L'Autorité de la concurrence autorise, sous conditions, l'acquisition de Quartier Français Spiritueux par la Compagnie Financière Européenne de Prise de Participation (COFEPP)

Publié le 13 décembre 2011

L'Autorité de la concurrence a autorisé, sous réserve d'engagements, l'acquisition par la Compagnie Financière Européenne de Prise de Participation (Cofepp), société à la tête d'un groupe producteur et distributeur de spiritueux, vins, sirops et jus de fruits, de Quartier Français Spiritueux (QFS), une société actuellement détenue par l'Union coopérative sucrière Tereos et active dans le même secteur.

Après une première phase d'instruction, l'Autorité a décidé d'ouvrir une phase d'examen approfondi de l'opération le 5 juillet 2011.

Cet examen, qui s'est appuyé sur une large consultation de l'ensemble des professionnels du secteur (fournisseurs concurrents de spiritueux, enseignes de la grande distribution, etc.) a été mené sur l'ensemble des marchés susceptibles d'être affectés par l'opération : d'une part, les marchés de la production et de la vente de rhum, d'autre part, celui de la production et de la commercialisation d'autres spiritueux destinés à être vendus sous marque de distributeur (MDD).

L'Autorité a constaté que l'opération notifiée aurait entraîné de graves problèmes de concurrence sur les marchés du rhum

L'opération aurait conféré à la nouvelle entité des parts de marché de 64 à 95 % sur les marchés de la vente de rhum en magasins alimentaires ainsi que le contrôle d'une large partie de l'outil de production de rhum dans les DOM. Le pouvoir de marché ainsi concentré par la Cofepp aurait été d'autant plus important que les rhums des DOM, qui constituent l'essentiel du rhum consommé en France, bénéficient d'une fiscalité dérogatoire par rapport aux autres spiritueux et aux rhums issus des pays tiers. Ce bénéfice fiscal est accordé dans la limite d'un contingent, réparti entre les différentes distilleries des DOM. Dans ce contexte, l'opération aurait permis à la Cofepp de disposer de la grande majorité des contingents martiniquais et de la quasi-totalité des contingents réunionnais.

L'opération aurait ainsi permis à la Cofepp de rassembler la majeure partie des marques de rhum disposant d'une forte notoriété, les rhums La Mauny, Trois Rivières et Charrette s'ajoutant aux marques déjà détenues par la Cofepp (notamment Dillon, Saint James et Negrita).

S'agissant du rhum vendu sous marques de distributeurs (MDD), la Cofepp et QFS sont les deux principaux fournisseurs de la grande distribution alors que, sur ce marché, le système des contingents limite l'accès à la matière première et donc les possibilités de développement d'une offre concurrente. L'opération risquait donc de se traduire par une réduction significative de l'intensité de la concurrence aux dépens de la grande distribution et in fine des prix de ces produits pour les consommateurs.

L'Autorité a donc conditionné son autorisation à un ensemble d'engagements, essentiellement structurels, qui permettent de remédier à ces problèmes de concurrence

• ***A la Martinique***

La Cofepp s'est engagée à céder l'ensemble des actifs de Quartier Français

Spiritueux à la Martinique, parmi lesquels une distillerie, plusieurs marques de rhum (notamment La Mauny et Trois Rivières) et une société de distribution. Ces engagements éliminent donc tout chevauchement d'activité en Martinique.

• ***A la Réunion***

La Cofepp s'est engagée à céder la marque de rhum Charrette et la distillerie de Savanna et à fournir annuellement des volumes de rhum contingentés. Ces volumes d'une part compléteront les quantités dont disposera le repreneur de la marque Charrette pour en assurer le développement et d'autre part seront mis à disposition d'opérateurs tiers actifs sur les marchés de la vente de rhum sous MDD.

Un mandataire indépendant, agréé par l'Autorité de la concurrence, s'assurera de la bonne exécution de l'ensemble des engagements.

Sur les autres marchés de spiritueux examinés, l'Autorité a en revanche considéré que la concurrence restait suffisante

Sur les autres marchés de spiritueux vendus sous MDD tels que, notamment, la vodka, le gin, le blended whisky et la tequila, l'acquisition de la filiale de QFS, Fauconnier, conférera de fortes parts de marché à la Cofepp. Néanmoins, l'Autorité a constaté sur ces marchés le développement récent d'offres alternatives à celle de QFS/Cofepp et l'absence de barrières significatives à l'entrée qui permettront aux enseignes de la grande distribution de faire jouer la concurrence.

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail