



Décision n° 09-DCC-31 du 29 juillet 2009
relative à la prise de contrôle conjoint de certains actifs du groupe
Alfesca par les sociétés Lur Berri Holding SAS et Kjalar
Investment BV

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification complet adressé au service des concentrations le 1^{er} juillet 2009, relatif à la prise de contrôle conjoint de certains actifs du Groupe Alfesca par les sociétés Lur Berri Holding SAS et Kjalar Investment BV, formalisée par des projets d'accord et de pacte d'actionnaires en date du 28 mai 2009 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Lur Berri Holding SAS est la société de tête de la coopérative agricole à capital variable d'environ 4 500 associés, Lur Berri, présente dans les secteurs de l'élevage (bovin, ovin, porcin, canard gras), des productions végétales (céréales, légumes, semences), de l'alimentation animale, et de la distribution de produits de jardinage (sous l'enseigne Gamm Vert). Elle possède le contrôle conjoint de la société Arcadie Sud-Ouest, active dans l'abattage et la découpe de viande bovine, ovine et porcine. Lur Berri s'est par ailleurs alliée à Martiko, leader espagnol de fabrication et de distribution de foie gras, uniquement actif dans ce pays. Enfin, Lur Berri a récemment acquis la société Spanghero¹, active dans le secteur de la transformation alimentaire (viandes élaborées et plats cuisinés). Lur Berri a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires mondial total consolidé d'environ 412,5 millions d'euros hors taxes, dont [Confidentiel] millions d'euros en France.

¹ Le rachat de la société Spanghero, réalisé sans avoir été notifié, est intervenu antérieurement à la présente opération et doit par conséquent être pris en compte dans le cadre de l'examen de celle-ci.

2. Kjalar Invest BV est une société holding d'investissements détenant des participations dans les secteurs du transport, de la banque, de l'immobilier et de l'industrie alimentaire en Europe. Au travers d'Alta Food Holding, qu'il contrôle à 100 %, M. Olafur Olafsson détient 94 % du capital de Kjalar Invest BV, le solde du capital étant détenu par ses dirigeants. Les activités de M. Olafsson ont totalisé en 2008 un chiffre d'affaires mondial total d'environ [Confidentiel] millions d'euros, dont environ [>50] millions d'euros réalisés en France.
3. Le groupe Alfesca est un groupe agroalimentaire islandais coté sur le marché scandinave OMX. Il produit et vend des produits alimentaires festifs en Europe. En France, le groupe commercialise du saumon et d'autres poissons fumés sous les marques Labeyrie et Delpierre, du foie gras et des produits issus de canard gras sous les marques Labeyrie et Guéraçague, des blinis et préparations tartinables sous les marques Blini et Le Traiteur Grec, ainsi que des crevettes et des coquillages sous les marques Adrimex, Labeyrie et Delpierre. Il est contrôlé par son principal actionnaire, Monsieur Olafur Olafsson, qui en détient 39,7 % du capital par le biais de la société Kjalar Investment BV. Le reste du capital est détenu à hauteur de 23,73 % par la banque Kaupthing Singer & Friedlander Limited, placée sous administration judiciaire depuis le 8 octobre 2008, à hauteur de 1,14 % par des dirigeants de la société et à hauteur de 35,43 % par un actionnariat flottant principalement composé de diverses institutions financières.
4. La présente opération concerne uniquement, au sein du groupe Alfesca, l'activité canard de* la société Labeyrie, active dans la filière du canard gras aux stades de l'abattage et de la transformation. L'activité canard de* Labeyrie a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires mondial total consolidé d'environ [Confidentiel] millions d'euros hors taxes, dont [>50] millions d'euros en France.
5. A l'issue de l'opération, Lur Berri Iceland ehf, société islandaise créée pour les besoins de l'opération et contrôlée à 100 % par Lur Berri Holding SAS (ci-après « LB »), détiendra 35,13 % du capital du groupe Alfesca. Kjalar Investement BV (ci-après « KI ») en conservera 39,88 %, Kaupthing Singer & Friedlander Limited (ci-après « KSF ») 23,87 % et les dirigeants opérationnels 1,12 %. Conjointement à cette opération d'entrée au capital du groupe Alfesca par LB, le projet de pacte d'actionnaires précité donne à LB et KI des prérogatives allant au-delà des pouvoirs habituellement conférés à des actionnaires minoritaires, pouvoirs portant uniquement sur l'activité canard de* la société Labeyrie. En effet, LB et KI disposeront chacun d'un droit de veto, au sein du conseil d'administration d'Alfesca, sur toute proposition ou décision relative à l'activité canard* de Labeyrie, concernant notamment la vente de marques, d'actifs ou encore la conclusion de contrats d'approvisionnement, ce qui est de nature à leur conférer une influence déterminante sur cette activité*.

* Rectification d'erreur matérielle.

6. Par ailleurs, au terme du projet de pacte d'actionnaires susvisé, LB ne disposera d'aucune influence déterminante sur les autres* activités de Labeyrie et d'Alfesca*. Avec un administrateur sur cinq au conseil d'administration d'Alfesca, LB n'a en effet pas la faculté de faire adopter ni de bloquer des décisions. Un administrateur indépendant, révocable à la majorité simple de l'assemblée générale des actionnaires, est en outre nommé sur proposition conjointe de KI et LB. Si l'on devait considérer que cet administrateur n'était pas indépendant de LB, cette dernière disposerait d'un droit de veto sur un certain nombre de décisions devant être adoptées à la majorité des quatre cinquièmes. Toutefois, ces décisions relèvent de la protection des intérêts d'actionnaire minoritaire de LB², et ne lui donnent aucune influence déterminante sur la nomination de l'encadrement, le business plan, le budget annuel ou la politique industrielle et commerciale des autres* activités de Labeyrie et d'Alfesca*.
7. Enfin, un pacte d'actionnaires a été conclu entre KI et KSF le 28 mai 2009, au terme duquel ce dernier se voit accorder des droits de veto sur un certain nombre de décisions relatives au groupe Alfesca. Leur examen permet toutefois de souligner que ces derniers relèvent de la simple protection des intérêts d'actionnaire minoritaire de KSF, qui n'est ainsi pas en mesure d'exercer d'influence déterminante sur le groupe Alfesca. KSF ne dispose par ailleurs que d'un observateur sans droit de vote au conseil d'administration d'Alfesca.
8. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint de KI et LB sur Labeyrie, la présente opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce. Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, elle ne revêt pas une dimension communautaire et est soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce.
9. L'opération ne fait pas l'objet d'une notification dans un autre Etat.

II. Délimitation des marchés pertinents

10. LB et Labeyrie sont tous deux actifs sur la filière du canard. LB vend des canards vifs aux industriels de la transformation. Sa filiale Spanghero commercialise des produits élaborés à base de canard. Labeyrie commercialise lui aussi des produits issus de la transformation de canards. Une délimitation plus précise des marchés pertinents laisse cependant apparaître peu de chevauchements, LB/Spanghero, d'une part, et Labeyrie, d'autre part, n'étant présents simultanément que sur le marché du confit de canard. L'ensemble des marchés de la filière du canard sera cependant décrit afin d'analyser d'éventuels effets verticaux ou congloméraux de l'opération.

² Cette conclusion intervient notamment au regard du paragraphe 66 de la communication consolidée de la Commission européenne du 21 février 2009, relative à l'application du règlement 139/2004.

* Rectification d'erreur matérielle.

A. DÉLIMITATION DES MARCHÉS

1. LE MARCHÉ AMONT

a) Délimitation par produit

11. Ni LB ni Labeyrie ne sont présentes sur le métier de la sélection génétique des meilleures espèces de canard et sur celui de l'accoupage, qui consiste à acheter aux sélectionneurs des canards reproducteurs, à mettre en œuvre la production et l'éclosion des œufs, puis à livrer aux éleveurs les canetons à l'âge d'un jour. LB prend en charge le caneton livré par l'accoureur durant environ trois mois, en vue d'obtenir un canard dit « prêt à gaver ». Vient ensuite la période de gavage qui dure entre dix et quinze jours. Au terme de cette opération, le canard dit « gras » est vendu auprès des industriels de la transformation du canard.
12. Le marché concerné est le marché amont de la fourniture de palmipèdes à foie gras, défini par la décision ministérielle C2005-12 du 1^{er} avril 2005³, qui le distingue d'un marché de la fourniture d'autres types de palmipèdes « maigres » ou à rôtir. En effet, les palmipèdes à foie gras sont d'abord achetés pour leur foie et non pour leur viande, et font l'objet de filières d'approvisionnement spécifiques. En l'espèce, LB n'est pas présente sur le marché de la fourniture de palmipèdes « maigres » ou à rôtir.
13. Dans cette même décision, le ministre a laissé ouverte la question, au sein du marché de la fourniture de palmipèdes à foie gras, d'une éventuelle distinction en fonction de l'espèce animale (oie ou canard). Il n'est cependant pas utile de trancher la question d'une éventuelle segmentation par espèce animale du marché de la fourniture de palmipèdes à foie gras. En effet, l'analyse concurrentielle sera réalisée sur un éventuel marché de la fourniture de canards gras, ce qui constitue en l'espèce la définition de marché la plus étroite, dans la mesure où LB ne commercialise pas d'oies grasses.
14. Les parties soulignent que, pour pouvoir bénéficier de l'appellation IGP (indication géographique protégée) « Sud Ouest », les canards doivent avoir été élevés, gavés, abattus et transformés dans la région selon un cahier des charges bien défini. En l'espèce, LB vend exclusivement des canards IGP « Sud Ouest ». L'analyse concurrentielle portera ainsi sur la fourniture de canards gras IGP « Sud Ouest », sans qu'il soit cependant utile de trancher la question de savoir si la fourniture de ce type de canards constitue un marché pertinent en soi.

b) Délimitation géographique

15. Dans sa décision Maisadour précitée, le ministre a effectué son analyse concurrentielle sur des marchés de la fourniture de palmipèdes gras d'un rayon géographique restreint d'environ 150 km, dans la mesure où plus la durée du transport est longue, plus le poids des foies des palmipèdes tend à diminuer et plus le taux de mortalité des canards et oies transportés tend à s'accroître. Il a cependant laissé ouverte la question de la définition géographique du marché de la fourniture de palmipèdes gras. En l'espèce, il n'est également pas utile de trancher cette question.
16. Concernant les marchés amont, l'analyse concurrentielle sera ainsi menée sur des marchés de la fourniture de canards à foie gras bénéficiant de l'IGP « Sud-Ouest », d'un rayon de 150 km autour du site de production.

³ Lettre du ministre de l'économie relative à l'acquisition de VVH (Canards du midi) par la coopérative Maisadour.

2. LES MARCHÉS AVAL

a) Délimitation par produit

Segmentation en fonction des caractéristiques des produits

17. Dans sa décision Maisadour précitée, le ministre a considéré que les marchés aval de la commercialisation des produits issus de palmipèdes gras pouvaient être segmentés en produits à base de foie gras d'une part, et en produits à base de viande de palmipèdes à foie gras d'autre part, compte tenu notamment de l'usage fait de ces produits, de leur prix de vente moyen, des habitudes alimentaires des consommateurs, et de l'existence d'une réglementation spécifique. Comme pour les marchés amont, le ministre a laissé ouverte la question d'une éventuelle distinction en fonction de l'espèce animale dont les produits sont issus (oie ou canard). Les parties n'étant pas actives sur les marchés de la vente de produits issus d'oies grasses, il n'est pas utile de trancher la question de leur éventuelle segmentation par espèce animale. En effet, l'analyse concurrentielle est réalisée sur un éventuel marché de la vente de produits issus de la transformation de canards gras, qui constitue la définition de marché la plus étroite en l'espèce.
18. Concernant le marché des produits à base de foie gras, le ministre a opéré une segmentation en fonction de la cuisson du produit entre le marché du foie gras cru d'une part, et le marché des produits à base de foie gras cuits ou mi-cuits d'autre part, tout en laissant la question ouverte. Par ailleurs, au sein des produits à base de foie gras cuits ou mi-cuits, il est possible d'envisager de distinguer le foie gras entier des autres produits à base de foie gras (tel que le bloc ou la mousse de foie gras), en raison de différences substantielles de prix et de qualités gustatives. Ainsi, réglementairement, le terme "foie gras entier" est réservé uniquement à un foie d'oie ou de canard sans aucune autre adjonction (sauf épices). Le bloc de foie gras est une émulsion réalisée à partir de foie gras pouvant être de moindre qualité (foies abîmés lors de l'extraction ou ayant un aspect granuleux), contenant des émulsifiants et de l'eau. Il peut intégrer ou non des morceaux de foie. En l'espèce, il n'est toutefois pas utile de trancher la question de la délimitation exacte du marché des produits à base de foie gras. En effet, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées quelle que soit la définition des marchés de produits.
19. En l'espèce, ni LB ni Spanghero ne commercialisent de produits à base de foie gras. En effet, si Spanghero commercialisait, jusqu'en 2008, environ [<5] tonnes de foie gras entier pour un CA d'environ [50 000-100 000] euros, cette activité a cessé début 2009.
20. Concernant le marché des produits à base de viande de palmipèdes gras, le ministre a opéré pour les besoins de son analyse une segmentation entre i) les produits découpés crus comprenant les magrets et filets, ii) les produits élaborés, et iii) le confit de canard. Il a cependant laissé ouverte la question de la définition exacte du marché des produits à base de viande de palmipèdes gras. En l'espèce, il est également possible de ne pas trancher la question de cette définition.
21. *In fine*, les activités de Spanghero et de Labeyrie ne se chevauchent que sur le confit de canard. Il conviendra par ailleurs d'étudier les éventuels effets verticaux résultant de la présence de Labeyrie sur le marché des découpes crues de canard gras en tant que vendeur et de celle de Spanghero sur ce même marché en tant qu'acheteur, ainsi que les éventuels effets congloméraux pouvant résulter d'un élargissement de la gamme de produits de la nouvelle entité.

Segmentation en fonction du circuit de distribution

22. Dans sa décision Maïsadour, le ministre a considéré que les marchés aval de la commercialisation des produits issus de palmipèdes gras pouvaient être segmentés en fonction des circuits de distribution, en distinguant leurs ventes dans les grandes et moyennes surfaces (GMS) et dans la restauration hors domicile (RHD), qui constituent les canaux de distribution de ces produits. Il a cependant laissé la question d'une éventuelle segmentation de ces marchés par canal de distribution ouverte. En l'espèce, cette question peut aussi demeurer ouverte, dans la mesure où cela n'emporte pas de conséquences sur les résultats de l'analyse concurrentielle.

Segmentation en fonction du positionnement commercial des produits

23. Le ministre a enfin considéré qu'une segmentation des marchés aval de commercialisation des produits issus de palmipèdes gras en fonction du positionnement commercial des produits (marque de fabricant/marque de distributeur) pouvait éventuellement être envisagée, d'autant plus qu'il s'agit de produits alimentaires pouvant être qualifiés de luxe. En l'espèce, il n'est pas utile de trancher la question d'une telle segmentation des marchés aval concernés.

b) Délimitation géographique

24. Comme l'a relevé le ministre dans sa décision Maïsadour, les produits à base de foie gras et la viande de palmipèdes à foie gras constituent des produits traditionnels de terroir essentiellement fabriqués et consommés de manière uniforme en France. En outre, il n'existe aucune barrière logistique et juridique tendant à restreindre la dimension géographique des marchés. Les marchés aval de la production et de la commercialisation de ces produits revêtent donc une dimension nationale.
25. Concernant les marchés aval, l'analyse concurrentielle sera ainsi menée sur les éventuels marchés suivants :
- les produits à base de foie gras de canard cuits ou mi-cuits,
 - le foie gras entier de canard cuit ou mi-cuit,
 - les produits de découpe crus de canard,
 - le confit de canard.

III. Analyse concurrentielle

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

26. Sur un éventuel marché du confit de canard vendu en GMS, la nouvelle entité détiendra une part en volume de [20-30] %, résultant du cumul des parts de marché de Labeyrie ([0-10] %) et de Spanghero ([10-20] %). Spanghero détient [0-10] % de part de marché en volume sur le segment de marché du confit de canard vendu en GMS sous MDF. Cette part est égale à [10-20] % pour Labeyrie. La nouvelle entité aura ainsi [20-30] % de part de marché sur le segment du confit de canard vendu en GMS sous MDF. Sur le segment du confit de canard

vendu en GMS sous MDD, qui représente 60 % du marché en GMS, la nouvelle entité détiendra une part de marché en volume de [10-20] %, résultant du cumul de parts de marché de Labeyrie ([<5] %) et de Spanghero ([10-20] %).

27. Sur un éventuel marché du confit de canard vendu en RHD, la nouvelle entité détiendra une part de marché en volume de [0-10] %, résultant du cumul des parts de marché de Labeyrie ([<5] %) et de Spanghero ([<5] %).
28. Ainsi, au regard du niveau des parts de marché cumulées des parties, la présente opération ne présente pas de risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

29. Il convient en premier lieu d'étudier les éventuels effets verticaux de l'opération liés à la présence commune de LB et de Labeyrie sur le marché amont des canards à foie gras bénéficiant d'une IGP « Sud-Ouest », le premier en tant que vendeur et le second en tant qu'acheteur. Les parties notent que la zone s'étendant jusqu'à 150-200 km du site de production de Labeyrie de St-Geours-de-Mareme couvre la totalité des départements des Landes, Pyrénées Atlantiques, Hautes Pyrénées, Gironde et les trois quarts du Gers, et du Lot et Garonne, soit environ 90 % de la production de l'IGP Sud Ouest ou 21,6 millions de canards. Toutefois, il convient de retrancher de la taille du marché les volumes de canards Sud Ouest produits par Maïsadour et Euralis dans la mesure où ces volumes sont pour l'essentiel transformés en interne, ce qui réduit le marché local à 10,5 millions de canard. Lur Berri représente sur ce marché environ [20-30] % de la production et Labeyrie [20-30] % des achats. Ainsi, plus de [>70] % du marché local restera accessible à la fois aux transformateurs autres que Labeyrie acheteurs sur ce marché, et aux éleveurs-gaveurs autres que LB vendeurs sur ce marché. En outre, l'opération confirme structurellement une situation contractuelle existante. En effet, LB fournit déjà de manière quasi-exclusive Labeyrie. Elle a ainsi représenté [>80] % de son approvisionnement en 2008, les [<20] % restant étant fournis par [Confidentiel]. Cette dernière relation devrait progressivement cesser [Confidentiel], date à laquelle LB représentera 100 % de l'approvisionnement de Labeyrie.
30. En second lieu seront analysés les éventuels effets verticaux liés à la présence simultanée de Labeyrie et de Spanghero sur le marché des produits de découpe crus de canard gras, le premier en tant que vendeur et le second en tant qu'acheteur pour la confection de ses confits et de ses plats élaborés à base de viande de canard. Labeyrie détient sur le marché des produits de découpe crus de canard gras à destination des industriels une part de marché en volume de [<15] %. Spanghero représente quant à lui [<5] % des achats tous canaux de distribution confondus de ce type de produits. Compte tenu du poids limité des parties aux stades respectifs de la vente et de l'achat de produits découpés crus de canard gras, l'opération n'aura pas pour effet de permettre à la nouvelle entité de verrouiller l'accès au marché pour les acheteurs ou de restreindre les débouchés pour les fournisseurs de ces produits.
31. Ainsi, la présente opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

C. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMERAUX

32. Il s'agit ici d'étudier les possibles effets congloméraux résultant de l'enrichissement de la gamme de produits offerts par la nouvelle entité. En effet, avant l'opération, Labeyrie proposait des produits à base de foie gras, des produits de découpe crus et du confit. Pour sa part, Spanghero vendait du confit et des produits élaborés à base de viande de canard. La gamme de la nouvelle entité s'étoffe ainsi à l'issue de l'opération, du point de vue de Labeyrie par l'arrivée des produits élaborés et du point de vue de Spanghero par l'adjonction des produits de découpe crus et des produits à base de foie gras.
33. S'agissant des produits élaborés, ils se résument pour Spanghero à la production et à la vente de cassoulet en boîte aux GMS, dont Spanghero représente une part limitée de [0-10] % des ventes en volume⁴.
34. Concernant les produits de découpe crus, il a été constaté précédemment que Labeyrie détenait une faible part de marché pour les produits à destination des industriels (<5] % en volume). Cette part est également limitée s'agissant des ventes en GMS ([0-10] % en volume). Sur le circuit de la RHD, sur lequel les parties ont indiqué ne pas disposer de données, Labeyrie fait face à la concurrence d'acteurs importants tels Maisadour avec la marque Delpyrat Restauration et Euralis avec la marque Rougié.
35. S'agissant des produits à base de foie gras de canard cuits ou mi-cuits vendus en GMS, la nouvelle entité, via Labeyrie, détiendra une part de marché en volume de [15-25] %. Ses principaux concurrents seront Monfort et Delpyrat, avec respectivement 10 et 8 % de parts de marché en volume. Comme cela a été vu précédemment, ce marché peut se segmenter entre les produits de foie gras entier, les blocs de foie gras et les blocs avec morceaux. Sur chacun de ces segments, Labeyrie a une part de marché de [20-30] % en MDF et de [<5] % en MDD. Sur le segment des produits à base de foie gras de canard cuits ou mi-cuits vendus en RHD, la nouvelle entité détiendra, via Labeyrie, une part de marché en volume de [10-20] %. Les parties indiquent que les parts de marché de Labeyrie sur chacun des segments de ce marché en RHD sont sensiblement identiques à celle prise sur l'ensemble de ce marché. Ainsi, les parts de marché de la nouvelle entité sur les marchés des produits à base de foie gras demeureront limitées et cette dernière fera face à la concurrence d'acteurs de taille majeure.
36. Dès lors, les parties ne détenant aucune position forte sur les marchés des produits élaborés, des produits de découpe crus ou des produits à base de foie gras cuits ou mi-cuits, la présente opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

⁴ Il n'existe pas de données disponibles relatives à une éventuelle segmentation entre MDF et MDD s'agissant des découpes de cru de canard mais aussi du cassoulet en boîte, dans la mesure où la différence entre les deux (en termes de prix et de valorisation de la MDF au regard du consommateur) apparaît comme moins importante concernant ce type de produits par rapport au foie gras ou au confit de canard.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sur le numéro 09-0053 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence