

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 10-DCC-37 du 5 mai 2010
relative à la prise de contrôle exclusif
de la société Orléans Viandes par le groupe Sicarev**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 31 mars 2010, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Orléans Viandes par le groupe Sicarev, formalisée par la signature, en date du 19 mars 2010, d'un projet de fusion par absorption de la société Orléans Viandes par la société Forez Porc, filiale du groupe Sicarev;

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 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. La société Forez Porc, société anonyme, est présente dans le secteur de la viande porcine et exerce, grâce à son abattoir situé à Lapalisse dans le département de l'Allier, les activités d'abattage de porcs vivants et de commercialisation de carcasses, de coproduits issus de l'abattage, de viande fraîche de porcs et de produits de charcuterie salaison. Elle est contrôlée exclusivement par la société Sicarev, tête du groupe Sicarev, qui détient directement 74,59 % du capital et des droits de vote, le solde du capital et des droits de vote étant détenu par la coopérative Cirhyo à hauteur de 25,40 % et par six personnes physiques à hauteur de 0,01 %. La société Sicarev est un groupe régional présent dans le secteur de la viande, de l'amont jusqu'à l'aval, dans les filières bœuf, veau et porc. Le groupe est présent dans cette dernière filière à travers la seule société Forez Porc. Le chiffre d'affaires total hors taxes du groupe Sicarev pour le dernier exercice clos au 31 décembre 2008 s'est élevé à 204 millions d'euros, dont 187 millions réalisés exclusivement en France.

2. La société Orléans Viandes, société anonyme, intervient dans le même secteur et exerce des activités similaires à la société absorbante Forez Porc, par l'intermédiaire de son abattoir situé à Fleury-les-Aubrais dans le département du Loiret. Elle a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires total hors taxes de 81,70 millions d'euros, dont 70,44 millions en France.
3. L'opération, formalisée par un projet de traité signé par les parties le 19 mars 2010, porte sur la fusion par absorption de la société Orléans Viandes par la société Forez Porc. A l'issue de cette opération, l'entité nouvellement constituée sera dénommée « Tradival » et sera contrôlée exclusivement par le groupe Sicarev, qui détiendra 54,21 % du capital et des droits de vote, le solde étant partagé entre 11 sociétés et 10 personnes physiques.
4. En ce qu'elle entraîne l'acquisition du contrôle exclusif de la société Orléans Viandes par le Groupe Sicarev, l'opération notifiée est une opération de concentration au sens de l'article L.430-1 du code de commerce. Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, elle n'est pas de dimension communautaire. En revanche, les seuils de notification prévus au point I de l'article L.430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L.430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

5. Les parties à la concentration sont simultanément actives dans le seul secteur de la viande porcine. La pratique décisionnelle¹ distingue quatre étapes de transformation de la viande : la première transformation correspond à l'abattage de l'animal à l'issue de laquelle sont obtenus les carcasses et les coproduits. La deuxième transformation comprend le désossage et la découpe des carcasses. La troisième transformation consiste en la mise sous barquettes de viande prête à cuire destinée au consommateur final. Enfin, la quatrième transformation correspond à la fabrication de produits élaborés à base de viande.
6. En l'espèce, les parties interviennent à différents stades de transformation, en qualité d'acheteurs, sur le marché de la collecte des porcins vivants en vue de l'abattage et en tant que producteur sur le marché des carcasses, sur celui des coproduits issus de l'abattage, sur celui de la viande fraîche et enfin sur celui de la vente de produits de charcuterie salaison. De plus, les parties réalisent des prestations d'abattage pour le compte de tiers qui récupèrent les carcasses des bêtes abattues pour en assurer eux-mêmes la commercialisation.

¹ Lettre du ministre C2008-100 du 17 février 2009 au conseil de la société Bigard ; Décision de l'Autorité n°10-DCC-22 du 8 mars 2010.

A. LE MARCHÉ DE LA COLLECTE DE PORCINS VIVANTS EN VUE DE L'ABATTAGE :

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

7. La pratique décisionnelle communautaire et nationale² considère qu'il existe autant de marchés distincts que d'espèces d'animaux abattus. Concernant la collecte de porcins, la pratique opère une distinction entre les porcs et les truies³.
8. En l'espèce, les deux parties à la concentration interviennent uniquement sur le marché de l'achat de porcs en vue de l'abattage, à l'exclusion de celui des truies.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

9. Dans les décisions les plus récentes relatives à ce secteur⁴, les autorités de la concurrence ont considéré que le marché de la collecte de porcs en vue de l'abattage était de dimension locale et ont retenu, pour l'analyse concurrentielle, une zone de 120 à 200 kilomètres autour des abattoirs.
10. En l'espèce, les abattoirs des sociétés Forez Porc et Orléans Viandes sont situés respectivement sur la commune de Lapalisse, dans la région Auvergne, et sur la commune de Fleury-les-Aubrais dans la région Centre. Les deux abattoirs étant situés à une distance de 287 kilomètres, l'opération entraîne un chevauchement géographique sur le marché de la collecte de porcs, qui, bien que limité, fera l'objet d'une analyse concurrentielle.

B. LE MARCHÉ DES PRESTATIONS D'ABATTAGE POUR LE COMPTE DE TIERS

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

11. La pratique décisionnelle nationale a envisagé un marché des prestations d'abattage pour le compte de tiers, sans toutefois trancher la question de sa délimitation précise. Dans la mesure où les différences de taille et de poids des animaux, variant d'une espèce à l'autre, nécessitent un matériel spécifique d'abattage, le marché peut être segmenté selon le type d'animal abattu.
12. En l'espèce, les parties ont toutes les deux une activité d'abattage de porcs pour compte de tiers. L'acquéreur possède deux abattoirs assurant ce type d'activité : celui de Forez Porc, situé à Lapalisse, et celui de la société « la Stéphanoise d'abattage » situé à La Talaudière. L'abattoir d'Orléans Viandes est aussi actif dans ce domaine.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

13. La pratique décisionnelle nationale⁵ a estimé que les marchés des prestations d'abattage pour le compte de tiers revêtent, quel que soit le type d'animal considéré, une dimension locale, les

² *Décision de la Com. Européenne IV/M.1313 Danish Crown/Vestjyske Slagterier du 9 mars 1999 ; Lettre du ministre C2007-30 du 27 juin 2007 Socopa/OEI ; Lettre du ministre C2008-100 du 17 février 2009 précitée.*

³ *Lettre du ministre C2008-100 précitée.*

⁴ *Lettre du ministre du 17 février 2009 précitée et décision de l'Autorité n°09-DCC-032 du 29 juillet 2009*

⁵ *Lettre du ministre C2008-100 précitée*

clients de l'abattoir se situant généralement à une distance maximale de 50 kilomètres de l'abattoir concerné.

14. En l'espèce les deux abattoirs de l'acquéreur sont situés à une distance respective de 287 kilomètres et 438 kilomètres de l'abattoir d'Orléans Viandes. Dès lors, les parties n'interviennent pas sur le même marché géographique.

C. LE MARCHÉ DES CARCASSES

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

15. Selon la pratique décisionnelle, les marchés des carcasses font l'objet d'une double segmentation : d'une part, en fonction du type d'animal abattu, d'autre part, suivant le canal de distribution, précisément en distinguant entre les grandes et moyennes surfaces (ci-après « GMS »), l'industrie agroalimentaire et les grossistes (ci-après « IAA/grossistes »), les boucheries-charcuteries artisanales (ci-après « BCA ») et enfin la restauration hors domicile (ci-après « RHD »)⁶.
16. Au cas d'espèce, les entreprises concernées sont simultanément présentes sur le marché des carcasses de porcs destinées aux grandes et moyennes surfaces (GMS) et le marché des carcasses de porcs destinées aux industries agro-alimentaires (IAA).

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

17. Conformément aux pratiques décisionnelles antérieures du ministre⁷ et de l'Autorité de la concurrence⁸, il y a lieu de considérer que le marché des carcasses de viande est de dimension nationale, les carcasses pouvant être transportées, par camion frigorifique, sur des distances nettement plus importantes que les animaux vivants.
18. Dès lors, les deux marchés concernés de carcasses de porcs selon les distinctions GMS/IAA feront l'objet d'une analyse concurrentielle.

D. LE MARCHÉ DES COPRODUITS ISSUS DE L'ABATTAGE DE PORCINS

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

19. Les coproduits peuvent être définis comme étant des sous-produits, comestibles ou non, issus de l'abattage d'animaux, comme la graisse, le sang ou la peau et les cuirs.
20. La Commission européenne et l'Autorité de la concurrence⁹ considèrent que ce marché peut être segmenté entre les coproduits d'abattage impropres à la consommation humaine et les coproduits d'abattage propres à la consommation humaine et animale ainsi qu'aux usages pharmaceutiques.

⁶ Lettre du ministre C2008-100 précitée ; décision de l'Autorité n° 10-DCC-22 précitée

⁷ Lettre du ministre n°C2007-30 du 27 juin 2007, n°C2007-167 du 26 décembre 2007.

⁸ Décision de l'Autorité n° 10-DCC-22 précitée

⁹ Décision de l'Autorité n°10-DCC-22 du 8 mars 2010 ; Décision de la Commission COMP/M3605 Sovion/HMG du 21 décembre 2004.

21. Il a aussi été envisagé la possibilité de segmenter ces deux marchés suivant le type de produit¹⁰. En l'espèce, la question de cette délimitation précise peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la définition retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.
22. Conformément à la pratique décisionnelle du ministre¹¹, il convient ensuite de procéder à une segmentation des coproduits propres à la consommation suivant le canal de distribution : GMS, IAA/grossistes, BCA et RHD.
23. Enfin, la même pratique décisionnelle a délimité, à l'intérieur des coproduits, un marché des cuirs et peaux segmenté par type d'espèce animale.
24. Les parties notifiantes sont simultanément présentes sur les marchés suivants : le marché des coproduits propres à la consommation humaine et animale ainsi qu'aux usages pharmaceutiques destinés à l'IAA et aux grossistes d'une part ; le marché des coproduits impropres à la consommation humaine et animale, d'autre part ; et enfin le marché des cuirs et peaux de porcs.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

25. Alors que la pratique décisionnelle du ministre de l'économie¹² estime que le marché des cuirs et peaux revêt une dimension communautaire, les marchés des autres coproduits présentent une dimension nationale, en raison notamment de l'existence d'habitudes de consommation différentes selon les pays membres. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente décision.

E. LE MARCHÉ DE VIANDE FRAICHE DE PORC

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

26. La pratique décisionnelle nationale et communautaire¹³ considère qu'il existe un marché par type de viande fraîche vendue, en distinguant celui du porc des autres types de viande fraîche. La Commission européenne et l'Autorité de la Concurrence ont également segmenté ce marché en fonction des catégories d'acheteurs : les GMS, l'IAA, les BCA et la RHD.
27. Par ailleurs, le ministre de l'économie a estimé qu'il était possible de segmenter le marché de la viande fraîche en distinguant la viande désossée, correspondant à la deuxième transformation, de la viande prête à cuire, correspondant à la troisième transformation. Au cas d'espèce, cette question peut être laissée ouverte, dans la mesure où elle sera sans incidence sur les conclusions de l'analyse concurrentielle.
28. Les entreprises concernées sont simultanément présentes sur les marchés suivants : le marché des viandes découpées et/ou désossées (2ème transformation) vendues aux GMS ; le marché des viandes découpées et/ou désossées (2ème transformation) vendues à l'IAA ; enfin le

¹⁰ Lettre du ministre C2008-56 du 13 août 2008 Cooperl Hunaudaye/Arca

¹¹ Lettre du ministre n°C2008-100 précitée.

¹² Lettre du ministre n°C2008-100 précitée

¹³ Voir notamment la décision de la Com. européenne IV/M1313 précitée; lettre du ministre C2008-100 précitée; décision de l'Autorité n°09-DCC-52 précitée.

marché des viandes prêtes à cuire présentées sous forme d'UVCI (3ème transformation) vendues aux GMS.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

29. La pratique décisionnelle considère que les marchés de la commercialisation de la viande fraîche ont une dimension nationale.

F. LE MARCHÉ DE LA VENTE DE PRODUITS DE CHARCUTERIE SALAISON DE PORC

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

30. La pratique décisionnelle¹⁴ se réfère à plusieurs critères pour segmenter les marchés de produits de charcuterie salaison de porc : la famille à laquelle appartient le produit, le canal de distribution, puis, pour les GMS, le mode de distribution (libre-service ou à la coupe) et le positionnement commercial des produits.
31. En ce qui concerne une segmentation par famille de produits, l'INSEE, le ministère de l'Agriculture et la Fédération Française des Industriels Charcutiers, Traiteurs, Transformateurs de Viandes (ci-après « FICT ») utilisent une nomenclature qui distingue vingt-trois familles de produits regroupés selon leur mode de préparation (crus ou cuits), la technologie employée (salage, séchage, fumage, cuisson, conserve, surgelés) et la nature de la viande employée (porc, volaille, bœuf, gibier, etc.). Les parties sont simultanément présentes sur quatre familles de produits :
- épaules, palettes avec os,
 - poitrines et leurs morceaux salés, séchés ou fumés,
 - autre viandes de porc salées, séchées ou fumées,
 - saucisses et saucissons autres que saucissons de foie.
32. La pertinence de cette segmentation pour l'analyse concurrentielle a été mise en cause par l'Autorité de la concurrence, à l'occasion d'une précédente décision¹⁵, dans laquelle a notamment été envisagé le regroupement, au sein d'un même marché, de certains produits, comme les pâtés et préparations divers à base de porc et de foie. Au cas d'espèce, un éventuel élargissement des marchés pertinents n'étant pas susceptible de modifier les conclusions de l'analyse concurrentielle, celle-ci sera menée au plus fin sur la base des catégories proposées par la FICT.
33. En ce qui concerne la segmentation par canal de distribution, la pratique décisionnelle¹⁶ distingue selon que la charcuterie salaison est à destination des GMS et magasins de proximité, de la RHD, des grossistes ou de l'IAA. En l'espèce, les parties vendent simultanément des produits de charcuterie salaison à destination des GMS et de la RHD.

¹⁴ Voir notamment la lettre du ministre C2007-153 du 15 février 2008, aux conseils du groupe Pierre Schmidt, relative à une concentration dans le secteur de la charcuterie et des produits traiteurs.

¹⁵ Décision n°09-DCC-52 précitée

¹⁶ Décision n°09-DCC-52 précitée

34. De plus, au sein des ventes auprès des GMS et des magasins de proximité, une segmentation supplémentaire pourrait être opérée selon le mode de distribution des produits : soit la vente en libre-service, sous forme de produits prétranchés, soit la vente à la coupe. Au cas d'espèce il sera tenu compte de cette éventuelle distinction.
35. Enfin, la question d'une segmentation supplémentaire, au sein des ventes en libre-service auprès des GMS, selon le positionnement commercial des produits (produits commercialisés sous forme de marque de fabricant ou sous marque de distributeur) est posée. La Commission européenne et les autorités nationales de la concurrence¹⁷ se sont interrogées sur la pertinence d'une telle segmentation, sachant que la qualité est très similaire, que les processus de fabrication sont identiques et que la pression concurrentielle exercée par les MDD (marques de distributeur) sur les prix des MDF (marques de fabricant) est réelle. En l'espèce, la question sera laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit l'hypothèse retenue, l'analyse concurrentielle demeurera inchangée.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

36. La pratique décisionnelle a considéré que les marchés de la charcuterie salaison sont de dimension nationale, eu égard, en particulier, aux habitudes de consommation spécifiques de chaque pays.

III. L'analyse concurrentielle

37. Les analyses ci-après reposent sur les estimations de parts de marché fournies, pour l'année 2008, par la partie notifiante, estimations établies, notamment, à partir des données de l'Interprofession Porcine Auvergne (IPAL), l'Union Régionale Porcine Auvergne Limousin (URPAL), par le Syndicat des Industries Françaises des Coproduits animaux (SIFCO), et par la Fédération française des Industriels charcutiers, Traiteurs, Transformateurs de viandes (FICT).
38. En ce qui concerne le marché de la collecte de porcins vivants en vue de l'abattage, les parts d'achats des deux abattoirs, dans une zone réunissant leurs deux zones de collecte, ont été évaluées, par les parties, à [20-30] %. Les parties recensent vingt-deux opérateurs concurrents dans cette zone, dont deux présentant des parts de marché de [10-20] et [30-40] %. De plus, deux abattoirs concurrents sont situés précisément dans la zone de chevauchement des deux zones de collecte et deux autres sont implantés à moins de 50 kilomètres de cette zone. L'opération envisagée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par création ou renforcement de la puissance d'achat de Sicarev.
39. En ce qui concerne les marchés des carcasses de porcs destinées aux GMS d'une part, à l'IAA d'autre part, les parts de marché cumulées des entreprises concernées sont respectivement de [0-5] % et [0-5] %.
40. En ce qui concerne le marché des coproduits propres à la consommation humaine et animale ainsi qu'aux usages pharmaceutiques destinés à l'IAA et aux grossistes, les parties ont estimé

¹⁷ Décision n°09-DCC-52 précitée, Décision de la Commission européenne COMP/M.4257 du 28 juillet 2006 Smithfield Oaktree/ Sara Lee Foods Europe.

leurs parts de marchés cumulées à [0-5] %. Elles les ont estimées à la même hauteur pour les marchés des coproduits impropres à la consommation et des cuirs et peaux.

41. En ce qui concerne le marché de la viande fraîche, les parts de marché cumulées des entreprises concernées ont été estimées, à hauteur de :
- [0-5] % pour les viandes découpées et/ou désossées vendues auprès des GMS ;
 - [0-5] % pour les viandes découpées et/ou désossées vendues auprès de l'IAA ;
 - [0-5] % pour les viandes prêtes à cuire présentées sous forme d'UVCI vendues auprès des GMS
42. En ce qui concerne les marchés de la charcuterie salaison, les parts de marché des entreprises concernées ont été estimées comme indiqué dans le tableau ci-dessous :

produits concernés	canal de distribution	Mode de distribution	PDM Forez Porc	PDM Orléans Viandes	PDM cumulées
épaules palettes avec os	GMS et magasins de proximité	libre-service	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
		coupe	[0-5] %	[5-10] %	[5-10] %
	RHD et grossistes		[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
poitrine et leurs morceaux salés, séchés ou fumés	GMS et magasins de proximité	libre-service	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		coupe	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	RHD et grossistes		[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
autres viandes de porc salées, séchées ou fumées	GMS et magasins de proximité	libre-service	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
		coupe	[0-5] %	[5-10] %	[5-10] %
	RHD et grossistes		[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
saucisses et saucissons autres que de foie	GMS et magasins de proximité	libre-service	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		coupe	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	RHD et grossistes		[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %

43. En tenant compte d'une éventuelle segmentation supplémentaire, au sein des ventes en libre-service auprès des GMS, relative au positionnement commercial des produits, les parties estiment que leurs parts de marché demeurent inférieures à 10 % sur tous les segments concernés.
44. Il est en outre utile de préciser que les parties sont confrontées, sur les différents marchés concernés, à de nombreux et importants groupes concurrents, implantés sur l'ensemble du territoire national, notamment la Cooperl, Bigard, GAD, Kermené, Gatine, qui présentent, selon les estimations produites par les parties, des parts de marché souvent supérieures à celles des deux entreprises concernées par l'opération.

45. Compte tenu des éléments qui précèdent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 10-0035 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence