



COMMISSION EUROPÉENNE
DG Concurrence

Cas M.9847 – ALDI / FPLPH ASSETS

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

**RÈGLEMENT (CE) n° 139/2004
SUR LES CONCENTRATIONS**

Article 4(4)
date: 04.06.2020



COMMISSION EUROPÉENNE

Bruxelles, 4.6.2020
C(2020) 3762 final

VERSION PUBLIQUE

Dans la version publique de cette décision, des informations ont été supprimées conformément à l'article 17 (2) du règlement du Conseil (CE) n° 139/2004 concernant la non-divulgence des secrets d'affaires et autres informations confidentielles. Les omissions sont donc indiquées par [...]. Quand cela était possible, les informations omises ont été remplacées par des fourchettes de chiffres ou une description générale.

À la partie notifiante

À l'Autorité de la concurrence

Objet: Affaire M.9847 – ALDI/FPLPH Assets
Décision de la Commission suite au mémoire motivé présenté conformément à l'article 4, paragraphe 4, du règlement n° 139/2004¹ relatif à un renvoi de l'affaire à la France et de l'article 57 de l'accord sur l'Espace économique européen²

Date du dépôt du mémoire motivé: 24 avril 2020

Délai légal pour la réponse de l'Etat membre: 18 mai 2020

Délai légal pour la décision de la Commission: 4 juin 2020

Madame, Monsieur,

1. INTRODUCTION

(1) Le 24 avril 2020, la Commission a reçu, au moyen d'un mémoire motivé, une demande de renvoi au titre de l'article 4, paragraphe 4, du règlement sur les

¹ JO L24, 29.1.2004, p. 1 (le «règlement sur les concentrations»). Applicable à compter du 1er décembre 2009, le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne («TFUE») a introduit divers changements, parmi lesquels le remplacement des termes «Communauté» par «Union» et «marché commun» par «marché intérieur». Les termes du TFUE seront utilisés dans cette décision.

² JO L 1 du 3.1.1994, p. 3 (l'«accord EEE»).

concentrations concernant le projet de transaction mentionné en objet. Les parties demandent que l'opération soit examinée dans sa totalité par les autorités compétentes de la France.

- (2) Conformément à l'article 4, paragraphe 4, du règlement sur les concentrations, avant de notifier officiellement une opération de concentration à la Commission, les parties peuvent demander que la Commission procède au renvoi partiel ou total de l'affaire aux Etats membres où la concentration risque d'affecter la concurrence de manière significative sur des marchés qui présentent toutes les caractéristiques de marchés distincts.
- (3) Une copie de ce mémoire motivé a été envoyée à tous les Etats membres le 24 avril 2020.
- (4) Par courrier électronique du 15 mai 2020, l'Autorité de la concurrence (« ADLC »), en tant qu'autorité compétente de la France, a informé la Commission que la France acceptait la demande de renvoi.

2. LES PARTIES

- (5) Aldi SARL (« **ALDI** ») opère principalement dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire. Aldi fonctionne comme un distributeur de détail offrant des produits économiquement avantageux qu'elle commercialise principalement sous marques de distributeur. En France, ALDI effectue ses opérations de manière décentralisée par l'intermédiaire de 13 sociétés régionales qu'elle contrôle à 100%. Aldi exploite 868 magasins en France.
- (6) Les actifs vendus par Franprix Leader Price Holding (FPLPH) et ses affiliées (les « **Actifs FPLPH** ») opèrent dans la distribution au détail de produits à dominante alimentaire en France uniquement. Il s'agit notamment de 567 magasins vendant principalement des produits alimentaires sous l'enseigne LEADER PRICE. Ces magasins proposent une gamme complète de produits alimentaires, principalement vendus sous marques de distributeur. FPLPH est détenue à 100% par la société Distribution Casino France, filiale de la société mère Casino, Guichard-Perrachon, qui est la société holding qui dirige le groupe CASINO.

