Autorisation sous conditions pour la reprise de certains titres et actifs du pôle plats cuisinés du groupe Agripole (William Saurin, Panzani, Garbit) par Financière Cofigeo

Publié le 14 juin 2018

L'Autorité de la concurrence autorise la reprise par la société Financière Cofigeo de certains titres et actifs du pôle plats cuisinés du groupe Agripole (William Saurin, Panzani, Garbit), sous réserve de deux cessions ciblées destinées à maintenir la concurrence dans le secteur.

L'Autorité permet à Cofigeo de devenir le numéro un du secteur des plats cuisinés appertisés (en conserve) tout en protégeant les consommateurs des risques de hausses de prix liées à l'opération.

L'essentiel

Le 12 juin 2017, la société Financière Cofigeo (« Cofigeo ») a notifié à l'Autorité son projet de prise de contrôle exclusif de certains titres et actifs du pôle « plats cuisinés » du groupe Agripole (ci-après sociétés cibles), qui ont fait l'objet d'une procédure de redressement judiciaire.

Cette opération fait suite au démantèlement du groupe Financière Turenne Lafayette (« FTL »), qui était la structure de tête du groupe Agripole et a donné lieu à d'autres cessions. Dans ce cadre, l'Autorité est déjà intervenue pour autoriser, sans conditions, la reprise du pôle charcuterie du groupe FTL (marques Paul Prédault, La Lampaulaise de salaisons, Madrange, Montagne noire) par la coopérative bretonne Cooperl[1].

La reprise des sociétés du groupe Agripole a donné lieu à une procédure destinée à rechercher un repreneur. Plusieurs entreprises ont manifesté leur intérêt au cours de cette procédure.

Le 3 octobre 2017, le tribunal de commerce de Paris a retenu la société Cofigeo comme repreneur de plusieurs actifs du groupe Agripole (notamment les marques William Saurin, Panzani, Garbit et les sites de production associés).

Toutefois, la procédure engagée devant l'Autorité au titre du contrôle des concentrations, obligation légale qui s'impose à toutes les entreprises, sous certaines conditions de chiffres d'affaires, était toujours en cours. Cette procédure, indépendante de l'examen des conditions de la reprise par le tribunal de commerce, vise à protéger les consommateurs d'une restriction de la concurrence induisant par exemple un risque de hausses de prix résultant d'une concentration excessive d'un marché. Or, l'opération était susceptible de créer un quasi-monopole sur les marchés de la fabrication de plats cuisinés italiens et exotiques en conserve en France dans la mesure où Cofigeo, numéro deux du marché sur ces types de plats, à travers sa marque « Zapetti », rachetait les actifs de son principal concurrent, numéro un sur ces marchés (via les marques leader « Panzani » et « Garbit ».

La décision prise ce jour par l'Autorité, à l'issue d'un examen approfondi des effets potentiellement anticoncurrentiels de l'opération, autorise l'opération, sous réserve que Cofigeo cède sa marque Zapetti et un site de production à un opérateur tiers afin de permettre à ce dernier d'animer la concurrence sur les marchés de la fabrication et de la commercialisation de plats cuisinés italiens et exotiques en conserve en France.

La décision de l'Autorité permet donc la constitution d'un groupe renforcé dans le secteur des plats cuisinés appertisés, tout en remédiant aux déséquilibres constatés sur les segments des plats cuisinés italiens et exotiques, par des remèdes ciblés et souples dans leur mise en œuvre.

L'Autorité n'a en revanche pas imposé de remède sur l'activité de fabrication et de commercialisation de plats cuisinés français en boîtes et bocaux, qui contribuent à hauteur des deux tiers au chiffre d'affaires du secteur.

Isabelle de Silva, présidente de l'Autorité de la concurrence, a déclaré : « *l'Autorité*

a pris la seule décision qui permettait à la fois d'autoriser cette opération stratégique et de garantir aux consommateurs, en particulier les familles à revenus modestes, des prix attractifs, grâce au maintien de deux fabricants concurrents capables de fournir la grande distribution en plats cuisinés en conserve de marques ou sous marques de distributeurs. »

Les parties à l'opération

Cofigeo est principalement active sur le marché de la fabrication et de la commercialisation de plats cuisinés, notamment sous les marques « Raynal & Roquelaure » et « Zapetti », ainsi que sous marques de distributeurs, de légumes cuisinés et de conserves de viandes, à destination de la grande distribution. Cofigeo est détenu *in fine* par MBO Partenaires et Société Générale Capital Partenaires.

Les actifs repris par Cofigeo concernent la fabrication et la commercialisation de plats cuisinés, notamment sous les marques « William Saurin », « Panzani » et « Garbit », ainsi que sous marques de distributeurs.

Au terme de l'opération, et en l'absence de remèdes, Cofigeo aurait détenu plus de 80 % de parts de marché des plats cuisinés italiens et plus de 70 % de parts de marché des plats cuisinés exotiques, et aurait concentré l'ensemble des marques très connues du secteur

L'Autorité a analysé les effets de l'opération sur les marchés susceptibles d'être affectés par la reprise des actifs et des marques « William Saurin », « Panzani » et « Garbit », à savoir les marchés des plats cuisinés français (ci-après PCF : cassoulet, choucroute,…), des plats cuisinés italiens (ci-après PCI : raviolis, cannellonis,…) et des plats cuisinés exotiques (ci-après PCE : couscous, chili con carne,…), vendus sous formes de bocaux et de boîtes de conserve. L'Autorité a par ailleurs analysé l'impact de l'opération sur le marché, distinct, des plats

cuisinés commercialisés en barquettes micro-ondables.

À l'issue de l'opération, la nouvelle entité serait devenue le leader incontesté sur la plupart des marchés étudiés, avec plus de 80 % de parts de marché sur le marché des PCI et plus de 70 % sur celui des PCE. Par ailleurs, Cofigeo aurait commercialisé l'ensemble des marques notoires de ces marchés : William Saurin, Panzani, Garbit, Raynal & Roquelaure et Zapetti. Or, sur ces marchés, et plus encore depuis les récentes crises alimentaires (le scandale dit de la « viande de cheval » notamment), les marques de fabricants jouent un rôle renforcé dans le choix des consommateurs, ce dont l'Autorité a tenu compte.

De fortes parts de marché sont généralement associées à une dégradation de la concurrence. Par exception, des opérations aboutissant à de fortes parts de marché peuvent parfois être autorisées, lorsque la concurrence reste effective sur le marché considéré, notamment si des entrées de concurrents sont possibles ou si les clients disposent d'alternatives crédibles. Ainsi, l'Autorité a pu autoriser la reprise des actifs du pôle charcuterie de FTL malgré des parts de marché supérieures à 50 % sur certains marchés. Mais lorsque l'opération présente un risque de réduction significative de la concurrence, et notamment s'il existe un risque que la nouvelle entité puisse augmenter ses prix sans que des concurrents, actuels ou potentiels, ou des clients, ne puissent s'y opposer, l'opération doit alors être soumise à des remèdes ou être interdite.

En l'espèce, l'instruction a montré de forts risques de hausses de prix sur des produits achetés au quotidien par les Français

Dans son examen de l'opération, l'Autorité a établi que Cofigeo et les sociétés cibles étaient les plus proches concurrents sur les marchés des plats cuisinés en conserve (le numéro deux rachetait le numéro un). La grande distribution les mettait ainsi en concurrence afin d'obtenir les meilleurs prix, que ce soit pour les marques nationales ou les marques de distributeurs.

De plus, l'Autorité a constaté que, sur les marchés des PCI et des PCE, les

capacités de production disponibles des concurrents étaient faibles. Elle a par ailleurs noté l'absence d'entrée probable de nouveaux opérateurs ou d'opérateurs étrangers à brève échéance sur le marché français.

Ainsi, la grande distribution n'aurait plus eu de fournisseurs alternatifs crédibles sur les marchés des PCI et des PCE, alors qu'il ressort des tests de marché (consultation des opérateurs du secteur) réalisés par l'Autorité que les produits commercialisés par la nouvelle entité demeurent essentiels dans ses assortiments.

À l'issue de son analyse, l'Autorité a donc conclu que l'opération, si elle n'était pas assortie de mesures correctives, entraînerait, sur les marchés des PCI et des PCE, des risques importants de hausses significatives des prix au détriment, in fine, du consommateur.

Pour remédier à ces effets négatifs de l'opération, l'Autorité a assorti son autorisation de conditions qui s'imposent à Cofigeo et qui visent à permettre le développement d'une alternative sur les marchés des plats italiens et exotiques

En l'absence d'engagements proposés par Cofigeo répondant aux préoccupations de concurrence identifiées, l'Autorité a fait usage de son pouvoir d'injonction afin d'autoriser l'opération. Il s'agit de la seconde application de ce pouvoir depuis 2009 (date à laquelle l'Autorité s'est vu confier le contrôle des concentrations[2]), qui permet exceptionnellement d'autoriser une opération avec des remèdes au lieu de l'interdire.

L'Autorité a ainsi enjoint à Cofigeo de céder la marque Zapetti, utilisée sur les marchés des PCI et des PCE, ainsi qu'un site de production permettant son exploitation et la production de MDD sur ces mêmes marchés. Ces injonctions permettront à un opérateur concurrent de fournir rapidement une alternative crédible aux produits de la nouvelle entité et, ainsi, d'éviter des hausses de prix sensibles du fait de l'opération. Un mandataire indépendant veillera au respect

de ces injonctions.

Des mesures ciblées qui permettent de conserver le caractère stratégique de l'opération pour Cofigeo tout en protégeant l'intérêt des consommateurs

En prononçant de telles injonctions, proportionnées aux risques identifiés, la décision de l'Autorité permet de préserver l'intérêt économique de l'opération, en autorisant Cofigeo à devenir le *leader* sur la plupart des marchés des plats cuisinés en conserve, tout en maintenant une structure concurrentielle satisfaisante sur les marchés des PCI et des PCE.

La décision de l'Autorité est donc équilibrée : elle permet à Cofigeo de renforcer sensiblement sa position en devenant le n° 1 sur les marchés des PCF, des PCI et des PCE grâce à des marques comme William Saurin, Panzani et Garbit. L'Autorité prononce des remèdes proportionnés en vue de prévenir la constitution d'un quasi-monopole sur les marchés des plats cuisinés italiens et exotiques.

Si sur le marché des plats cuisinés français, Cofigeo renforce également sensiblement sa position, puisqu'elle détiendra les marques leaders avec Raynal et Roquelaure et William Saurin, des opérateurs tiers existent sur ce marché et leur présence permettra de limiter les risques d'atteinte à la concurrence et d'offrir aux consommateurs une alternative à la nouvelle entité.

« « Les plats cuisinés en conserve à des prix bas sont une composante de nos

habitudes de consommation alimentaire, qui concerne tous les Français, et en particulier les ménages les plus modestes. Cette opération comportait un risque d'augmentation de prix avec la disparition de la concurrence actuelle sur les plats cuisinés avec des recettes italiennes ou exotiques. Il était donc essentiel, pour l'Autorité, que les Français puissent continuer à bénéficier d'une offre large de plats cuisinés en

conserve, à des prix abordables ce que n'aurait pas permis l'opération dans sa forme proposée. » »

Isabelle de Silva

[1] /fr/communiques-de-presse/23-octobre-2017-charcuterie-industrielle
[2] *Le précédent usage d'injonctions concerne le réexamen de l'acquisition de TPS et CanalSatellite par Vivendi Universal et Canal Plus :* /fr/communiques-de-presse/lautorite-de-la-concurrence-statuant-nouveau-sur-lacquisition-de-tps-et

DÉCISION 18-DCC-95 DU 14 JUIN 2018

relative à la prise de contrôle exclusif d'une partie du pôle plats cuisinés ambiants du groupe Agripole par la société Financière Cofigeo

Consulter le texte intégral

Consulter les questions/réponses sur le dossier Cofigeo

Télécharger - PDF - 419.59 ko

Contact(s)

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