DÉCISION N° 2024-SC-09 DU 02 SEPTEMBRE 2024

RELATIVE AU CHANGEMENT D'ENSEIGNE COMMERCIALE DU MAGASIN DE COMMERCE DE DÉTAIL SOUS ENSEIGNE « HAPPY MARKET – PARTENAIRE INTERMARCHÉ » VERS L'ENSEIGNE « U EXPRESS » À PAEA, TAHITI

L'Autorité polynésienne de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé à l'Autorité polynésienne de la concurrence (ci-après « **l'Autorité** » ou « **APC** ») le 9 août 2024, enregistré le 12 août 2024, relatif à un projet de changement d'enseigne commerciale d'un magasin de commerce de détail actuellement sous enseigne « Happy Market – Partenaire Intermarché » vers l'enseigne « U Express », d'une surface de vente de 696 m² situé au PK 19,5 côté mer dans la commune de Paea à Tahiti ;

Vu le code de la concurrence, et notamment ses articles LP. 320-1 à LP. 320-5, LP. 620-10 et A. 320-1 à A. 320-3 ;

Vu les articles 130-01 à 133-02 du règlement intérieur de l'Autorité ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

I. LA CONTROLABILITE DE L'OPERATION PROJETEE ET L'ENTREPRISE CONCERNEE

A. L'ENTREPRISE CONCERNEE

1. Le magasin concerné par le changement d'enseigne notifié est exploité par la SARL Happy Market Paea, qui continuera de l'exploiter sous sa nouvelle enseigne « U Express ». La société Happy Market Paea est détenue par la société Tahitian Market à [90-100] %.

2. La société Tahitian Market est une société civile de participation au capital de 200 000 F CFP, dont le siège social est situé 17 place Notre Dame dans la commune de Papeete. Elle est immatriculée au registre du commerce et des sociétés (RCS) de Papeete sous le numéro 23 192 C ainsi qu'au répertoire des entreprises (RTE) sous le numéro F41943.

3. Cette société est elle-même détenue à [90-100] % par la société Brasserie de Tahiti (ci-après « **BDT** » ou « **groupe BDT** »).

4. La BDT est active dans le secteur de la production et la distribution de boissons alcoolisées et non alcoolisées en Polynésie française. Elle est également active dans divers secteurs au travers de nombreuses filiales dans lesquelles elle détient des participations contrôlantes, telles que :

   - la société SA Jus de fruits de Moorea ([80-90] %), spécialisée dans la fabrication de jus de fruits ;
   - la société SA Manutea Tahiti ([90-100] %), spécialisée dans la fabrication de boissons alcoolisées ;
   - la société SA Plastiserd ([90-100] %), spécialisée dans la fabrication d'emballages et objets en plastique, détenant elle-même la totalité du capital de la société SARL Tahiti Access (fabrication et pose de portails et de tous systèmes de fermetures), la totalité du capital de la société SARL Tahiti Sign (enseignes publicitaires), la totalité du capital de la société SARL Polynésie Froid, active dans la distribution, l'installation et la maintenance de matériel frigorifique, et [90-100] % du capital de la SCI Tipaerui Piti (activité immobilière) ;
   - la société SAS La Cave de Tahiti ([90-100] %) active dans l'importation, la distribution et la commercialisation de vins et spiritueux ;
   - la société Morgan Vernex ([90-100] %) spécialisée dans l'importation et la distribution en gros de produits alimentaires, de produits de droguerie, parfumerie et hygiène, de confiseries, boissons, glaces, plats préparés surgelés et d'articles de quincaillerie ;
   - la société SAS Tahiti Premium Water ([90-100] %) spécialisée dans la distribution de bonbonnes d'eau Premium Water, location et maintenance de fontaines à eau et de fontaines filtrantes ; la société Tahiti Easy Drink ([90-100] %) spécialisée dans la distribution automatique de boissons chaudes ou froides non alcoolisées, de snacks et de confiseries ;
   - la société SA Pearl Resorts of Tahiti (anciennement Financière Hôtelière Polynésienne) ([90-100] %), qui exerce une activité de holding et de gestion hôtelière pour le compte de ses filiales propriétaires de quatre hôtels ;
   - la société Hinano Hawaii Inc. ([90-100] %) filiale créée à Hawaii, spécialisée dans la distribution de vêtements ;
   - la société SAS Polynesian Life Style ([60-70] %) spécialisée dans l'importation et la commercialisation sous toute forme de distribution de prêt à porter, accessoires de mode, maroquinerie ;

- la Société polynésienne d'entretien industriel ([90-100] %) détenant elle-même la totalité du capital de la société Tallin Pi Pacific Industrie qui est active dans l'importation et la distribution de produits industriels de maintenance et d'hygiène ;
- la société SA Vaipoopoo (anciennement SDA[1]) ([90-100] %) qui exerce une activité purement immobilière ;
- les sociétés civiles Teporifaaite ([90-100] %), Hinarue 2 ([90-100] %), Tipaerui Toru ([90-100] %), Ia Ora Te Matete ([90-100] %), Paetou Hoe ([90-100] %) et Nismo ([90-100] %) qui exercent des activités purement immobilières ;
- la société d'assistance et de services internes (SASI) ([90-100] %) pour la gestion administrative, financière, commerciale et juridique des filiales du groupe Brasserie de Tahiti ;
- la société SAS Gelato Tahiti ([90-100] %) spécialisée dans la fabrication de glaces et sorbets ;
- la société SCP Tahitian Market ([90-100] %) détenant elle-même la totalité du capital des sociétés Toa Distribution, de la SARL Société de Gestion d'Approvisionnement et de Marketing (ci-après « GAM ») et de la Société de Distribution et d'Exploitation Commerciale (ci-après SDEC »), et la quasi-totalité du capital de la société Happy Market Paea ([90-100] %) qui sont actives dans la distribution au détail de produits alimentaires et non alimentaires. Elle détient également la totalité du capital de la SCI Fenua Pater et de la SCI OFAI, ainsi que la quasi-totalité du capital de la SCI Vaetua ([90-100] %) qui exercent une activité purement immobilière.

5. Le capital de BDT est principalement détenu par les consorts Martin ([10-20] %), Solari ([30-40] %), Rouleau ([10-20] %), Fourcade ([20-30] %) et la société Emar ([0-10] %). Ces différents groupes d'actionnaires correspondent aux différentes branches familiales issues du fondateur du groupe Martin.

6. À côté du groupe BDT et de ses filiales, les consorts Martin, Solari, Rouleau et Fourcade détiennent également le capital de la société Emar, à hauteur de [20-30] % chacun.

7. La SCP Emar détient majoritairement les filiales suivantes :
   - la SAS SNP ([90-100] %) spécialisée dans le transport maritime interinsulaire de marchandises et de passagers, ainsi que dans la vente de biens en Polynésie française, détenant elle-même la totalité du capital de la société TMTO active sur le même secteur des transports maritimes interinsulaires ;
   - la SA STP – Multipress ([90-100] %) spécialisée dans l'imprimerie ;
   - la SC Les Assurances De Tahiti ([70-80] %) spécialisée dans les produits d'assurances ;
   - la SARL Mori Pata ([50-60] %) spécialisée dans le stylisme et la décoration ;
   - les sociétés civiles Hopa ([90-100] %), Punamar 2 ([90-100] %) et Chilmar ([90-100] %) qui exercent des activités purement immobilières ;
   - l'EURL Solovem ([90-100] %) spécialisée dans les services ;
   - la SAS Yellofin ([70-80]%) spécialisée dans la restauration.

[1] La société SDA a été démantelée au cours du premier trimestre 2023, ses activités ayant toutes été soit arrêtées soit transférées à des filiales contrôlées par la société Brasserie de Tahiti. Précisément, l'activité Nespresso a été cédée à la société Morgan Vernex, l'activité Premium Water a été cédée à la société SAS Tahiti Premium Water (créée le 1er avril 2023), et l'activité de maintenance des armoires réfrigérées a été cédée à la société Polynésie Froid.

B. L'OPERATION PROJETEE

8. L'opération notifiée consiste en un changement de l'enseigne du magasin « Happy Market – Partenaire Intermarché » de Paea vers l'enseigne « U Express ».

9. Ce changement d'enseigne sera la conséquence de la signature d'un accord de distribution et de droit d'usage de marques, ainsi que d'un contrat d'approvisionnement, conclus entre la société Happy Market Paea et la coopérative U Enseigne. Ce contrat prendra effet lorsque le contrat de partenariat « Partenaire Intermarché » conclu le […] avec la société Genuine Products Corporation, permettant d'exploiter le magasin Happy Market de Paea sous l'enseigne « Happy Market – Partenaire Intermarché » et de distribuer des produits sous la marque de distributeur (ci-après « **MDD** ») Intermarché, prendra fin le […].

10. La signature de ce contrat de partenariat entraînera un changement dans l'approvisionnement du magasin exploité par la partie notifiante. En effet, celle-ci distribue en Polynésie française les produits MDD Intermarché depuis […]. Ces derniers seront écoulés progressivement jusqu'au […]. Concomitamment, le magasin commencera à commercialiser les produits MDD de l'enseigne « U ». La partie notifiante s'approvisionnera dès lors auprès de la centrale U Export.

11. Le changement d'enseigne ne s'accompagnera par ailleurs d'aucune augmentation de la surface de vente, ni d'aucun changement de gérance.

12. Selon les déclarations de la partie notifiante, le changement de l'enseigne en façade doit être réalisé le […].

C. LA CONTROLABILITE DE L'OPERATION PROJETEE

13. La société Happy Market Paea déclare qu'à l'issue de l'opération envisagée, la surface de vente du magasin, telle que définie par l'article A 320-1-1-II du code de la concurrence, restera inchangée et établie à 696 m²[2].

14. 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* »

15. 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 320-1-1 du code de la concurrence et est, à ce titre, soumise à autorisation préalable de l'Autorité polynésienne de la concurrence.

[2] Dans le cadre de la décision de concentration décision n° 2024-CC-02 du 26 février 2024 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Happy Market Paea par la société Tahitian Market, il avait été indiqué à l'Autorité que la surface de vente dudit magasin était de 693 m² conformément à sa pratique décisionnelle (décisions n° 2018-SC-03 du 18 décembre 2018 et n° 2022-SC-02 du 21 février 2022). Il apparaît toutefois, d'après un rapport de vérifications réglementaires après travaux établi par SOCOTEC, que sa surface de vente est, en réalité, de 696 m².

II. LA DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS

16. Dans une décision de concentration portant sur la prise de contrôle par la société Tahitian Market de la société Happy Market de Paea[3], l'Autorité a eu l'occasion d'analyser les marchés pertinents sur lesquels le groupe BDT ainsi que sa filiale la société Tahitian Market sont présents.

Il ressort de cette décision que le groupe BDT, à travers ses filiales, est simultanément actif dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires et non alimentaires, notamment sur les marchés des boissons. Il l'est d'abord en tant qu'offreur, à travers ses sociétés de production et d'importation Brasserie de Tahiti et Morgan Vernex ; et ensuite en tant qu'acheteur à travers sa filiale Tahitian Market, qui détient notamment les sociétés Toa Distribution, SDEC et Happy Market Paea, exploitant des commerces de détail de produits alimentaires et non alimentaires.

A. LES MARCHES DE LA DISTRIBUTION EN GROS DE PRODUITS ALIMENTAIRES ET NON ALIMENTAIRES

1. LES MARCHES DE PRODUITS

17. En Polynésie française, 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.

18. L'Autorité, qui 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 de grande consommation alimentaires et non alimentaires[4] (boissons, produits frais, produits secs, produits surgelés, produits périssables, droguerie parfumerie hygiène, etc), considère qu'il n'y a pas lieu de remettre en cause cette analyse dans le cas du présent projet de changement d'enseigne.

19. Sur les marchés amont de l'approvisionnement, la partie notifiante précise qu'actuellement l'approvisionnement du magasin est réalisé i) auprès des producteurs et grossistes importateurs situés en Polynésie à hauteur de [80-90] %, ii) sur des marchés étrangers à hauteur de [20-30] % dont [0-10] % auprès de la centrale d'achat Intermarché.

20. À la suite du changement d'enseigne, l'approvisionnement auprès de la centrale U Export représentera [0-10] % de son approvisionnement la première année, avec un approvisionnement à hauteur de [20-30] % auprès des marchés étrangers et [70-80] % auprès des producteurs et grossistes situés en Polynésie française. Elle projette de s'approvisionner entre 10 et 20 % auprès de la centrale U Export à partir de la 2ème année.

---

[3] Décision APC du 26 février 2024 précitée.

[4] Voir notamment les décisions n° 2022-SC-12 du 20 décembre 2022 relative au changement d'enseigne du magasin de commerce de détail sous l'enseigne « U Express Cécile » sis commune de Papeete à Tahiti au profit de l'enseigne « Auchan Super », n° 2023-SC-02 du 8 juin 2023 relative à l'ouverture d'un magasin de commerce de détail sous l'enseigne « Champion » d'une surface de vente de 780m² sis commune de Paea à Tahiti et n° 2023-SC-03 du 3 juillet 2023 relative au changement d'enseigne du magasin de commerce de détail sous l'enseigne « Marché Hamuta » sis commune de Pirae à Tahiti au profit de l'enseigne « U Express Hamuta » et extension de 52 m². 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).

21. Le groupe BDT, notamment par son activité de production et de distribution de boissons[5], entre dans la catégorie des grossistes importateurs situés en Polynésie française. Le groupe BDT est donc verticalement intégré sur les marchés de la distribution en gros de produits alimentaires[6]. Afin de prévenir d'éventuels problématiques de concurrence liées à cette intégration, le groupe s'est engagé à maintenir séparées ses activités de distribution de détail à dominante alimentaire de ses autres activités[7].

22. Il n'est donc pas nécessaire, dans le cadre du présent dossier, de détailler davantage tous les marchés pertinents sur lesquels le groupe BDT est présent.

2. LES MARCHES GEOGRAPHIQUES

23. Dans sa pratique décisionnelle, l'Autorité a établi dès 2019 « *qu'en Polynésie française, une partie importante de l'approvisionnement provient de producteurs et de grossistes locaux ou des centrales d'achat des enseignes et que, s'agissant des boissons, les produits locaux sont fortement représentés dans les ventes de la grande distribution, en raison notamment du coût de transport de ces produits pondéreux. En outre, les conditions du commerce et de la distribution des boissons apparaissent en effet unifiées sous l'angle technique (réseaux en étoile au départ de Papeete), juridique (cadre unifié, notamment l'encadrement tarifaire des prix de transport et de détail) et commercial (demandes et offres similaires, dans l'ensemble des archipels ou des îles, au moins les plus peuplées)* »[8].

24. L'Autorité a ainsi considéré dans la même décision que la dimension géographique des marchés des produits alimentaires et non alimentaires de grande consommation correspondait au territoire de la Polynésie française[9].

25. Les marchés amont de l'approvisionnement peuvent également revêtir une dimension internationale pour la partie des produits achetés directement sur les marchés étrangers[10].

26. L'Autorité considère toutefois qu'il est possible dans le cas d'espèce de laisser une délimitation des marchés ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle resteront inchangées quelle que soit la délimitation géographique retenue.

B. LES MARCHES DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES ET NON ALIMENTAIRES

1. LES MARCHES DE PRODUITS

27. Les autorités de concurrence distinguent généralement six catégories de commerce en utilisant plusieurs critères, notamment la 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 (surface légale de vente supérieure à 2 500 m²), (ii) les supermarchés (entre 400 et 2 500 m²), (iii) le commerce spécialisé,

5 Le marché de la distribution en gros de boissons et la position du groupe Brasserie de Tahiti sur celui-ci ont été définis dans le cadre de la décision APC du 26 février 2024 précitée, paragraphes 20 à 24 et 52 à 59.

6 Pour une analyse complète du marché pertinent, voir la décision APC du 26 février 2024 précitée, paragraphes 14 à 26.

7 *Ibid.* paragraphe 79.

8 Décision APC n° 2019-CC-02 du 6 juin 2019 relative à la prise de contrôle exclusif de la Société Morgan Vernex par le Groupe Brasserie de Tahiti et décision APC du 26 février 2024 précitée, paragraphe 27.

9 Décision APC du 6 juin 2019 précitée, paragraphe 24.

10 Décision APC du 20 décembre 2022 précitée, paragraphe 26 et décision APC n° 2024-SC-03 du 29 juillet 2024 relative au changement d'enseigne commerciale du magasin de commerce de détail sous enseigne « L.S PROXI – partenaire Netto » à Paea, Tahiti, paragraphe 30.

(iv) le petit commerce de détail ou supérettes (moins de 400 m²), (v) les maxi discompteurs et (vi) la vente par correspondance.

28. Ce critère de la surface de vente doit être utilisé avec précaution et, comme l'a rappelé l'Autorité[11], doit être adapté à chaque cas d'espèce, lorsque les circonstances le justifient. Ainsi des magasins dont la surface de vente serait proche d'un des seuils définis ci-dessus pourraient ainsi se trouver en concurrence directe avec les magasins d'une autre catégorie.

29. Les autorités de concurrence considèrent également que, si chaque catégorie de magasin généraliste à dominante alimentaire conserve sa spécificité, il existe une concurrence asymétrique entre certaines de ces catégories. Elles estiment ainsi qu'il existe un marché comprenant les supermarchés et les formes de commerce équivalentes (hypermarchés, hard-discount) mais excluent du marché des supermarchés le petit commerce de détail (moins de 400 m²). En effet, si un hypermarché ou un supermarché peut être habituellement utilisé par certains consommateurs comme un magasin de proximité, en substitution d'une supérette (magasin d'alimentation en formule de libre-service, comme le supermarché, mais aux dimensions plus réduites), la réciproque n'est pas vraie.

30. Deux marchés de produit sont distingués[12] :

- 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).

31. En l'espèce, le magasin Happy Market de Paea entre dans la catégorie des supermarchés et subit donc la pression concurrentielle des formes de commerces listées dans le second marché susvisé. L'analyse concurrentielle sera donc menée en conséquence.

32. L'Autorité a constaté que les magasins indépendants sont de plus en plus nombreux à passer sous contrat avec de grandes enseignes nationales, et qu'il n'était pas exclu que le marché de produit pertinent puisse alors être celui des supermarchés et hypermarchés organisés sous enseigne[13]. L'analyse concurrentielle sera donc également menée sur un marché limité aux enseignes nationales.

2. LES MARCHES GEOGRAPHIQUES

33. Dans le secteur de la distribution de détail à dominante alimentaire, et en se fondant sur l'analyse des zones de chalandise, l'Autorité distingue deux types de marchés[14] :

- un premier marché où se rencontrent la demande des consommateurs d'une zone et l'offre des hypermarchés auxquels ces derniers ont accès en moins de 30 minutes de déplacement en voiture et qui sont, de leur point de vue, substituables entre eux ;
- un second marché où se rencontrent la demande des consommateurs, et l'offre des supermarchés et formes de commerces équivalentes situés à moins de 15 minutes de temps de déplacement en voiture. Ces dernières formes de commerces peuvent comprendre, outre les supermarchés, les hypermarchés situés à proximité des consommateurs et les magasins discompteurs.

34. Dans le cas d'espèce, l'Autorité considère qu'il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation.

---

[11] Voir notamment la décision APC n°2023-CC-03 du 24 octobre 2023 relative à la prise de contrôle exclusif de la Société de Distribution et d'Exploitation Commerciale par la société Brasserie de Tahiti, paragraphe 28.

[12] Voir notamment la décision de l'ADLC n° 2020-DCC-72, paragraphe 74, la décision de l'ACNC n° 2020-DEC-09 du 22 septembre 2020, paragraphe 132, la décision de l'APC n° 2016-SC-02 du 13 octobre 2016, paragraphe 18, et la décision de l'APC n° 2018-SC-03 du 18 décembre 2018, paragraphe 20.

[13] Décision APC du 8 juin 2023 précitée, décision APC du 24 octobre 2023 précitée, et décision APC du 24 octobre 2023 précitée.

[14] *Ibid.*

III. ANALYSE CONCURRENTIELLE

35. En Polynésie française, 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°). L'Autorité analyse les effets concurrentiels prévisibles de l'opération en tenant compte notamment du pouvoir de marché éventuel de la partie notifiante et des spécificités locales.

1) Concernant le marché amont

36. L'opération notifiée est limitée au changement d'enseigne commerciale d'un magasin actuellement sous l'enseigne « Happy Market – Partenaire Intermarché », vers l'enseigne « U Express ». Cette opération ne donnera pas lieu à une augmentation de sa surface de vente.

37. Par ailleurs, les préoccupations de concurrence résultant de l'appartenance du magasin « Happy Market – Partenaire Intermarché » de Paea au groupe BDT ont d'ores et déjà été relevées dans le cadre d'une décision de concentration[15] et ont été appréhendées à travers des engagements pris par la partie notifiante. Il est donc possible d'écarter toute problématique de concurrence résultant de la structure verticale du groupe à l'occasion de la présente opération, le changement d'enseigne du magasin « Happy Market – Partenaire Intermarché » en « U Express » ne venant pas perturber le fonctionnement concurrentiel des marchés. Le magasin disposera toujours, après réalisation de l'opération, de ses propres moyens opérationnels, commerciaux et humains. Cela n'impactera pas non plus les conditions de vente des produits de la BDT puisque, d'une part, le magasin « Happy Market - Partenaire Intermarché » de Paea n'aura pas accès aux produits de la BDT à des conditions plus favorables que ses concurrents, et que, d'autre part, il continuera de s'approvisionner auprès d'autres fournisseurs concurrents de la BDT.

38. Toutefois, le changement d'enseigne se traduira par un changement de produits MDD distribués. Jusqu'à présent, le magasin « Happy Market – Partenaire Intermarché » distribue des produits sous la MDD Intermarché. À partir de […], le magasin commercialisera les produits MDD de l'enseigne « U ».

39. L'Autorité a précédemment considéré que « *le changement d'approvisionnement, notamment auprès d'une nouvelle centrale d'achat est également susceptible d'avoir un effet positif sur l'intensité concurrentielle* »[16].

40. Dans le cas d'espèce, cette opération ainsi que celle notifiée parallèlement pour le magasin « Happy Market de Faa'a » permettront à la société Tahitian Market de regrouper ses trois magasins de distribution au détail de produits à dominante alimentaire sous l'enseigne « U » (à ces deux magasins s'ajoute le magasin Hyper U de Pirae). La société Tahitian Market souhaite ainsi centraliser les négociations auprès d'une seule centrale d'achat, la société U Centrale Export, permettant ainsi une massification des achats et de sa logistique.

41. Cette massification et les économies qui en résultent sont susceptible de permettre aux magasins détenus par la société Tahitian Market de devenir des concurrents plus efficaces, et ainsi bénéficier à l'intensité de l'animation concurrentielle des marchés concernés. Cette stratégie pourrait également produire des effets sur les marchés aval bénéficiant directement au consommateur final.

---

15 Décision APC du 26 février 2024 précitée, paragraphe 79.

16 Décision APC n° 2022-SC-12 du 20 décembre 2022, paragraphe 26.

2) Concernant les marchés aval

42. L'Autorité a plusieurs fois considéré que le changement d'enseigne d'un magasin déjà en exploitation ne paraît pas susceptible d'entraîner une modification importante de la concurrence sur le marché concerné[17].

43. Il convient de souligner à titre liminaire qu'aucun incrément des parts de marché ne résultera de cette opération. La répartition des parts de marché restera identique à celle résultant de l'opération de concentration de février 2024[18].

44. En l'espèce, comme évoqué *supra*, l'opération notifiée porte sur le changement d'enseigne commerciale du magasin de la partie notifiante, actuellement exploité sous l'enseigne « Happy Market – Partenaire Intermarché », vers l'enseigne « U Express », entraînant ainsi un changement dans l'approvisionnement en produits vendus sous MDD.

45. Dans le cadre de la décision n° 2024-CC-02 du 26 février 2024, l'Autorité a eu l'occasion d'analyser les marchés pertinents sur lesquels la partie notifiante est active. En l'espèce, il n'existe pas d'autre magasin sous enseigne « U » dans la zone géographique dans laquelle elle se trouve[19]. Il n'existe pas non plus d'autre magasin sous enseigne Intermarché. L'opération notifiée ne vient donc pas modifier l'animation concurrentielle *intra* MDD.

46. Le changement d'approvisionnement d'une marque de distributeur à une autre n'aura pas non plus d'impact sur la concurrence *inter* MDD. La partie notifiante sera toujours en concurrence avec des magasins sous enseigne MDD Carrefour (Carrefour de Punaauia), Champion (Champion de Paea et Champion de Faa'a), Netto (LS Proxi Paea – Partenaire Netto) et Auchan (Auchan Super Tamanu Punaauia)[20].

47. Par ailleurs, ce changement d'approvisionnement permettra au consommateur d'accéder à un plus grand nombre de produits vendus sous MDD « U » grâce à l'important assortiment « *de produits qualitatifs (*[…] *références)* » et cela, à des prix potentiellement plus avantageux grâce à la massification des achats et de la logistique exposée *supra*. Cela pourrait avoir pour effet de renforcer l'animation concurrentielle et ainsi bénéficier directement au consommateur final.

48. Dans la mesure où cette opération de changement d'enseigne ne comporte pas simultanément un changement d'exploitant ni une augmentation de la surface de vente, elle n'aura aucun impact sur l'équilibre concurrentiel des marchés pertinents concernés ni sur la répartition des parts de marché entre les différents acteurs quelle que soit la délimitation retenue pour le marché géographique pertinent.

49. Il ressort de ce qui précède que la présente opération notifiée n'est pas susceptible de modifier la structure concurrentielle des marchés avals concernés, ni d'en perturber le fonctionnement.

---

17 Décision APC du 20 décembre 2022 précitée, paragraphe 26 et décision APC du 29 juillet 2024 précitée, paragraphe 24.

18 Décision n° 2024-CC-02 du 26 février 2024 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Happy Market Paea et la SCI Vaetua par la société Tahitian Market, paragraphe 40 VC.

19 Décision APC du 26 février 2024 précitée, paragraphe 40.

20 *Ibid.*

DECISION

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 24/0024 S est autorisée.

Délibéré sur le rapport oral de Mme. Imane Jaber et M. Alexandre Raguideau, *rapporteurs*, avec l'intervention de Mme Sophie Bresny, *rapporteur général*, par Mme Johanne Peyre, *présidente*, Mme. Ingrid Izquierdo, MM. Enzo Silvestro et Pierre Frébault, *membres titulaires*.

La Présidente

Johanne Peyre