L'Autorité de la concurrence autorise, sous conditions, l'acquisition du groupe Marie Brizard par la société Cofepp

Publié le 28 février 2019

Le 3 janvier 2019, la société Compagnie Financière Européenne de Prises de Participation (« Cofepp ») a notifié à l'Autorité de la concurrence son projet de prise de contrôle exclusif du groupe Marie Brizard Wine & Spirits (« MBWS ») dont elle était déjà le principal actionnaire minoritaire.

Les parties à l'opération

Cofepp est à la tête d'un groupe de sociétés, notamment La Martiniquaise et Bardinet, actives notamment sur les marchés de la production de spiritueux. Elle distribue de nombreuses marques comme Poliakov (vodka), Label 5 et Sir Edward's (whisky), Cruz (porto), Gibson's (gin), Tiscaz et Jose Cuervo (tequila) et Saint James et Old Nick (rhum).

MBWS, active également sur le marché des spiritueux, exploite notamment les marques Marie Brizard (liqueurs), Maison Gautier (cognac), San José (tequila), William Peel (whisky) et Sobieski (vodka).

Les marchés concernés par l'opération

Les parties sont actives principalement sur les marchés de la production de spiritueux (whisky, vodka, gin, porto, tequila, cocktails, etc.), de vins et de boissons sans alcool à destination des circuits « on-trade » (cafés, hôtels,

restaurants, grossistes, « cash & carry », cavistes…) et de la grande distribution. Si Cofepp commercialise ses produits sous marques de fabricants (« MDF ») et approvisionne la grande distribution en marques de distributeurs (« MDD »), MBWS commercialise ses spiritueux quasi-exclusivement sous MDF.

Après avoir écarté tout risque d'atteinte à la concurrence sur la quasi-totalité des marchés des boissons concernés par l'opération où les deux groupes sont simultanément actifs, l'Autorité de la concurrence a constaté que l'opération conduit à des positions quasi-monopolistiques sur les marchés de la production de tequila et de de porto, et à de fortes positions sur la production de vodka et du whisky, destinés à être commercialisés en France par la grande distribution.

Concernant les marchés de la vodka et du whisky, l'Autorité a considéré que l'opération n'était pas de nature à poser des problèmes de concurrence compte tenu des alternatives existantes pour les consommateurs

La nouvelle entité détiendra les marques Poliakov et Sobieski sur le marché de la vodka et les marques Label 5, Sir Edward's et William Peel sur le marché du whisky. L'Autorité a estimé qu'il n'était pas exclu que la nouvelle entité envisage d'augmenter le prix d'une marque sur chaque marché (Sobieski et/ou William Peel), dans la mesure où une partie des consommateurs pourraient se reporter sur ses autres marques.

Mais sur ces deux marchés, l'Autorité de la concurrence a constaté que même si cette stratégie pourrait être profitable pour la nouvelle entité, elle resterait confrontée sur chacun de ces marchés à la concurrence d'une part de la grande distribution, par l'intermédiaire de ses MDD, d'autre part de plusieurs acteurs de taille mondiale, qui constituent autant d'alternatives pour les consommateurs, comme Diageo (Smirnoff), William Grant & Sons (Zubrowka Biala, Grant's), Bacardi Martini (Eristoff, William Lawson's) et Pernod Ricard (Long John).

L'ensemble de ces acteurs mettent en place, par ailleurs, des stratégies commerciales dynamiques, en particulier par le biais de promotions sur leurs produits, également de nature à dissuader la nouvelle entité d'augmenter ses prix.

Enfin, l'Autorité de la concurrence a considéré que la grande distribution dispose d'un contre-pouvoir significatif susceptible de contrebalancer les positions importantes de la nouvelle entité afin de maintenir une pression concurrentielle suffisante sur les prix de vente aux consommateurs.

Compte tenu du quasi-monopole de la nouvelle entité sur les marchés du porto et de la tequila, elle devra céder la marque de porto Pitters et la marque de tequila Tiscaz

Sur les marchés du porto et de la tequila, Cofepp aurait détenu, à l'issue de l'opération, une position quasi-monopolistique. Afin de répondre à tout risque d'atteinte à la concurrence susceptible d'en résulter, Cofepp a présenté des engagements de nature structurelle sur chacun de ces marchés.

L'opération a donc été autorisée sous réserve de la cession des marques Pitters (actuellement détenue par MBWS) et Tiscaz (actuellement détenue par Cofepp) à un ou plusieurs opérateurs indépendants, agréés par l'Autorité de la concurrence. Ces cessions sont de nature à maintenir la concurrence sur les marchés du porto et de la tequila. Elles permettront de garantir, tant pour la grande distribution que pour les consommateurs, un éventail de choix en produits et en prix.

relative à la prise de contrôle exclusif de la société Marie Brizard Wine & Spirits par la société Compagnie Financière Européenne de Prises de Participation

Consulter le texte intégral

Contact(s)

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