

FR

*Cas n°IV/M.471 -
DELHAIZE / PG*

Le texte en langue française est le seul disponible et faisant foi.

**RÈGLEMENT (CEE) n° 4064/89
SUR LES CONCENTRATIONS**

Article 6, paragraphe 1, point b) NON-OPPOSITION
date: 22/08/1994

*Disponible aussi dans la base de données CELEX,
numéro de document 394M0471*



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, le 22.08.1994

VERSION PUBLIQUE

REGLEMENT "CONCENTRATIONS"
DECISION ART 6(1)b

A la partie notifiante

Messieurs,

Objet: Affaire n° IV/M. 471 - DELHAIZE/PG

Notification conformément à l'article 4 du règlement du Conseil n° 4064/89
(Règlement concentrations)

1. Le 18 juillet 1994, les Etablissements DELHAIZE Frères et Cie Le Lion SA ont notifié à la Commission un projet d'acquisition du contrôle du groupe PG, constitué de trois sociétés SAPG, CBD et SDPG.

Après examen de cette notification, la Commission a abouti à la conclusion que l'opération notifiée entre dans le champ d'application du Règlement (CE) du Conseil n° 4064/89 et ne soulève pas de doutes sérieux quant à sa compatibilité avec le marché commun.

I - LES PARTIES

2. Les Etablissements DELHAIZE Frères et Cie Le Lion SA est un groupe belge de grande distribution à dominante alimentaire. Cette société est active en Belgique, aux Pays Bas, aux Etats Unis, en Grèce et en République Tchèque.
3. Le groupe PG est un groupe français de distribution au détail à dominante alimentaire. Il déploie son activité sur trois départements du Nord de la France, essentiellement le Pas-de-Calais. Il est constitué de trois sociétés, SAPG, CBD et SDPG.

II - L'OPERATION

4. L'opération de concentration qui se déroule en plusieurs étapes concomitantes et dépendantes les unes des autres aboutira à la prise de contrôle du groupe PG par le groupe DELHAIZE au travers de sa filiale néerlandaise DELHAIZE "The Lion" B.V. Nederland.
5. Cette prise de contrôle s'effectuera selon le schéma suivant:
 - a) réorganisation interne du groupe PG;
 - b) augmentation de capital des sociétés SAPG, CBD et SDPG réservée à DELHAIZE, et lui permettant d'acquérir une participation de 26,66% dans chacune des trois sociétés du groupe;
 - c) cession de titres détenus par les autres actionnaires (famille Muselet, salariés de SAPG) au groupe DELHAIZE qui permettra à ce dernier d'acquérir au moins 51% du capital des trois sociétés du groupe PG et d'en détenir le contrôle.

L'opération constitue donc une concentration par voie d'acquisition, au sens de l'article 3 du Règlement 4064/89.

III - DIMENSION COMMUNAUTAIRE

6. Les entreprises concernées réalisent un chiffre d'affaires total mondial supérieur à 5 milliards d'écus. Chacune des entreprises réalise individuellement un chiffre d'affaires communautaire supérieur à 250 millions d'écus. Les parties ne réalisent pas plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires communautaire dans un seul et même Etat membre.

La concentration notifiée a dès lors une dimension communautaire au sens de l'Article 1^{er} du Règlement n° 4064/89.

IV - COMPATIBILITE AVEC LE MARCHE COMMUN

A. Définition des marchés

Marché de produits

7. L'activité de distribution de détail consiste à proposer aux consommateurs une offre plus ou moins diversifiée de familles de produits, dans un assortiment plus ou moins large et dans une surface de vente plus ou moins vaste. Cette activité peut s'exercer par libre-

service ou avec la présence d'un vendeur; il y a lieu de distinguer les offres des petits commerces spécialisés, des petites surfaces de ventes, des moyennes et grandes surfaces:

- a) les petits commerces spécialisés tels que par exemple les boucheries, charcuteries, boulangeries etc. présentent un assortiment limité à une famille de produits laquelle résulte le plus souvent de l'exercice d'un métier d'artisan;
 - b) les petites surfaces de proximité inférieures à 400m² (autres commerces traditionnels, mini libre-service, supérettes) commercialisant un assortiment réduit dans différentes familles de produits et correspondant le plus souvent à des besoins d'achats réduits en quantité, de dépannage ou de complémentarité;
 - c) les moyennes et grandes surfaces (supermarchés et hypermarchés de plus de 400m²) présentant un assortiment de produits beaucoup plus large tant par le nombre de familles de produits que par le nombre de références dans chacune d'elles et correspondant à des besoins d'achat en plus grande quantité et plus diversifiés; cette plus grande variété des produits dans l'offre d'assortiment leur donnant la possibilité de pratiquer des politiques de prix différenciées avec des prix faibles sur certains produits et un amortissement de cette baisse sur d'autres produits;
 - d) Les surfaces pratiquant le discount, pouvant occuper des surfaces supérieures mais aussi parfois inférieures à 400m², dans lesquelles les produits sont présentés dans un conditionnement proche de celui du gros (cartons, palettes) le consommateur détaillant lui-même selon ses besoins. Ces surfaces se distinguent tant des petites surfaces par leur niveau de prix que des supermarchés et hypermarchés par leur nombre de références beaucoup plus restreint.
8. Les points de vente concernés par l'opération notifiée appartiennent aux catégories définies aux points b) et c).

Marché géographique

9. Le marché géographique de la distribution des produits au détail est local.

Du point de vue de consommateur, le choix d'un point de vente est fonction de l'approvisionnement qu'il recherche et la mise en concurrence entre distributeurs se limitera aux points de vente de proximité en cas d'achats de petites quantités ou de dépannage; elle s'exercera dans un rayon plus grand pour les achats en grandes quantités.

10. Les professionnels considèrent ainsi que les zones de chalandise des points de vente sont délimités géographiquement par un rayon de 10 à 20 minutes de transport en voiture, ce qui correspond à une agglomération voire à une partie d'agglomération en milieu urbain et à des zones plus vastes en milieu rural. Parmi les critères qui font varier le rayon des zones figurent la taille du point de vente (dont dépend la variété des assortiments et des produits), les infrastructures commerciales qui lui sont associées, les voies de communication et la qualité de leur praticabilité. La contrainte de transport dessine ainsi des zones de points de vente qui peuvent se recouper.
11. Compte tenu des considérations développées ci-dessus et notamment de l'existence de conditions de concurrence homogènes au niveau local, la Commission considère qu'au cas d'espèce, le marché géographique de référence est au moins le département.

B. *Appréciation de l'opération*

12. L'acquisition par le groupe DELHAIZE du groupe français PG ne donne lieu à aucune addition de parts de marché. En effet, le groupe DELHAIZE ne développe aucune activité sur le territoire français tandis que le groupe PG n'est actif que dans trois départements du Nord de la France, pour l'essentiel le Pas-de-Calais dont le groupe PG détient environ 15% de part de marché. Le groupe PG est constitué de 29 supermarchés dont 26 dans le Pas-de-Calais, 2 dans le Nord et 1 dans la Somme.
13. En dépit des deux implantations du groupe PG dans le département du Nord, frontalier avec la Belgique, il n'existe aucun chevauchement de zones de chalandise.
14. Le groupe PG s'approvisionne par l'intermédiaire de la centrale d'achats PARIDOC dont il détient 3,5%. Le groupe DELHAIZE dispose de sa propre centrale d'achat. Aucun effet vertical, consécutif à l'opération, n'est par conséquent probable.
15. Le groupe DELHAIZE ainsi que le groupe DOCKS DE FRANCE, chaîne française de supermarchés et d'hypermarchés, notamment active sur les marchés concernés, appartiennent à un groupement européen d'échange d'informations, dénommé SEDD. Rien n'indique à ce stade que ce groupement limiterait la liberté d'action des deux partenaires. En tout état de cause, la Commission considère que la structure des marchés concernés et notamment la présence de concurrents puissants tels les groupes AUCHAN, PROMODES ou CATTEAU-TESCO est garante de la préservation d'une concurrence efficace.
16. Bien que le groupe PG bénéficiera, à la suite de l'opération, du savoir-faire et des moyens financiers du groupe DELHAIZE, rien n'indique que la concentration conduira à quelque effet congloméral sur les marchés considérés, notamment en raison de la présence somme toute modeste du groupe PG, même dans le Pas-de-Calais.

V. CONCLUSION

17. Pour les raisons exposées ci-dessus, la Commission a décidé de ne pas s'opposer à l'opération et de la déclarer compatible avec le Marché Commun. Cette décision est adoptée, conformément à l'article 6 paragraphe 1(b) du Règlement du Conseil n°4064/89.

Pour la Commission