

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 11-DCC-154 du 24 octobre 2011
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Financière du
Forest, holding du groupe GAD, par la société Centrale Coopérative
Agricole Bretonne**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 10 mars 2011, déclaré complet le 19 septembre 2011, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Financière du Forest par la société Centrale Coopérative Agricole Bretonne ;

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

A. L'ACQUÉREUR

1. La société Centrale Coopérative Agricole Bretonne (ci-après « coopérative CECAB ») est une société coopérative agricole à capital variable qui forme, notamment avec la coopérative Union Fermière Morbihannaise (UFM), le groupement d'intérêt économique (GIE) groupe CECAB. Le GIE groupe CECAB (ci-après « groupe CECAB ») est un groupe agro-alimentaire diversifié, actif notamment dans les secteurs des céréales, des légumes, des œufs, des animaux destinés à l'abattage (bovins, veaux, volailles), présent tant au stade de la collecte qu'à celui de la transformation (produits frais et appertisés) et de l'agrofourmiture. Le groupe CECAB n'est plus présent dans le secteur du porc, la coopérative CECAB ayant cédé en 2010 l'ensemble de son activité porcine au profit de la coopérative agricole Prestor¹, celle-ci n'appartenant plus au GIE groupe CECAB depuis le 28 février 2011.

¹ Voir la décision d'autorisation de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-81 du 21 juillet 2010.

2. La partie notifiante soutient que le GIE groupe CECAB, auquel elle appartient, ne constitue pas un groupe au sens du droit de la concurrence, celui-ci ne disposant juridiquement d'aucun contrôle sur les actifs détenus par ses membres.
3. Cependant, un groupe est un ensemble de sociétés juridiquement indépendantes les unes des autres mais soumises à une unité de décision économique. Les sociétés du groupe sont ainsi placées sous un contrôle unique qui leur impose une communauté de stratégies et de comportements. Comme le rappelle l'Autorité de la concurrence dans ses lignes directrices², elle ne se limite pas, pour déterminer l'existence d'une gestion économique unique et durable, à l'examen des seuls éléments de droit mais prend également en compte les circonstances de fait. Elle peut, de plus, « *tenir compte dans son appréciation de différents facteurs tels que l'existence de participations croisées, la compensation des profits et des pertes entre les entreprises réunies par l'opération, la répartition des recettes entre les différentes entités, ou leur responsabilité solidaire* ».
4. En l'espèce, s'agissant de l'unité de gestion, les statuts du GIE groupe CECAB précise que celui-ci a pour but « *de mettre en œuvre, tous les moyens propres à faciliter ou à développer l'activité économique de ses membres, à améliorer ou à accroître les résultats de cette activité* » et pour objet « *la coordination des activités de ses membres, notamment par la proposition d'orientations et d'objectifs et l'examen de leurs plans d'investissements, la rationalisation de la gestion administrative et financière de ses membres (...), un mode de traitement unique de la comptabilité, la rationalisation de la politique commerciale, études de marchés ou ventes faites en commun, la rationalisation de la production, la rationalisation des approvisionnements, une publicité commune, la rationalisation des transports (...)* ». Dans les faits, la partie notifiante précise que le GIE assure, pour le compte de ses membres, les prestations suivantes :
 - la direction financière et notamment la gestion de tous les emprunts des sociétés membres, la négociation avec les banques, la gestion de leurs trésoreries, de l'expertise comptable et du contrôle de gestion, la rédaction des déclarations fiscales et l'établissement de la consolidation comptable ;
 - le secrétariat général et la direction juridique, prenant en charge tout le contentieux des sociétés membres, son secrétariat juridique, les litiges prud'homaux, l'assistance fiscale et de manière plus générale tous les actes tels que les actes notariés, contrats, augmentation de capital et souscriptions d'assurances des sociétés membres ;
 - la direction du personnel, pour la gestion du personnel salarié, la coordination de la politique sociale des usines des sociétés membres du groupe, la formation du personnel, la gestion de la paie etc. ;
 - la direction technique par le contrôle de tous les investissements réalisés en usine, l'étude des projets, le choix des fournisseurs, la rédaction des appels d'offres, le suivi des chantiers et la réception des travaux etc. ;
 - la direction de la recherche et développement pour la mise au point de nouveaux produits et process.

² Voir les paragraphes 17 et suivants des lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations et la communication consolidée de la Commission européenne sur la compétence de la Commission en vertu du règlement (CE) N°139/2004 du Conseil relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises.

