité de l'opération projetée

1. La partie notifiante déclare qu'à l'issue de l'opération envisagée, la surface de vente du magasin, telle que définie par l'article A320-1-1-II du code de la concurrence, restera inchangée et établie à 540 m².

2. La partie notifiante indique que « *la date prévisionnelle du changement d'enseigne est fixée au 1er juin 2023* ».

3. Le I de l'article LP 320-1-1 du code de la concurrence dispose que :

> « *Est soumis au régime d'autorisation défini par le présent titre :* […]
>
> *3° Tout changement d'enseigne commerciale d'un magasin de commerce de détail dont la surface de vente est supérieure à 300 m²* »

4. Dans la mesure où l'opération notifiée consiste au changement d'enseigne commerciale d'un 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 du code de la concurrence et est, à ce titre, soumise à autorisation préalable de l'Autorité .

B. L'entreprise concernée

5. Le magasin sous enseigne « Auchan Super » continuera d'être exploité par la SARL Super Cécile.

6. La SARL Super Cécile, immatriculée le 15 juillet 2015 au RCS de Papeete sous le numéro 15 170 B, est détenue par les sociétés Aline Associés SCP (à hauteur de [75-85]%) et Aline Tahiti SAS (à hauteur de [15-25]%, elle-même détenue à [90-100] % par la société Aline Associés SCP). L'actionnaire principal de ces sociétés est Monsieur A. A, personne physique.

7. Le groupe Aline est actif dans le secteur de la distribution au détail de produits alimentaires en Polynésie française à travers, outre la SARL Super Cécile, l'exploitation de commerces de détail par les sociétés SAS Tamanu Punaauia, SARL Bottleshop Polynésie et SAS Super Moz.

8. Monsieur A. A est également gérant de la SCI Eimeo Nui, société propriétaire des parcelles de terre sur lesquelles la SAS Super Moz projette la mise en exploitation d'un magasin de commerce de détail à Moorea.

II. LA DÉLIMITATION DES MARCHES PERTINENTS

9. Il résulte de l'article LP 320-3 du code de la concurrence que l'Autorité peut autoriser l'opération envisagée ou l'interdire « *si elle estime que le projet considéré est susceptible de porter une atteinte excessive à la concurrence* ».

10. Pour ce type d'analyse prospective du fonctionnement des marchés, à l'instar de ce que font les autorités de concurrence dans les dossiers de contrôle des concentrations, il est utile de passer par une étape préalable de délimitation des marchés pertinents sur lesquels la partie notifiante est active.

11. En l'espèce, celle-ci sera active dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire.

A. La délimitation des marchés aval de la distribution de détail a dominante alimentaire

12. Les autorités de concurrence distinguent généralement six catégories de commerce en utilisant plusieurs critères[1] : (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.

13. En l'espèce, la surface de vente du magasin objet du changement d'enseigne est de 540 m². Il entre donc dans la catégorie des supermarchés.

14. L'Autorité a, dans sa pratique décisionnelle, considéré qu'étant donné la spécificité des modes de consommation en Polynésie française, on ne peut pas *a priori* exclure que des surfaces commerciales

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

plus petites, relevant du petit commerce de proximité, ou des surfaces de libre-service dans les stations-services, exercent une pression concurrentielle sur les supermarchés[2].

15. En toute hypothèse, dans le cas d'espèce, l'Autorité estime toutefois qu'il n'est pas nécessaire de trancher la question de l'intégration de ces petites surfaces commerciales, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle restent inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.

16. Par ailleurs l'Autorité, dans ses décisions précédentes, a déjà été amenée à considérer qu'il existe tant des facteurs créant une dynamique concurrentielle parfois à l'échelle de l'ensemble d'une île, que des éléments locaux d'animation concurrentielle, probablement au niveau de chaque commune[3].

17. En tout état de cause, dans le cadre de la présente opération, la question de l'étendue géographique du marché pertinent peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant identiques quel que soit le marché géographique retenu.

B. La délimitation des marchés amont de l'approvisionnement

18. 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.

19. 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 produits[4].

20. L'Autorité considère qu'il n'y a pas lieu de remettre en cause cette analyse dans le cas du présent projet de changement d'enseigne.

21. Sur le marché amont de l'approvisionnement, la partie notifiante précise que l'approvisionnement du magasin s'effectuera en majorité auprès des fournisseurs étrangers à la Polynésie française via les grossistes-importateurs locaux dont la société Aline Tahiti (société du groupe), les industriels et producteurs locaux. L'importation par Aline Tahiti sera de [85-95] % auprès de fournisseurs européens et [5-15]% auprès de fournisseurs américains et asiatiques. La seule modification dans l'approvisionnement du magasin consiste en l'importation d'une marque de distributeur via la centrale d'achat Auchan, en lieu et place d'une marque de distributeur importée actuellement via la centrale d'achat U.

22. Les marchés amont de l'approvisionnement revêtent donc à la fois une dimension locale et une dimension internationale dont les proportions seraient éventuellement à préciser selon les catégories de produits, si cela s'avérait nécessaire.

III. ANALYSE CONCURRENTIELLE

23. Le code de la concurrence impose de rechercher si l'opération notifiée est susceptible de porter une atteinte « *excessive* » à la concurrence (art. LP 320-3, I, 2°).

---

2 Voir notamment les décisions n° 2022-SC-02 et n° 2022-SC-09.

3 Voir encore notamment les décisions n° 2022-SC-02 et n° 2022-SC-09.

4 Voir notamment les 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, 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).

24. L'Autorité analyse les effets concurrentiels prévisibles de l'opération en tenant compte notamment du pouvoir de marché éventuel de la partie notifiante[5] et des spécificités locales.

25. L'opération notifiée est limitée au changement d'enseigne commerciale d'un magasin, actuellement sous enseigne « U Express Cécile », vers l'enseigne « Auchan Super ».

26. Le changement d'enseigne d'un magasin déjà en exploitation ne paraît pas susceptible d'entraîner une modification importante du fonctionnement de la concurrence sur le marché concerné. Dans le cas d'espèce, compte tenu des contraintes que faisaient peser la politique stratégique du système U sur chacun des distributeurs qui en sont membres, l'émancipation de ce système en adoptant une enseigne indépendante telle que Auchan donne à la partie notifiante une capacité d'action concurrentielle nouvelle. Par ailleurs, le changement d'approvisionnement, notamment auprès d'une nouvelle centrale d'achat est également susceptible d'avoir un effet positif sur l'intensité concurrentielle.

27. Quand bien même ces parts de marché seraient-elles modifiées, la structure du marché n'en serait pour autant pas bouleversée au point de faire apparaître des risques de distorsions significatives de concurrence. Au contraire, l'arrivée d'une nouvelle enseigne sur un marché est par nature pro-concurrentielle, en permettant de diversifier l'offre de produits offerts aux consommateurs et d'animer le jeu de la concurrence par les prix vis-à-vis des autres distributeurs.

28. En outre, l'opération ne porte ni sur un changement d'exploitant ni sur une modification des surfaces de vente du magasin qui serait de nature à modifier l'équilibre concurrentiel sur les marchés pertinents concernés, de sorte que le pouvoir de marché de la partie notifiante ne devrait pas être substantiellement modifié.

29. Enfin, le magasin concerné par la demande de changement d'enseigne conservera la même gamme de produits.

DECISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 22/0025 S est autorisée.

Délibéré sur le rapport oral de M. Alexandre Raguideau, rapporteur, avec l'intervention de M. Christophe Venture, rapporteur général par délégation, par Mme Johanne Peyre, présidente, Mme Aline Baldassari, M. Youssef Guenzoui et M. Christian Montet, membres.

La Présidente

Johanne Peyre

[5] Décision n°2021-SC-02 précitée, § 62.