3. L'OPÉRATION ET LA CONCENTRATION

- (7) L'opération en question consiste en l'acquisition par ALDI de certains actifs appartenant à FPLPH et à ses affiliées, à savoir 567 magasins LEADER PRICE (les «Magasins»), dont 28 disposent d'une station-service; 3 entrepôts intégrés (les «Entrepôts») et 61 biens immobiliers (l'«Opération envisagée»). Tous ces actifs sont situés en France.
- (8) Parmi les 567 Magasins³, qui sont tous exploités sous l'enseigne LEADER PRICE, 271 Magasins sont sous le contrôle direct de FPLPH et de ses affiliées, 209 sont des

³ Sur ces 567 Magasins, 100 Magasins pourraient ne pas faire partie des Actifs FPLPH au Jour du Closing, soit (i) parce qu'il s'agit de franchisés indépendants qui doivent d'abord être achetés par le Vendeur (les 57 Magasins visés au point (8)), (ii) parce qu'il existe des droits de tiers qui peuvent empêcher l'acquisition par le groupe CASINO ou (iii) parce qu'il y a des procédures d'éviction en cours et/ou des demandes de congés («Actifs à risque»). Il a été convenu que si ces Actifs à risque ne pouvaient être vendus au Jour du Closing, ils pourraient être remplacés par des actifs équivalents.

master franchisés, 57 sont des franchisés indépendants et 30 bénéficient d'un mandat de gestion.

- (9) ALDI acquerra les Actifs FPLPH par l'acquisition du contrôle des sociétés détenant ces actifs de la part de FPLPH et de ses affiliées (le «Vendeur»), appartenant au groupe CASINO. À l'issue de l'Opération envisagée, et après une période de transition, les Magasins et les Entrepôts acquis seront exploités sous l'enseigne ALDI.
- (10) Conformément à un accord d'option de vente signé le 20 mars 2020, ALDI s'est irrévocablement engagée à acquérir 100% du capital et des droits de vote attachés des sociétés qui détiennent ou détiendront, au moment de l'Opération Envisagée, les Actifs FPLPH. À la suite de l'Opération envisagée, ALDI obtiendra le contrôle exclusif des Actifs FPLPH. Par conséquent, l'Opération envisagée constitue une concentration au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), du règlement sur les concentrations.

4. DIMENSION EUROPÉENNE

- (11) Cette acquisition revêt une dimension européenne au sens de l'article 1 du règlement sur les concentrations, étant donné que les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires mondial cumulé supérieur à 5 000 millions d'euros (ALDI: $\geq 5\,000$ millions] d'euros en 2019; les actifs FPLPH (les Magasins): $[\leq 5\,000$ millions] d'euros en 2019). Chacune d'elles a un chiffre d'affaires à l'échelle de l'Union supérieur à 250 millions d'euros (ALDI: $[\geq 250$ millions] d'euros en 2019; Actifs FPLPH: $[\geq 250$ millions] d'euros en 2019). Seuls les actifs FPLPH réalisent plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires européen en France.

5. APPRÉCIATION

- (12) Selon les Parties, l'Opération envisagée entraîne des chevauchements d'activités sur les marchés suivants : (i) les marchés aval de la vente au détail de biens de consommation courante à dominante alimentaire et (ii) les marchés amont de l'approvisionnement en biens de consommation courante à dominante alimentaire. Ces chevauchements d'activités se situent exclusivement sur le territoire de la France.

5.1. Marchés de produits pertinents

5.1.1. Le marché de la vente au détail de biens de consommation courante à dominante alimentaire

- (13) Dans sa pratique décisionnelle, la Commission a considéré qu'il existe un marché de produits distinct pour la vente de biens de consommation courante à dominante alimentaire principalement par des magasins de détail tels que les hypermarchés, les supermarchés et les chaînes de maxi-discount, dits « circuits de distribution modernes »⁴. Ces magasins vendent une gamme de produits alimentaires, frais et secs, ainsi que de produits ménagers non-alimentaires.

⁴ M.7224 – Koninklijke Ahold/Spar CZ, para. 9; M.5112 – Rewe/Plus Discount, para. 15; M.4590 – Rewe/Delvita, para. 9-14; M.2604 – ICA Ahold/Dansk Supermarked, para. 10, 11; M.4686 – Louis Delhaize/Magyar Hipermarket Kft., para. 8; et M.3905 – TESCO/Carrefour, para. 10; M.5047 – REWE/Adeg, para. 24.

- (14) La Commission a considéré que les détaillants des circuits de distribution modernes opèrent dans des marchés différents de ceux d'autres détaillants, tels que les commerces traditionnels spécialisés (bouchers, boulangers, etc.) et les stations-service⁵. Ces détaillants appartiennent à un marché de produits différent, notamment parce qu'ils offrent une gamme et variété de produits plus limitée que dans les hypermarchés et les supermarchés⁶.
- (15) La Commission a généralement laissé ouverte la question de savoir si une autre distinction devait être faite en fonction de la surface des magasins. Toutefois, elle a examiné des segmentations possibles entre: (i) les hypermarchés (d'une surface supérieure à 2 500 m²), (ii) les supermarchés (entre 400 et 2 500 m²), (iii) les magasins de proximité et les supérettes (moins de 400 m²) et (iv) les grands magasins maxi-discount.⁷
- (16) L'approche de l'ADLC est très similaire, en distinguant six catégories de commerce sur la base de 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 (d'une surface supérieure à 2 500 m²), (ii) les supermarchés (magasins à dominante alimentaire d'une surface inférieure à 2 500 m² et supérieure à 400 m²), (iii) le commerce spécialisé, (iv) le petit commerce de détail (moins de 400 m²), (v) les magasins maxi-discount, (vi) la vente par correspondance.⁸
- (17) L'ADLC considère par ailleurs qu'il existe à Paris une substituabilité plus grande qu'en province entre le petit commerce de proximité (dont la surface totale est inférieure à 400 m²) et les supermarchés et hypermarchés implantés à proximité. Dès lors, l'Autorité a adopté une approche spécifique en estimant que le marché pertinent à Paris comprend tous les formats de commerces généralistes.⁹
- (18) Les Parties ne mettent pas en cause cette segmentation du marché dans le cadre de l'Opération envisagée.

5.1.2. *L'approvisionnement en biens de consommation courante à dominante alimentaire*

- (19) Dans ses décisions précédentes, la Commission a défini un marché distinct pour l'approvisionnement en biens de consommation courante à dominante alimentaire, comprenant l'achat de biens de consommation courante aux producteurs par des clients tels que des grossistes, des détaillants et d'autres entreprises.
- (20) La Commission a précédemment considéré une segmentation du marché de l'approvisionnement en biens de consommation courante en plusieurs catégories de

⁵ M.784 – *Kesko/Tuko*, para. 18-20, M.1221 – *Rewe/Meinl*, para. 10, M.5790 – *Lidl/Plus Romania/Plus Bulgaria*, para. 11-13.

⁶ M.3464 – *Kesko/Ica/JV*, para. 12.

⁷ M.7345 – *Carrefour/53 magasins de Billa en Italie*.

⁸ Décision n° 19-DCC-73 du 19 avril 2019 relative à l'acquisition du contrôle exclusif par la société Lidl de 33 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire; Décision n° 17-DCC-231 du 27 décembre 2017 relative à la prise de contrôle conjoint par la famille Zouari aux côtés du groupe Casino de 125 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire.

⁹ Décision ADLC n° 16-DCC-174 du 15 novembre 2016 relative à la prise de contrôle exclusif par MM. Hadjez de 10 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire.

produits¹⁰. Ceci est basé, en particulier, sur la substituabilité limitée du point de vue des fournisseurs entre les catégories de produits différentes. En général, les producteurs fournissent un seul produit ou une catégorie de produits, et ont une capacité limitée à basculer vers des produits alternatifs¹¹.

- (21) L'approche de l'ADLC est largement similaire¹².
- (22) Les Parties ne mettent pas en cause cette segmentation du marché dans le cadre de l'Opération envisagée.

5.2. Marchés géographiques pertinents

5.2.1. Le marché de la vente au détail de biens de consommation courante à dominante alimentaire

- (23) La Commission a généralement considéré que la dimension géographique du marché de la vente au détail de biens de consommation courante à dominante alimentaire est locale, en se fondant sur des zones de chalandise dans lesquelles les consommateurs peuvent facilement accéder aux magasins. À cette fin, la Commission a pris en compte des rayons compris entre 10 et 30 minutes de temps de conduite, même si ce rayon peut varier en fonction de divers critères.¹³
- (24) La pratique décisionnelle de l'ADLC tend à définir des zones de chalandise en fonction de l'emplacement (provinces, dix grandes villes provinciales, Paris ou banlieue de Paris) et de la taille des magasins.
- (25) En ce qui concerne les supermarchés, l'ADLC a généralement réalisé ses évaluations sur la base de zones de chalandise inférieures à 15 minutes de temps de conduite¹⁴. Elle a évalué des zones de chalandise de 10 minutes de temps de conduite pour les supermarchés situés en proche banlieue de Paris et des zones de 10 à 15 minutes de temps de conduite pour les supermarchés situés en grande couronne parisienne ou dans les grandes villes de province¹⁵.
- (26) En ce qui concerne les commerces à dominante alimentaire situés à Paris, l'ADLC a indiqué qu'il convenait de baser l'appréciation concurrentielle sur des zones de

¹⁰ (a) Viande et saucisse; (b) Volaille et œufs; (c) Pain et pâtisserie; (d) Produits laitiers; (e) Fruits frais et légumes; (f) Bière; (g) Vin et alcool; (h) Boissons sans alcool; (i) Boissons chaudes; (j) Confiserie; (k) Produits alimentaires de base (l) Fruits en conserve; (m) Surgelés; (n) Aliments pour bébés; (o) Aliments pour animaux; (p) Soins du corps (par exemple crèmes, lotions) et cosmétique (maquillage et parfums); (q) Détergents et agents nettoyants; (r) Autres produits de drugstore; et (s) Autres produits non-alimentaires d'habitude trouvés dans des supermarchés (par exemple journaux, magazines, divertissement). Voir M.7336 *Carrefour/Dia* et M.2115 *Carrefour/GB*.

¹¹ M.5112 – *Rewe/Plus Discount*, para. 21; M.4590 – *Rewe/Delvita*, para. 15; M.784 – *Kesko/Tuko*, para. 33; et M.1221 – *Rewe/Meinl*, para. 75-77.

¹² Décision ADLC n° 14-DCC-173 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société DIA France SAS par la société Carrefour SAS.

¹³ M.6506 – *Groupe Auchan/Magyar Hipermarket*, para. 13; M.6822 – *Groupe Auchan/Real/Real Hipermarket Romania*, para. 11; M.5790 – *Lidl/Plus Romania/Plus Bulgaria*, para. 14; M.5176 – *CVC/Schuitema*.

¹⁴ Les décisions ADLC n° 11-DCC-04 du 28 janvier 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Mafical par la société ITM Alimentaire Région parisienne et n° 11-DCC-05 du 17 janvier 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Distri Sud-Ouest par la société Retail Leader Price Investissement.

¹⁵ Décision ADLC n° 14-DCC-173 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société DIA France SAS par la société Carrefour SAS.

chalandise de 300 mètres pour les points de vente de moins de 400 m² et de 500 mètres pour les points de vente de plus de 400 m²¹⁶.

- (27) Les Parties proposent d'identifier des zones de chalandise pour les Magasins en fonction de leur surface et de leur emplacement, en tenant compte de la taille des points de ventes concernés par l'Opération envisagée, n'excédant pas 2 500 m². L'identification de ces zones suit la même ligne des précédents de l'ADLC, en matière de définition de marché de produit ainsi que de marché géographique:
- (a) pour les Magasins de plus de 400 m²: un rayon de 500 m à Paris, de 10 minutes en voiture en petite couronne parisienne, de 10 à 15 minutes en voiture en grande couronne parisienne, de 10 à 15 minutes en voiture dans les grandes villes de province, et de 15 minutes en voiture pour le reste de la province;
 - (b) pour les Magasins de moins de 400 m²: un rayon de 300 m à Paris et de 10 minutes à pied dans le reste du pays.

5.2.2. *Le marché de l'approvisionnement en biens de consommation courante à dominante alimentaire*

- (28) Dans sa pratique décisionnelle, la Commission a considéré que la dimension géographique du marché de l'approvisionnement en biens de consommation courante à dominante alimentaire est nationale¹⁷. Les raisons principales sont que les préférences du consommateur sont liées aux produits nationaux et que les fournisseurs négocient généralement au niveau national.¹⁸ La Commission considère que la position d'un distributeur au niveau national détermine la puissance d'achat qu'il exerce sur ses fournisseurs.¹⁹
- (29) L'ADLC retient la même approche.²⁰
- (30) Les Parties ne mettent pas en cause cette segmentation du marché dans le cadre de l'Opération envisagée.

5.3. **Appréciation**

- (31) L'Opération envisagée risque d'affecter de manière significative la concurrence sur des marchés qui présentent toutes les caractéristiques d'un marché distinct en France, conformément aux points 16 et 17 de la Communication sur le renvoi des affaires en matière de concentrations.²¹

¹⁶ Décision ADLC n° 14-DCC-173 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société DIA France SAS par la société Carrefour SAS.

¹⁷ M.7224 – *Koninklijke Ahold/Spar CZ*, para.12; M.5112 – *Rewe/Plus Discount*, para. 22-23.

¹⁸ M.6588 – *Koninklijke Ahold/Valk Holding*, para. 18; M.1221 – *Rewe/Meinl*; et M.3464 – *Kesko/ICA/JV*.

¹⁹ M.4096 – *Carrefour/Hyparolo*.

²⁰ Décision ADLC n°10-DCC-171 du 29 novembre 2010 relative à la prise de contrôle de la société Claurolie par le groupe Carrefour.

²¹ *J.O.U.E.*, 2005, C 56/2 (« Communication sur les renvois »).

5.3.1. *La transaction peut affecter la concurrence en France de manière significative*

(32) Aux termes de la Communication sur les renvois, pour que la Commission renvoie une affaire à un ou plusieurs États membres en vertu de l'article 4, paragraphe 4, du règlement sur les concentrations, deux conditions doivent être remplies:

i) il faut qu'il y ait des éléments indiquant que la concentration risque d'affecter d'une manière significative la concurrence sur un ou plusieurs marchés,²² et

ii) le ou les marchés en cause doivent être situés à l'intérieur d'un État membre et présenter toutes les caractéristiques d'un marché distinct.²³

(33) De plus, le point 20 de la Communication sur les renvois dispose que *“Les concentrations de dimension communautaire susceptibles d'affecter la concurrence sur les marchés nationaux ou infranationaux et dont les effets se feraient ressentir ou auraient leur effet économique principal dans un seul État membre sont celles qui se prêteraient le mieux à un renvoi à cet État membre, en particulier dans les cas où ces effets se produiraient sur un marché distinct qui ne constitue pas une partie substantielle du marché commun. Si le renvoi est limité à un seul État membre, l'avantage du guichet unique est également préservé.”*

(34) En ce qui concerne le marché de la vente au détail de produits de consommation courante à dominante alimentaire, l'analyse que font les Parties des 567 zones de chalandise autour des Magasins indique que l'Opération envisagée aboutirait à affecter 44 marchés locaux en France. Dans ces 44 zones de chalandise, qui sont toutes sur le territoire de la France, les parts de marché cumulées des Parties dépassent 20%, avec une augmentation d'au moins 5%, et dans certains cas atteignent des niveaux de parts de marché très élevés. [...].

(35) En ce qui concerne le marché de l'approvisionnement en biens de consommation courante à dominante alimentaire, ce marché ne serait pas affecté vu que les parts de marché cumulées des Parties ne dépassent pas les 5% au niveau national, toutes familles de produits confondues.

5.3.2. *Les marchés en question présentent toutes les caractéristiques d'un marché distinct*

(36) En outre, les marchés pertinents présentent toutes les caractéristiques d'un marché distinct, de dimension nationale ou infranationale. Dans sa pratique décisionnelle, la Commission a considéré que (i) les marchés de l'approvisionnement en biens de consommation courante à dominante alimentaire sont de dimension nationale et (ii) les marchés de la vente au détail de biens de consommation courante sont de dimension locale.

6. AUTRES FACTEURS

(37) Outre la vérification des critères juridiques applicables, le point 19 de la Communication sur les renvois dispose qu'il est également nécessaire d'étudier si le renvoi de l'affaire peut être jugé opportun et, en particulier, de vérifier « si l'autorité ou les autorités de la concurrence auxquelles elles envisagent le renvoi de l'affaire sont les plus appropriées pour l'examiner ».

²² Point 17 de la Communication sur les renvois

²³ Point 18 de la Communication sur les renvois.

- (38) De plus, le point 23 de la Communication sur les renvois dispose que « Il convient également d'examiner dans la mesure du possible si l'ANC ou les ANC auxquelles le renvoi de l'affaire est envisagé possèdent la connaissance spécifique des marchés locaux, ou si elles examinent ou sont sur le point d'examiner une autre opération dans le secteur considérée ».
- (39) Étant donné que les chevauchements d'activités entre les Parties se situent uniquement en France et que l'impact probable sur la concurrence résultant de l'Opération envisagée serait donc limité au territoire français, l'ADLC est bien placée pour examiner l'affaire.
- (40) En outre, l'ADLC examine régulièrement les concentrations dans le secteur de la distribution de produits alimentaires (plusieurs dizaines de décisions adoptées ces dernières années) et, de ce fait, dispose des outils et de l'expertise nécessaires pour évaluer les opérations de concentration sur ces marchés.²⁴
- (41) Enfin, le renvoi demandé préserverait le principe du « guichet unique », étant donné que la présente affaire sera renvoyée dans son intégralité à une seule autorité de concurrence.

7. RENVOI

- (42) Sur la base des informations fournies par les parties dans leur mémoire motivé, la Commission considère que les conditions de renvoi, telles que prévues à l'article 4 paragraphe 4 du règlement sur les concentrations, sont réunies dans le cas présent, dans la mesure où la concentration risque d'affecter de manière significative la concurrence sur un ou plusieurs marchés à l'intérieur d'un État membre qui présentent toutes les caractéristiques de marchés distincts.
- (43) La Communication sur les renvois (paragraphe 17) indique que: « *les parties requérantes sont essentiellement tenues de démontrer que l'opération risque d'affecter la concurrence sur un marché distinct d'un État membre, effet qui peut être significatif, et qui doit par conséquent être examiné en profondeur* » et que « *ces indications peuvent très bien n'être que préliminaires* ».
- (44) Sur le fondement des renseignements fournis par les parties dans leur mémoire motivé, la Commission estime que l'impact de l'Opération envisagée sur la concurrence est susceptible d'avoir lieu sur des marchés distincts en France. Elle estime par ailleurs que la demande de renvoi est cohérente avec le paragraphe 20 de la communication précitée.

²⁴ Voir les décisions récentes de l'ADLC dans le secteur du commerce de détail de produits alimentaires : Décision 20-DCC-56 du 20 avril 2020 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Franprix Leader Price Holding (groupe Casino) de 34 magasins de commerce de détail à dominante alimentaire; Décision 19-DCC-250 du 16 décembre 2019 relative à la prise de contrôle conjoint par la société Bardis aux côtés de l'Association des Centres Distributeurs E. Leclerc d'un fonds de commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne Casino; et Décision 19-DCC-187 du 10 octobre 2019 relative à la prise de contrôle conjoint de douze magasins de commerce de détail à dominante alimentaire sous enseigne Monop par les sociétés Monoprix et Imanes.

8. CONCLUSION

- (45) Pour les raisons exposées ci-dessus et étant donné que la France a exprimé son accord, la Commission a décidé de renvoyer l'affaire à la France dans sa totalité. Cette décision est adoptée en vertu de l'article 4, paragraphe 4, du règlement sur les concentrations et de l'article 57 de l'accord EEE.

Par la Commission

(Signé)
Olivier GUERSENT
Directeur général