5. L'examen des procès-verbaux des conseils d'administration de la coopérative CECAB et du GIE groupe CECAB sur les cinq dernières années montre que le champ de ces prestations implique la prise de décisions commerciales stratégiques par le GIE pour le compte de ses membres. [Confidentiel]³⁴.
6. S'agissant de l'existence de participations croisées, il apparaît que tous les membres du GIE (au nombre de 32), à l'exception de la coopérative de Broons, ont un lien capitalistique avec l'une ou l'autre des deux coopératives fondatrices, CECAB et UFM : [Confidentiel]⁵.
7. S'agissant des liens de solidarité financière entre les membres du GIE, [Confidentiel]. Il apparaît donc qu'il existe des liens de solidarité financière importants et durables entre les membres du GIE et qui ne résultent pas exclusivement des participations financières mutuelles des coopératives CECAB et UFM dans leur filiales respectives.
8. D'autres éléments de fait notables peuvent être relevés attestant de l'existence d'une politique d'ensemble du GIE groupe CECAB. Il s'agit notamment de l'existence avérée d'une politique de communication commune au niveau du GIE groupe : [Confidentiel]. Enfin, les deux offres de rachat de titres de la société Financière du Forest qui constituent les actes soumis à notification dans le cadre de la présente opération, ont été signées par le GIE groupe CECAB et non par la coopérative CECAB.
9. Au regard de ce qui précède et de l'ensemble des éléments fournis au cours de l'instruction, il ressort qu'il existe une gestion économique en commun, voulue et organisée comme telle par les membres du GIE au sein de celui-ci. Il peut être considéré que l'ensemble formé par les membres du GIE groupe CECAB constitue, à la date de l'opération, une entité économique autonome.

B. LA CIBLE

10. La société Financière du Forest est une holding financière détenant plusieurs sociétés formant le groupe Gad (ci-après « groupe Gad »), spécialisé dans l'abattage, la découpe et la transformation industrielle de viande de porc ainsi que la commercialisation des produits qui en sont issus, notamment de la viande fraîche et des produits de salaison (poitrines, jambons, saucissons...). Le groupe Gad est plus marginalement actif dans l'abattage d'autres types d'animaux (bovins, veaux, agneaux) ainsi que dans la fabrication et l'exploitation d'équipements d'épuration, de méthanisation et de séchage de déchets agricoles et industriels.
11. Avant l'opération, le capital de la Financière du Forest se répartit entre les sociétés Financière du Fromeur, contrôlée par le groupe CECAB (41 %), SAS Union Prestor/CECAB, contrôlée par la coopérative Prestor (49 %), Unigrains (5,71 %) et Sofipar (4,21 %), les coopératives Prestor et CECAB, la société SFAO et 9 personnes physiques détenant respectivement une action sur les 42 000 émises. Lors de la création de cette société holding du groupe Gad, le ministre de l'économie avait estimé qu'aucun actionnaire, du fait de leur nombre et des modalités de droit de vote prévues par les statuts, n'était en mesure d'exercer un contrôle stable sur l'entreprise créée.

³ [Confidentiel]

⁴ [Confidentiel]

⁵ [Confidentiel]

II. L'opération

12. Le pacte d'actionnaires de la société Financière du Forest en date du 18 janvier 2008, prévoyait une promesse d'achat de la coopérative CECAB pour la totalité des titres des deux actionnaires minoritaires, Unigrains et Sofipar, au plus tard le 19 mars 2013. Dans ce cadre, le 21 décembre 2010, le groupe CECAB a communiqué deux offres de rachat de titres à Unigrains d'une part, et à Sofipar d'autre part, portant sur l'intégralité de leur participation respective au capital de la Financière du Forest. En date du 4 janvier 2011, Unigrains a accepté l'offre de rachat de ses 2 400 actions. En date du 6 janvier 2011, Sofipar a accepté l'offre de rachat de ses 1 800 actions. Les deux ordres de mouvement de titres ont été effectués le 24 février 2011. Il convient par conséquent de considérer que ces opérations, résultant d'un seul et même accord et organisées de manière concomitantes par les parties, ne forment qu'une seule et même opération.
13. Après l'opération, le groupe CECAB détiendra, *via* la coopérative CECAB, 51 % du capital et des droits de vote du groupe Gad. Selon les modalités de vote prévues par les statuts, le groupe CECAB détiendra la majorité des voix aux assemblées générales ordinaires statuant à la majorité simple sur les principales décisions stratégiques de l'entreprise. Les membres du directoire sont nommés par les membres du conseil de surveillance, eux-mêmes choisis par les actionnaires en assemblée générale ordinaire et révocables à tout moment. Les décisions prises en assemblée générale extraordinaire et, exigeant la majorité des deux-tiers, n'excèdent pas ce qui est habituellement consenti aux actionnaires minoritaires pour la protection de leurs intérêts financiers.
14. Il convient toutefois d'examiner si la coopérative Prestor (ci-après « Prestor »), détenteur de 49 % du capital, sera en mesure d'exercer une influence déterminante sur l'entreprise du fait de la diminution du nombre d'actionnaires et de sa position de principal fournisseur de la cible.
15. Cependant, les divergences entre Prestor et le groupe CECAB, [Confidentiel], ne permettent pas de penser qu'il puisse y avoir une communauté d'intérêt permettant un contrôle conjoint de la cible même en tenant compte de la position de Prestor comme premier fournisseur de la cible. [Confidentiel]⁶.
16. De plus, la partie notificante souligne que les relations d'approvisionnement entre Prestor et le groupe Gad ne faisant l'objet d'aucun accord écrit, seraient, en cas de rupture brutale, encadrées par l'article L. 442-6 du code de commerce qui prévoit qu'un préavis minimum soit respecté. La partie notificante estime que ce délai serait suffisant pour que le groupe Gad puisse réorganiser son approvisionnement et que l'hypothèse d'une rupture d'approvisionnement de Prestor apparaît très peu réaliste, les éleveurs adhérents de la coopérative Prestor ayant un fort besoin de sécurisation de leurs débouchés, inhérent à l'activité d'élevage.
17. Au vu des éléments qui précèdent, la position de Prestor sur le marché de l'approvisionnement en porcins vivants, notamment sur les zones de collecte du groupe Gad, et au sein du capital de la société Financière du Forest ne sont pas de nature à lui conférer un contrôle conjoint avec le groupe CECAB.

⁶ [Confidentiel]

18. La présente opération constitue donc une prise de contrôle exclusif de la société Financière du Forest par le groupe CECAB et constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
19. Les entreprises concernées ont réalisé ensemble un chiffre d'affaires hors taxes consolidé sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros au dernier exercice clos (groupe CECAB : 1,147 milliard d'euros en 2009⁷ Financière du Forest : 595,6 millions d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (groupe CECAB : [...] millions d'euros ; Financière du Forest : [...] millions d'euros). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au point I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

III. Délimitation des marchés pertinents

20. L'acquéreur et la cible n'étant pas présents sur les mêmes marchés, l'opération n'emporte pas de chevauchement d'activités. Toutefois, compte tenu de la présence du groupe CECAB sur de nombreux marchés de la transformation agroalimentaire dont certains sont en aval de ceux de la cible, ou susceptibles d'entretenir avec eux des liens de connexité, il convient de délimiter ces marchés au titre des éventuels effets verticaux et congloméraux de l'opération.
21. Les groupes Gad et CECAB sont actifs sur différents marchés de la transformation animale (A). Le groupe CECAB est par ailleurs seul présent, en aval, sur le marché de l'alimentation pour animaux domestiques (B) et sur d'autres marchés agro-alimentaires ayant d'éventuels liens de connexité avec ceux de la cible (C).

A. LES MARCHÉS DE L'ABATTAGE D'ANIMAUX ET DE LA TRANSFORMATION DE LA VIANDE

22. La pratique décisionnelle distingue quatre étapes de transformation de la viande correspondant au cycle de traitement de l'animal d'amont en aval.

1. LES MARCHÉS DE LA PREMIÈRE TRANSFORMATION

a) Les marchés de produits

23. La première transformation correspond à l'abattage de l'animal à l'issue duquel sont obtenus les carcasses et les coproduits.

⁷ Source : Rapport annuel du groupe CECAB, chiffres globalisés.

24. Les marchés de la collecte d'animaux vivants en vue de leur abattage sont segmentés par espèces par les autorités de concurrence nationale et communautaire⁸, le matériel d'abattage étant spécifique pour chaque type d'animal. Au sein de certaines espèces, des segmentations plus fines ont été envisagées comme par exemple entre le porc et la truie, leur viande n'étant pas destinée au même usage.
25. Le marché des carcasses est également segmenté suivant le type d'animal dont la carcasse est issue⁹. Il a été envisagé de segmenter ce marché selon la taille ou l'origine de l'animal, notamment dans le cas des bovins, ou suivant le canal de distribution (les grandes et moyennes surfaces (ci-après « GMS »), l'industrie agroalimentaire (ci-après « IAA »), les boucheries-charcuteries artisanales (ci-après « BCA ») et la restauration hors domicile (ci-après « RHD »))¹⁰.
26. La pratique décisionnelle des autorités communautaire et nationale de concurrence¹¹ a également identifié un marché des coproduits issus de l'abattage, comestibles ou non (abats, sang, hypophyse etc.). La pratique nationale a envisagé de segmenter ce marché par types de coproduits¹². La Commission européenne¹³ a distingué le marché des coproduits d'abattage impropres à la consommation humaine, eux-mêmes segmentés par type de coproduits, et les coproduits d'abattage propres à la consommation humaine et animale ainsi qu'aux usages pharmaceutiques, eux-mêmes segmentés par type de coproduits.
27. En l'espèce, l'analyse demeurant inchangée quelles que soient les hypothèses retenues il n'y a pas lieu de préciser la délimitation exacte de ces marchés.
28. Au stade de la première transformation, le groupe Gad est actif sur les marchés de la collecte d'animaux en vue de l'abattage (porcins et plus marginalement bovins, veaux et agneaux), de la vente de leurs carcasses et des coproduits issus de leur abattage.
29. Le groupe CECAB est présent sur les marchés de la collecte de dindes en vue de l'abattage et de la vente de leurs carcasses en vue de la découpe. Il est également actif sur la collecte de bovins et de veaux en vue de l'abattage mais cette activité n'emporte pas de chevauchements géographiques compte tenu des implantations respectives des groupes Gad et CECAB sur ces marchés.

b) Les marchés géographiques

30. Les délimitations géographiques des marchés de la collecte d'animaux vivants en vue de l'abattage varient selon les espèces mais sont le plus souvent de dimension locale ou

⁸ Voir la décision de la Commission européenne IV/M.1313, *Danish Crown/Vestjyske Slagterier* du 9 mars 1999, et les lettres du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2007-30 du 27 juin 2007, au Directeur de la société Socopa, relative à une concentration dans le secteur de la transformation des viandes de boucherie et C2008-100 du 17 février 2009, au conseil de la société BIGARD, relative à une concentration dans le secteur de la viande.

⁹ Voir les décisions C2007-30 et C2008-100 précitées.

¹⁰ Voir les décisions C2008-100, C2007-30, C2007-167 du 26 décembre 2007, au conseil de la société Bigard, relative à une concentration dans le secteur de l'industrie de transformation de la viande.

¹¹ Voir la lettre du Ministre de l'économie C2004-152 du 26 octobre 2004 au conseil de la société Socopa, relative à une concentration dans le secteur de la charcuterie industrielle et la décision de la Commission européenne COMP/M.3605, *Sovion/HMG*, du 21 décembre 2004.

¹² Voir la décision C2008-100 précitée.

¹³ Voir la décision M.3605 précitée.

régionale, résultant des contraintes réglementaires relatives au bien-être animal et de l'importance des coûts de transport¹⁴.

31. La pratique décisionnelle des autorités communautaires et nationales de concurrence¹⁵ considère que les marchés des carcasses et des coproduits ainsi que leurs éventuelles segmentations, sont au moins de dimension nationale.

2. LES MARCHÉS DE LA DEUXIÈME ET TROISIÈME TRANSFORMATION

a) Les marchés de produits

32. La deuxième transformation comprend le désossage de la viande et la découpe des carcasses vendues à différents type de clients (GMS, IAA par exemple), qui procéderont à une transformation ultérieure de cette marchandise en vue de sa présentation à la vente. La troisième transformation consiste en la mise sous barquettes de viande prête à cuire destinée au consommateur final.
33. La pratique décisionnelle¹⁶ distingue les ventes de viande issue des deuxième et troisième transformations d'une part et selon les différentes espèces animales dont elles proviennent d'autre part. Dans le seul secteur de la viande porcine, la pratique décisionnelle¹⁷ a considéré un marché de la viande fraîche regroupant les deuxième et troisième transformations.
34. La pratique décisionnelle nationale a également envisagé de segmenter les ventes de viande issue de la deuxième transformation en fonction des différents canaux de distribution servis (GMS, IAA, RHD et BCA).
35. En l'espèce, seule la cible commercialise de la viande fraîche de porc, et à titre plus marginal, de la viande issue des deuxième et troisième transformations de bovins, de veaux et d'ovins (agneaux uniquement).

a) Les marchés géographiques

36. La pratique décisionnelle communautaire a considéré que les marchés de la viande fraîche (deuxième et troisième transformations) étaient de dimension nationale. Cependant, elle a également noté la tendance à l'augmentation des flux commerciaux transnationaux, ce qui suggèrerait une dimension géographique de ces marchés plus large que nationale.
37. Au cas d'espèce, l'analyse sera menée au niveau national. La question de la dimension géographique de ces marchés peut rester ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.

¹⁴ Voir notamment les décisions C2008-100, C2004-152, C2007-167, M.1313 précitées.

¹⁵ Voir la lettre C2007-30 précitée.

¹⁶ Voir notamment les décisions M.3605 et C2008-100 précitées.

¹⁷ Voir la lettre du Ministre de l'économie C2008-56 relative à la fusion des sociétés coopératives Cooperl-Hunaudaye et Arca en date du 13 août 2008 et les décisions de la Commission européenne IV/M.1313, COMP/M.3605 précitées et COMP/M.3968, Sovion/Südfleisch, du 21 décembre 2005.

3. LES MARCHÉS DE LA QUATRIÈME TRANSFORMATION

a) Les marchés de produits

38. La quatrième transformation correspond à la fabrication de produits élaborés à base de viande. La pratique décisionnelle des autorités de concurrence segmente le marché des produits élaborés à base de viande selon qu'ils sont élaborés à base de viande de volaille, de bœuf ou de porc.
39. Au cas d'espèce, seul le groupe Gad est actif à ce stade de la transformation de la viande, sur le marché des produits élaborés à base de porc, qui est lui-même divisé entre les produits de charcuterie-salaison et les produits traiteur. Le groupe Gad commercialise uniquement des produits de charcuterie salaison à base de porc.
40. La pratique décisionnelle¹⁸ se réfère à plusieurs critères pour segmenter les marchés de produits de charcuterie salaison : la famille à laquelle appartient le produit, le canal de distribution, le mode de distribution (libre-service ou à la coupe) et le positionnement des produits.
41. S'agissant de la 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.). Cette segmentation en vingt-trois familles de produits a été reprise par la pratique décisionnelle nationale¹⁹. Le groupe Gad est présent sur cinq familles de produits : les viandes de porc salées, saumurées, séchées ou fumées, les autres viandes, abats et comestibles salés, saumurés, séchés ou fumés, les jambons, épaules et autres viandes de porcs cuites, les saucisses et saucissons autres que les saucissons de foie, et les pâtés et préparations diverses à base de viandes.
42. Le marché des produits de charcuterie salaison est également segmenté selon le canal de distribution auquel ces produits sont destinés dont notamment la RHD, les IAA ou la GMS²⁰. Au sein de la vente auprès de la GMS et des magasins de proximité, une segmentation supplémentaire a été envisagée entre la vente en libre-service (produits prétranchés) et la vente à la coupe²¹.
43. Enfin, s'agissant du positionnement commercial des produits, pour la charcuterie salaison proposée aux clients finals par les GMS et magasins de proximité, une segmentation additionnelle peut être effectuée entre, d'une part, les marques de fabricant (MDF) et, d'autre part, les marques de distributeur (MDD), marques de premier prix (MPP) et marques hard discount (MHD)²².

¹⁸ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-52 du 12 octobre 2009 et n°11-DCC-104 du 4 juillet 2011 ainsi que la lettre du ministre de l'économie 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.

¹⁹ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-52 ainsi que la lettre du ministre de l'économie n°C2007-153 précitées.

²⁰ Voir notamment les décisions n°09-DCC-52 et C2007-153 précitées ainsi que la lettre du ministre de l'économie C2006-72 du 18 août 2006. Au sein du canal de distribution de la GMS, les boucheries-charcuteries traiteurs peuvent être distingués des autres commerces traditionnels et des commerces dits « modernes », voir sur ce point la lettre du ministre de l'économie C2008-28 du 23 avril 2008.

²¹ Voir notamment les décisions n°09-DCC-52 et C2007-153 précitées ainsi que la lettre du ministre de l'économie C2008-28 du 23 avril 2008.

²² Voir notamment les décisions n°11-DCC-104, n°09-DCC-52, C2007-153, C2008-28 précitées et les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-48 du 22 septembre 2009, n°09-DCC-67 du 23 novembre 2009 et n°10-DCC-21.

44. En l'espèce, seul le groupe Gad est actif à ce stade de la transformation de la viande. La question de la délimitation exacte de ces différents marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées quelles que soient les segmentations retenues.

a) Les marchés géographiques

45. Une délimitation nationale du marché des produits de charcuterie salaison est généralement retenue par les autorités de concurrence.

B. LES MARCHÉS DE L'ALIMENTATION POUR ANIMAUX DOMESTIQUES

46. Seul le groupe CECAB est présent sur les marchés de la nutrition animale et notamment celui de la fabrication d'alimentation pour animaux domestiques. Cette activité utilise parmi ses intrants certains coproduits issus de l'abattage d'animaux comme le sang, marchés de produits sur lesquels la cible est présente. Il convient donc de délimiter le marché de l'alimentation pour animaux domestiques, seul marché susceptible d'être concerné au titre d'éventuels effets verticaux de l'opération.

a) Les marchés de produits

47. En matière d'aliments destinés aux animaux domestiques, la pratique décisionnelle retient une segmentation par espèce, entre les chiens et les chats, ainsi que, selon la consistance de la nourriture, entre les croquettes et les aliments humides. Il a également été envisagé une segmentation selon le canal de distribution et le positionnement commercial du produit²³.
48. La question de la définition exacte de ces marchés peut rester ouverte dans la mesure où quelles que soient les hypothèses retenues, l'analyse demeurera inchangée.
49. En l'espèce, le groupe CECAB est présent sur les marchés des aliments humides pour chiens et chats vendus à la GMS sous MDD/MPP.

a) Les marchés géographiques

50. La pratique décisionnelle retient une délimitation nationale pour le marché des aliments pour animaux de compagnie²⁴.

²³ Voir la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2005-38 en date du 1er juillet 2005 relative à une concentration dans le secteur de l'alimentation pour le bétail, C2007-54 du 25 juin 2007, relative à une concentration dans le secteur d'aliments pour bétail, C2007-79 du 26 juillet 2007, relative à une concentration dans le secteur de la production et de la commercialisation d'aliments pour animaux, santé animale, et production animale, C2008-94 du 2 janvier 2009, relative à une concentration dans le secteur des céréales et des oléoprotagineux, ainsi que les décisions de la commission COMP/M.2956 – CVC / PAI EUROPE / PROVIMI et COMP/M.2544 – Masterfoods / Royal Canin.

²⁴ Voir les décisions C2007-54 et M.2544 précitées.

C. LES AUTRES MARCHÉS AGRO-ALIMENTAIRES CONCERNÉS

51. Le groupe CECAB est présent sur d'autres marchés susceptibles d'entretenir des liens de connexité avec ceux de la cible, dont :
- **Le marché de la production et de la commercialisation d'œufs et d'ovoproduits** dont la délimitation géographique retenue par les autorités de concurrence est au moins nationale, voire européenne. Des segmentations plus fines ont été envisagées selon les espèces (cailles, poules etc.), selon leurs caractéristiques (œufs de poule en cage, de poules en plein air, biologiques etc.) et selon le canal de distribution auquel sont destinés ces œufs (GMS, IAA et RHF) avec une possible distinction entre les ovoproduits secs et les ovoproduits liquides pour les produits destinés à l'IAA. Les parties estiment qu'il convient de distinguer les œufs coquilles des ovoproduits.
 - **Le marché national de la commercialisation de produits élaborés à base d'œufs** tel que proposé par la partie notifiante, ce marché n'ayant jamais été examiné par la pratique décisionnelle. Il engloberait la commercialisation d'un ensemble de produits comme les omelettes, œufs durs écalés, tortillas, blancs en neige, œufs brouillés, œufs au plat, œufs pochés, œufs durs en barre, omelettes en cubes ou en lanières. La partie notifiante propose de segmenter ce marché par canal de distribution (IAA, GMS, RHD). Un éventuel marché national de la commercialisation de produits élaborés à base d'œufs par canal de distribution sera examiné au titre de l'analyse conglomerale sans qu'il soit besoin, dans la présente affaire de conclure sur l'existence d'un tel marché.
 - **Le marché national de la commercialisation de légumes appertisés (2^{ème} gamme)** distingué par la pratique décisionnelle de celui des légumes frais (1^{ère} gamme) ou surgelés (3^{ème} gamme). Il a également été envisagé des segmentations selon le canal de distribution et le positionnement commercial du produit²⁵. En matière de produits alimentaires, les autorités de concurrence tant nationale que communautaire considèrent de manière constante que les marchés sont de dimension nationale.
 - **Le marché de la commercialisation de pommes de terre de consommation (1^{ère} gamme)**. Compte tenu des faibles volumes commercialisés par le groupe CECAB, il n'y a pas lieu de délimiter plus précisément ce marché et de l'analyser spécifiquement au titre d'éventuels effets conglomeraux.
 - **Le marché national de la commercialisation de plats cuisinés appertisés** distingué par la pratique du marché des plats cuisinés déshydratés, frais ou surgelés. Comme pour la plupart des produits alimentaires, il a également été envisagé des segmentations selon le canal de distribution de ces produits (GMS, RHF), les recettes utilisées et correspondant à une détermination géographique (français, italiens, exotiques) et le positionnement commercial du produit notamment.
52. Au cas d'espèce, les définitions exactes de ces marchés et de leurs différentes segmentations peuvent toutefois être laissées ouvertes dans la mesure où les conclusions de l'analyse demeureront inchangées quelles que soient les délimitations retenues.

²⁵ Voir notamment les décisions communautaires M.1990 Unilever/Bestfoods, et nationales C2005-17 du 21 avril 2005 au conseil de la société Ebro Puleva relative à une concentration dans le secteur agroalimentaire, C2008-24 du 23 avril 2008, au conseil de la société TRANSGOURMET France, relative à une concentration dans le secteur du commerce de gros de légumes, de fruits et des produits frais de la mer et la décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-21 précitée.

IV. Analyse concurrentielle

53. En l'absence de chevauchement entre les activités des parties, tout effet horizontal peut être écarté. Seuls les effets verticaux et congloméraux seront donc analysés.

A. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

54. Le groupe Gad commercialise sur le marché national des abats et co-produits issus de l'abattage d'animaux (porcs essentiellement), propres à la consommation humaine et animale, qui entrent dans la fabrication d'aliments pour animaux domestiques (hémoglobine, plasma, sang, produits de triperie, farine d'os et graisse d'os). Le groupe CECAB étant producteur d'alimentation humide pour animaux de compagnie, il convient donc de s'assurer que l'opération n'est pas de nature à forclure l'accès des producteurs d'alimentation animale concurrents à certains de leurs intrants ou de restreindre les débouchés des producteurs de coproduits issus de l'abattage d'animaux.
55. En l'absence de statistiques disponibles par types de coproduits, la partie notifiante a estimé la position du groupe Gad sur le marché global des coproduits propres à la consommation humaine, animale et aux usages pharmaceutiques à partir de sa position sur le marché national de l'abattage de porcs, espèce ayant approvisionné, en 2009, 21 % de la production nationale de sous-produits d'origine animale déclarés sains à la consommation humaine et animale²⁶. Cette part de marché s'établirait à moins de 2,5 % du marché français des coproduits propres à la consommation humaine, animale et aux usages pharmaceutiques. Une telle position n'est pas de nature à permettre à la nouvelle entité de forclure l'accès de ses concurrents sur le marché de l'alimentation pour animaux de compagnie à leurs intrants et ce, compte tenu du fait que Gad ne réalise que 2,7 % de son chiffre d'affaires en coproduits avec des industriels de l'alimentation pour animaux domestiques. La stabilité des proportions de matières premières issues de l'abattage ne permet pas de penser que la situation serait différente si l'analyse était menée par type de coproduits. De plus, le groupe Gad fournit uniquement des intrants issus de coproduits porcins, or, les parties soulignent que, du point de vue des industriels du segment « petfood », il convient de considérer le marché global des protéines animales.
56. En aval, le groupe CECAB est uniquement présent sur le marché de la vente d'aliments humides pour chiens et chats à la GMS, commercialisés sous MDD et sur lesquels il représente [20-30] % (chiens) et [20-30] % (chats) du marché. Avant l'opération, le groupe CECAB ne se fournit que très marginalement en coproduits auprès de la cible et ses achats représentent moins de 0,01 % du chiffre d'affaires réalisé par le groupe Gad en coproduits. Dans l'hypothèse où le groupe CECAB envisagerait de s'approvisionner plus massivement auprès de la cible pour certains de ses achats (hémoglobine, plasma, sang, produits de triperie, farine d'os et graisse d'os), une telle stratégie n'aurait qu'un effet limité sur le marché des producteurs de coproduits animaux, ces derniers ayant de nombreux débouchés alternatifs dont la consommation humaine, les usages pharmaceutiques ou l'industrie oléochimique notamment. A titre d'exemple, le groupe Gad consacre avant l'opération plus de 60 % de sa production à des usages autres que ceux de l'alimentation animale et ceux-ci représentent plus de 90 % de son chiffre d'affaires. De plus, il paraît d'autant moins probable que le groupe

²⁶ Données SIFCO (Syndicat des Industries françaises des coproduits animaux).

CECAB puisse s'approvisionner uniquement auprès de Gad, ses besoins étant plus larges que les seuls coproduits d'origine porcine.

57. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

B. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMÉRAUX

58. Une opération de concentration a des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur plusieurs marchés dont la connexité peut lui permettre d'accroître son pouvoir de marché.
59. Sur les différents marchés de la viande concernés par l'opération, il convient de relever que les groupes CECAB et Gad interviennent sur des espèces animales différentes, à des stades distincts de leur transformation. Or, la pratique décisionnelle estime généralement que les éventuels effets de gamme jouent davantage entre les produits issus d'une même espèce animale²⁷. De plus, au cas présent, comme les parties ont des parts de marché inférieures à 20 % sur tous les marchés de la viande présentant des liens de connexité le risque d'atteinte à la concurrence par la mise en œuvre d'effets de gamme peut être écarté sur ces marchés.
60. Si l'on considère l'ensemble des autres marchés agro-alimentaires segmentés par canal de distribution, on constate que l'opération a pour conséquence d'élargir la gamme de produits alimentaires que le groupe CECAB pourra offrir à la RHD et à la GMS, seuls canaux de distribution sur lesquels le groupe CECAB détient des positions approchant 30 % de parts de marché.
61. Avant l'opération, le groupe CECAB est un fournisseur significatif de la RHD sur les marchés des ovoproduits ([20-30] %), des produits élaborés à base d'œufs ([30-40] %) et des légumes appertisés ([20-30] %) vendus à la RHD. Par l'acquisition du groupe Gad, le groupe CECAB deviendra également fournisseur de viande fraîche de porc et de produits de charcuterie salaison de ce canal de distribution, respectivement à hauteur de [10-20] % et de [0-5] % sur le segment de marché des viandes de porc salées, saumurées, séchées ou fumées.
62. Sur le segment de la GMS, le groupe CECAB est un fournisseur significatif d'aliments humides pour chiens ([20-30] %) et chats ([20-30] %) vendus sous MDD et de légumes appertisés ([20-30] %). Après l'opération, le groupe CECAB sera également présent sur le marché de la viande fraîche de porc ([10-20] %) et des produits de charcuterie salaison de la famille des viandes de porc salées, saumurées, séchées ou fumées ([10-20] %) vendus à la GMS.
63. Toutefois, l'instruction n'a pas permis d'identifier de complémentarités fortes entre ces différents produits pour lesquels la nouvelle entité disposera d'une part de marché significative. La logistique et la temporalité des négociations contractuelles diffèrent selon qu'il s'agit de produits frais ou appertisés, de viandes ou de légumes, rendant peu plausible la mise en place d'effets de gamme ou de ventes liées entre ces différents produits. De plus, les quelques clients communs aux parties à l'opération tant en RHD ([Confidentiel]) que parmi les GMS ([Confidentiel]) sont suffisamment puissants pour contrer ce type d'effets et éventuellement diversifier leurs approvisionnements sur les différentes familles de produits concernées.

²⁷ Voir la décision C2008-100 précitée.

64. Enfin, l'opération ne permet pas au groupe CECAB d'enrichir son portefeuille de marques, les quelques marques du groupe Gad (Aubret, Binic Gastronomie etc.) ne pouvant être considérés comme notoires sur des marchés où l'offre est caractérisée par une grande diversité de marques à forte notoriété (Herta, Madrange, Fleury Michon, Paul Predault etc.).
65. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 11-0041 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence