L’Autorité sanctionne à hauteur de 93 millions d’euros un cartel dans le secteur du jambon et de la charcuterie

Publié le 16 juillet 2020

Les industriels concernés (les « charcutiers-salaisonniers ») se coordonnaient pour acheter moins cher les pièces de jambon auprès des abatteurs et/ou s’entendaient par ailleurs sur les hausses de prix des produits charcutiers qu’ils entendaient pratiquer auprès des enseignes de la grande distribution, pour leurs marques de distributeurs (MDD) ou « premiers prix ».

L'essentiel

L’Autorité de la concurrence rend aujourd’hui une décision par laquelle elle sanctionne un cartel concernant 12 entreprises opérant dans le secteur du jambon et de la charcuterie.

- Les industriels de la charcuterie se coordonnaient pour présenter un front commun lors de leurs négociations avec les abatteurs afin de contrer les demandes de hausses de prix sur la matière première, voire obtenir des baisses de prix pour l’achat de celle-ci (le « jambon sans mouille »)[1].

- Par ailleurs, les industriels s’entendaient pour arrêter une position commune sur les hausses de prix des produits de charcuterie qu’ils entendaient pratiquer auprès de la grande distribution pour leurs marques de distributeurs (MDD) ou marques « premiers prix »[1].

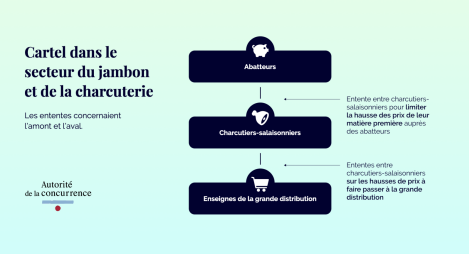
Les ententes ont concerné de très nombreux produits de consommation courante (jambon cru, jambon cuit, saucissons, rosette, chorizo…).

Un dossier d'ampleur, révélé par la procédure de clémence

Les pratiques ont notamment été révélées grâce à la procédure de clémence, qui permet aux entreprises ayant participé à une entente d'en dévoiler l'existence à l'Autorité et d'obtenir, sous certaines conditions, le bénéfice d'une exonération totale ou partielle de sanction pécuniaire. En l'espèce, deux groupes, Campofrio et Coop, ont sollicité la clémence et apporté des éléments à l'instruction.

Pour les besoins du dossier, les services d'instruction ont exploité des milliers de pièces : celles apportées par les demandeurs de clémence, ainsi que celles saisies lors des opérations de visite et saisie (OVS) réalisées par l'Autorité (notes manuscrites, courriels, relevés téléphoniques, documents de synthèse…). Plusieurs auditions ont complété l'exploitation de ces différentes pièces.

Les ententes mises en œuvre par les industriels de la charcuterie concernaient à la fois « l'amont », c'est-à-dire les relations des industriels avec les abatteurs qui fournissaient la matière première, et « l'aval », c'est-à-dire les relations avec leurs clients de la grande distribution



- *L'entente sur la variation du prix d'achat du jambon sans mouille aux abatteurs*

Le jambon sans mouille est l'une des catégories de matière première issue du porc et achetée par les charcutiers-salaisonniers pour fabriquer des jambons cuits après transformation.

Entre 2011 et 2013, quatre groupes parmi les plus importants du secteur, soit les groupes Campofrio (qui commercialise notamment les marques Aoste et Jean Caby), Fleury Michon, Financière Turenne Lafayette (qui détenait les marques Paul Prédault, Madrange…) et Les Mousquetaires[2] (groupe qui commercialise notamment la marque propre Monique Ranou), se sont entendus sur la variation hebdomadaire du prix du jambon sans mouille pour présenter un front commun face aux abatteurs, de manière à mieux résister aux hausses de prix demandées ou à obtenir des baisses de prix.

Concrètement, les charcutiers-salaisonniers se contactaient individuellement par téléphone avant le début des négociations avec les abatteurs, généralement le jeudi après-midi ou le vendredi matin, afin d'aboutir à une position commune de négociation. Une fois qu'ils s'étaient mis d'accord sur le cadre de la négociation, les négociations bilatérales avec les abatteurs de porcs commençaient. Durant ces négociations, les charcutiers-salaisonniers défendaient la position commune, chacun tentant d'imposer le niveau de variation convenu. Tout au long des négociations, les charcutiers-salaisonniers se tenaient au courant par téléphone de l'avancement des négociations en temps réel, et des contrats qu'ils avaient conclus avec les abatteurs. Dès qu'un accord était conclu avec deux grands abatteurs, l'ensemble du marché considérait que la variation convenue entre les parties contractantes constituait la variation de référence pour la semaine à venir.

Le résultat des négociations avec les abatteurs est reflété dans la variation de l'index hebdomadaire du jambon sans mouille publié par le marché de Rungis, qui sert de référence non seulement pour les achats de JSM pour les autres charcutiers-salaisonniers mais aussi pour les négociations des contrats portant sur les produits MDD entre charcutiers-salaisonniers et grandes et moyennes

surfaces.

- *Les ententes sur les hausses de prix pratiquées auprès de la grande distribution pour les marques distributeurs et premiers prix*

Les charcutiers-salaisonniers se sont entendus sur les prix de produits charcutiers, aussi bien crus/secs (saucisses et saucissons secs, salami, jambon cru, chorizo, pavés, rosette…) que cuits (jambons cuits, pâtés, rillettes, boudins, andouilles), qu'ils entendaient proposer aux enseignes de la grande distribution pour leurs marques distributeurs ou premiers prix, notamment lors des appels d'offres organisés par celles-ci.

Ces échanges ont eu lieu, s'agissant des produits crus/secs de charcuterie, au travers de multiples échanges téléphoniques bilatéraux ainsi que lors d'au moins 6 réunions multilatérales secrètes entre concurrents dans des hôtels de Paris et de Lyon (Ibis Gare de Lyon et Ibis Lyon Est Bron), au cours desquelles un « ***tour de table*** » était réalisé, enseigne par enseigne, sur le positionnement de chaque concurrent, la hausse de tarifs en cours ou souhaitée, et les résultats obtenus auprès des distributeurs. Pour les produits cuits de charcuterie, ils ont uniquement pris la forme d'échanges téléphoniques bilatéraux.

Produits concernés	**Dates de l'entente**	**Entreprises concernées**
produits de charcuterie crus/secs	d'avril 2010 à avril 2013	Campofrio, CA Animation, Coop, La Financière du Haut Pays, Financière Turenne Lafayette, Savencia, Sonical, Salaisons du Mâconnais

Produits concernés	Dates de l'entente	Entreprises concernées
produits de charcuterie cuits	de juillet 2010 à juin 2012	Aubret, Campofrio, Cooperl Arc Atlantique, FTL, Les Mousquetaires, Nestlé, Roullier

Les sanctions prononcées

En échangeant secrètement sur les positions à adopter avant leurs négociations, les industriels de la charcuterie ont imposé un mode d'organisation se substituant au libre jeu de la concurrence et qui enlevait aux intéressés toute incertitude sur le comportement de leurs concurrents. Ces pratiques sont graves : elles ont faussé les relations commerciales entre les charcutiers-salaisonniers et les abatteurs, d'une part, et avec les enseignes de la grande distribution, d'autre part.

Pour déterminer le montant des sanctions, l'Autorité a notamment pris en compte l'existence du fort pouvoir de négociation des enseignes de la grande distribution - qui a limité dans une certaine mesure l'effet des pratiques sur les prix à la consommation -, la situation économique dégradée du secteur de la charcuterie-salaison, ainsi que les difficultés financières individuelles rencontrées par certaines entreprises.

Elle a, par ailleurs, tenu compte des demandes de clémence pour déterminer le montant des sanctions aux entreprises qui avaient choisi de coopérer avec l'Autorité, sans pour autant accorder au premier demandeur le bénéfice de

l'exonération totale de sanctions. Elle a, en effet, relevé que le groupe Campofrio avait manqué à son obligation de coopération en omettant de lui signaler la tenue d'une réunion portant sur les produits de charcuterie crus à laquelle un de ses salariés avait participé. Elle a en revanche fait bénéficier le groupe Coop (second demandeur) du dispositif dit de « clémence plus »[3], qui consiste à accorder une exonération supplémentaire à un demandeur de second rang si celui-ci lui fournit des preuves incontestables lui permettant d'établir des éléments de fait supplémentaires ayant une incidence directe sur la détermination du montant des sanctions pécuniaires.

Les entreprises auteures des pratiques étant très nombreuses, le tableau suivant propose un récapitulatif des sanctions agrégées par entreprise. Pour connaître le détail des sanctions pour chaque société, se reporter au texte intégral de la décision.

Entreprises	Sanctions (en euros)
Cooperl Arc Atlantique	35 530 000
Les Mousquetaires	31 750 000
Fleury Michon	14 761 000
Coop	6 009 000

Entreprises	Sanctions (en euros)
Savencia	2 257 000
Campofrio	1 000 000
Aubret	750 000
Sonical	350 000
La Financière du Haut Pays	330 000
CA Animation	203 000
Nestlé	96 000
Salaisons du Mâconnais	1 000

Entreprises	Sanctions (en euros)
Total	93 037 000

[1]Pour connaître l'identité des participants à chaque pratique, se reporter au détail présenté plus bas dans le présent communiqué ou consulter le texte intégral de la décision.

[2]Le groupe les Mousquetaires est un groupe de distribution (Intermarché, Netto, Bricomarché) qui fabrique également des produits sous ses propres marques.

[3]Paragraphe 19 du communiqué de procédure du 2 mars 2009 relatif au programme de clémence français.

Les précédentes sanctions prononcées en matière de cartels dans les produits alimentaires

Compotes (19-D-24 du 17 décembre 2019) : 58,3 M€

Poulet (15-D-08 du 5 mai 2015) : 15,2 M€

Produits laitiers (15-D-03 du 11 mars 2015) : 192,7 M€

Farines (12-D-09 du 13 mars 2012) : 242,4 M€

relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des achats et ventes des pièces de porc et de produits de charcuterie

Consulter le texte intégral de la décision

Contact(s)

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