



## ***Dossier de presse***

### ***De quoi s'agit-il?***

La vente concerne les douze hypermarchés Carrefour actuels (plus de 3000 m<sup>2</sup>) ainsi que deux hypermarchés planifiés. Carrefour est entré en 2001 sur le marché suisse en reprenant les onze magasins Jumbo. Les hypermarchés Carrefour sont exploités en Suisse par l'entreprise commune Distributis SA, contrôlée conjointement par Carrefour et Maus Frères. Maus Frères SA est également propriétaire des grands magasins Manor, qui disposent dans certaines filiales de supermarchés alimentaires. L'expansion de Carrefour sur le marché suisse n'a pu se faire que relativement lentement. Suite à une réorientation de sa stratégie au niveau international, Carrefour a décidé de développer ses activités uniquement dans les pays dans lesquels il peut être le plus grand acteur ou compter parmi les acteurs les plus importants. Après le retrait du Japon, de la Corée du Sud et du Portugal, Carrefour a annoncé son retrait du marché suisse.

### ***Quel rôle joue Manor?***

Manor est une chaîne de grands magasins active dans le commerce de détail qui est exploitée par Maus Frères SA. L'expansion de l'activité des hypermarchés Jumbo n'a pas obtenu le succès escompté même après la création d'une entreprise commune avec Carrefour. Après le retrait de Carrefour du projet commun, Maus Frères SA se voyait dans l'impossibilité de continuer seul l'exploitation de ces surfaces commerciales. Maus Frères SA reste cependant active sur le marché du commerce de détail par l'intermédiaire de Manor et espère renforcer sa position par cette cession.

### ***Quels sont les problèmes concurrentiels?***

Le marché du commerce de détail alimentaire traverse actuellement une phase de mutation. Celui-ci se trouve actuellement sous la pression de nouveaux entrants sur le marché, comme Aldi et Lidl. Cette pression pourra à moyen ou long terme discipliner le duopole constitué par les deux grands distributeurs, comme l'a déjà constaté la Comco dans le cas Migros/Denner. Ce constat reste également vrai au niveau national après la reprise de Distributis par Coop. La condition est cependant que les marchés de l'approvisionnement restent ouverts, sinon tant les nouveaux que les plus petits concurrents pourront difficilement s'approvisionner en produits nécessaires. L'examen approfondi a permis de constater que cette condition n'était pas toujours remplie, raison pour laquelle la Comco a imposé des charges sur le marché de l'approvisionnement. Par ailleurs, il existe également des problèmes dans différents marchés locaux. Sur certains marchés, par exemple dans la région de Genève et du Tessin, il n'existe comme alternative à Coop et Migros quasiment que Manor. L'analyse a montré que ce

problème pouvait être atténué dans les régions concernées par un processus de remise sur le marché de points de vente de Coop représentant une surface totale de 20'000 m<sup>2</sup>. Ce processus sera mis en œuvre par un tiers indépendant.

***Pourquoi la Comco n'a-t-elle pas interdit la reprise de Carrefour?***

Distributis SA a décidé de vendre ses magasins en Suisse et n'a pu trouvé d'autres acheteurs que Coop. Selon la jurisprudence du Tribunal fédéral, on ne peut interdire une telle reprise que si elle peut entraîner une suppression de la concurrence efficace. Or, cette condition fait dans le cas présent défaut.

***Pourquoi la Comco a-t-elle imposé des charges?***

La reprise peut, comme mentionné plus haut, porter atteinte à la concurrence efficace. Le marché du commerce de détail alimentaire se trouve actuellement en mutation, en particulier à cause de l'entrée ou prochaine entrée de nouveaux concurrents (Aldi et Lidl). Aldi et Lidl disposent déjà en Suisse d'environ [140-160] projets qui se trouvent à un stade avancé de développement. Cette pression des nouveaux détaillants déstabilisera à moyen et long terme la position dominante collective de Migros et Coop. Toutefois, Aldi avec 60 filiales ouvertes et Lidl avec une entrée sur le marché planifiée en 2009 ne peuvent pas déstabiliser à court terme une telle position. Il est ainsi indispensable que le marché continue à rester ouvert.

***Quelle importance revêt le marché de l'approvisionnement?***

Le marché de l'approvisionnement comprend du point de vue des détaillants l'achat de produits et du point de vue des producteurs et fournisseurs la vente de ces produits. Un marché de l'approvisionnement qui fonctionne est d'une importance capitale pour les petits et nouveaux distributeurs. Ceux-ci sont, en particulier dans le secteur alimentaire, dépendants de structures d'approvisionnement compétitives. Des marchés de l'approvisionnement insuffisamment ouverts rendent la concurrence difficile, voire impossible sur le marché du commerce de détail. Un marché de l'approvisionnement qui fonctionne est également essentiel pour les producteurs et fournisseurs. Ce n'est que dans de telles conditions qu'ils peuvent vendre leurs produits aux conditions du marché et changer à la rigueur de détaillants.

***Dans quelle mesure les fournisseurs seront-ils protégés?***

Afin de garantir l'ouverture des marchés de l'approvisionnement pour les nouveaux entrants sur le marché, la Comco a imposé la charge selon laquelle Coop doit renoncer vis-à-vis de tous ses fournisseurs à des clauses d'exclusivité. Cette charge qui a déjà été imposée à Migros s'applique désormais aux deux grands

distributeurs. De plus, Coop a dû s'engager, en cas de non-reprise d'un fournisseur dépendant de Carrefour, à trouver une solution spécifique.

***Pourquoi Coop doit-elle céder des surfaces de ventes?***

L'examen approfondi de la Comco a révélé qu'il était long et difficile de construire des grandes surfaces commerciales. Au cours des dernières années, seuls les deux grands distributeurs Coop et Migros ont principalement réussi à croître dans ce segment de marché. Dans ce contexte, le retrait d'un des acteurs actifs dans ce segment n'est pas dépourvu de conséquences. C'est pourquoi la Comco a examiné de manière approfondie au cours de la procédure si d'autres détaillants suisses ou étrangers étaient intéressés par la reprise des hypermarchés Carrefour. Un acheteur adéquat pour ces hypermarchés n'a pu être cependant trouvé: pour les nouveaux entrants sur le marché, le nombre de douze emplacements est trop petit (masse critique insuffisante) et pour les acteurs plus petits déjà présents sur le marché, ces emplacements sont trop grands. Un test de marché effectué par la Comco a déjà montré qu'il existe un certain intérêt, en particulier en Suisse romande, pour des petits et moyens formats. Afin de prendre en compte les préoccupations de la Comco, Coop devra proposer à la concurrence aux conditions usuelles du marché, dans les marchés locaux affectés par la concentration, des points de vente pour une surface totale de 20 000 m<sup>2</sup>. De plus, Coop n'a, pendant six ans, pas le droit d'acquérir des entreprises actives sur le marché du commerce de détail alimentaire suisse (Migros/Denner, Manor, Aldi, Lidl, Spar, Maxi, Volg, Landi, Valrhône/Pam et Magro/Casino).