

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 12-DCC-42 du 26 mars 2012
relative à la fusion entre la coopérative Champagne Céréales et la
coopérative Nouricia**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 19 janvier 2012, relatif à la fusion entre les coopératives Champagne Céréales et Nouricia, formalisée par un projet de fusion en date du 18 octobre 2011 ;

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 ;

Vu la demande de suspension des délais d'examen de l'opération de 15 jours ouvrés, conformément à l'article L. 430-5 II, accordée par lettre du 22 février 2012 ;

Vu les engagements présentés le 14 mars 2012 et modifiés en dernier lieu le 21 mars 2012 par les parties à l'opération ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. **Champagne Céréales** est une société coopérative agricole à capital variable, holding du groupe Champagne Céréales (ci-après « Champagne Céréales »). Champagne Céréales, *via* son pôle agricole, est principalement actif dans la collecte, l'achat et la revente des productions de ses associés coopérateurs, essentiellement du blé, de l'orge, du maïs et du colza et la commercialisation de produits d'agrofourriture auprès de ses adhérents. Champagne Céréales compte environ 8 300 adhérents répartis sur sept départements de l'Est de la France (Aisne, Ardennes, Marne, Haute-Marne, Aube, Meuse et Vosges). Champagne Céréales est également présent en aval au stade de la transformation industrielle des céréales (meunerie, malterie, maïserie, amidonnerie/glucoserie, produits de boulangerie, viennoiserie, pâtisserie, nutrition animale et bioénergie).

2. **Nouricia** est une société coopérative agricole qui compte environ 3 000 associés coopérateurs implantés principalement dans les départements de l'Aube, la Côte d'Or, la Marne, la Haute-Marne, la Seine-et-Marne et l'Yonne. Nouricia a pour principales activités la commercialisation auprès de ses associés coopérateurs de produits d'agrofourniture (aliments pour le bétail, agrofourniture destinée à la polyculture et au vignoble) et la collecte, l'achat et la revente de céréales, oléagineux et protéagineux.
3. L'opération, formalisée par un projet de fusion en date du 18 octobre 2011, porte sur la fusion par absorption de Nouricia par Champagne Céréales. En ce qu'elle se traduit par la fusion d'entreprises antérieurement indépendantes, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L.430-1 du code de commerce.
4. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Champagne Céréales : [...] milliards d'euros pour l'exercice clos le 30 juin 2011 ; Nouricia : [...] millions d'euros pour la même période). Deux au moins de ces entreprises réalisent en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Champagne Céréales : [...] milliard d'euros pour l'exercice clos le 30 juin 2011 ; Nouricia : [...] millions d'euros pour la même période). Dans la mesure où Nouricia ne réalise qu'un chiffre d'affaires inférieur à 25 millions d'euros en Belgique, un des trois États membres au sein desquels le total du chiffre d'affaires réalisé par les deux parties est supérieur à 100 millions d'euros, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au 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.

II. Délimitation des marchés pertinents

5. Les activités des parties se chevauchent dans les secteurs de la distribution de produits d'agrofourniture (A), de la collecte et de la commercialisation de céréales, protéagineux et oléagineux (B), de la nutrition animale (C), et de la fabrication d'engrais (D).

A. LES PRODUITS D'AGROFOURNITURE

1. LES MARCHES DE PRODUITS

6. En matière d'agrofourniture, la pratique décisionnelle nationale¹ a retenu une segmentation en fonction du type de cultures, en distinguant notamment le maraîchage de la polyculture, et a envisagé l'existence d'un marché distinct de la distribution de produits pour le vignoble.
7. En ce qui concerne la distribution de produits d'agrofourniture destinés à la polyculture, les autorités nationales de concurrence² distinguent la distribution de semences, la distribution d'engrais, la distribution de produits phytosanitaires, la distribution d'autres matériels

¹ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-90 du 29 décembre 2009 et n°10-DCC-84 du 16 août 2010.

² Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-66 du 28 juin 2010, n°10-DCC-41 du 10 mai 2010, la lettre du ministre n° C2008-112 du 5 décembre 2008.

agricoles, voire la distribution d'amendements, tout en soulignant l'existence d'une forte substituabilité du côté de l'offre dans la mesure où la très grande majorité des distributeurs propose aux agriculteurs ces différentes catégories de produits³. S'agissant plus spécifiquement de la distribution de semences, il a été envisagé l'existence d'un segment particulier constitué des semences destinées à l'agriculture biologique.

8. En ce qui concerne la distribution de produits d'agrofourniture destinés au vignoble, il a été envisagé de segmenter celui-ci de la manière suivante : i) matériel de palissage des vignes, ii) matériel d'œnologie, iii) matériel de conditionnement, iv) engrais et v) produits phytosanitaires⁴.
9. Enfin, l'Autorité de la concurrence a estimé qu'il n'y avait pas lieu de segmenter le marché par canal de distribution, les négociants et les coopératives fournissant aux agriculteurs une offre similaire⁵. En effet, même si des différences importantes entre ces deux types d'acteurs (statuts, fiscalité, nature des relations contractuelles avec l'agriculteur) peuvent subsister, celles-ci ne suffisent pas à retenir l'existence de deux marchés de produits distincts.
10. Au cas d'espèce, les deux parties à l'opération sont simultanément actives, d'une part, sur les marchés des semences non biologiques, des amendements, des engrais et produits phytosanitaires pour polyculture et, d'autre part, sur les marchés des produits d'agrofourniture pour le vignoble.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

11. S'agissant des marchés de la commercialisation de semences, d'engrais et de produits phytosanitaires à destination des agriculteurs, la pratique décisionnelle⁶ antérieure a généralement retenu une dimension locale, l'analyse étant effectuée à un niveau départemental.
12. A l'occasion d'une décision récente⁷, l'Autorité de la concurrence a confirmé qu'en dépit de la recherche d'une certaine rationalisation dans la livraison des marchandises à partir de plateformes et lieux de stockage moins nombreux, le marché conservait clairement une dimension locale pour plusieurs raisons.
13. D'abord, dans la mesure où les agriculteurs ne se font livrer que 60 à 80 % de leurs besoins en produits d'agrofourniture, la possession par le distributeur d'un réseau de proximité, constitué de magasins ou entrepôts, est essentielle pour permettre aux agriculteurs de s'approvisionner eux-mêmes auprès de ses sites. Ensuite, les produits commercialisés par les distributeurs peuvent être adaptés à la demande locale, en fonction du climat ou des objectifs de culture de l'exploitant agricole type. Enfin, compte tenu de la complexité croissante tant des produits que de leur réglementation, les agriculteurs ont systématiquement recours aujourd'hui à un service de conseil technique en cultures assuré par les distributeurs-vendeurs de produits d'agrofourniture⁸. Avec une zone d'activité équivalent à un ou deux cantons, le technicien peut difficilement parcourir plus de 30/40 kilomètres pour aller conseiller un exploitant

³ Voir la décision récente de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-150 du 10 octobre 2011.

⁴ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-90 du 29 décembre 2009.

⁵ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-150 précitée.

⁶ Voir notamment la lettre du ministre de l'économie n°C2008-112 du 5 décembre 2008 précitée, les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-41 du 10 mai 2010 et n° 10-DCC-66 du 28 juin 2010

⁷ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-150 précitée

⁸ Matérialisé par le déplacement d'un technicien au sein de l'exploitation agricole, ce service aide l'agriculteur dans le diagnostic de ses cultures et lui assure un conseil dans le choix des semences et l'utilisation des fertilisants ou des produits phytosanitaires.

agricole. Dans la mesure où le coût de ce service est généralement intégré dans le prix des produits achetés, l'agriculteur ne peut faire appel qu'à un distributeur situé à proximité de son exploitation.

14. Dans ces conditions, et au vu des données disponibles pour le calcul des parts de marché, une première analyse sera menée à l'échelon du département. Dans la mesure où le périmètre d'activité des entreprises du secteur ne tient pas forcément compte de cette délimitation administrative, une analyse complémentaire sera menée en tenant compte de la répartition des points de vente des parties et de leur zone de chevauchement sur les départements affectés.
15. Au cas d'espèce, les activités des parties se chevauchent sur les départements de la Marne, la Haute-Marne, l'Aube et les Vosges.

B. LES CÉRÉALES, PROTÉAGINEUX ET OLÉAGINEUX

16. Les autorités nationales de concurrence⁹ ont considéré traditionnellement que la collecte des céréales, protéagineux et oléagineux auprès des agriculteurs (l'amont) doit être distinguée de la commercialisation au niveau national et international par les organismes collecteurs (l'aval).
17. Alors que les cultivateurs destinent à la vente la très grande majorité de leurs récoltes¹⁰, la commercialisation de céréales par ceux-ci est effectuée exclusivement, conformément aux dispositions du code rural¹¹, par l'intermédiaire d'entreprises déclarées auprès de l'établissement public FranceAgriMer et dénommées organismes collecteurs. Précisément la qualité de collecteur peut être conférée en France :
 - soit à des entreprises qui justifient qu'elles traitent des céréales pour les besoins de leur industrie (meunerie, semoulerie, fabrication d'aliments pour le bétail) ; les parties ont toutefois indiqué que ces ventes directes à des industriels utilisateurs étaient très peu développées dans leur région d'activité¹² ;
 - soit à des entreprises chargées de leur commercialisation au plan national et international, telles que les coopératives, les négociants en grains et les utilisateurs agréés pour la revente ; ces organismes collecteurs constituent des intermédiaires entre la production par les cultivateurs et la revente auprès de grands négociants internationaux, tels que Cargill ou Toepfer, des industriels qui utilisent ces matières premières ou sur les marchés à terme.
18. Le test de marché réalisé dans le cadre de l'instruction de la présente affaire a confirmé que les organismes collecteurs chargés de la revente de céréales constituent un maillon clef entre la production et la commercialisation. Ceux-ci ont effectivement pour mission de conditionner le produit collecté auprès du cultivateur, de nettoyer les grains, de procéder à un contrôle qualité de la marchandise, de confectionner des lots homogènes de produits (par exemple en termes d'humidité, de taux de protéine) et de constituer des volumes suffisants de nature à satisfaire la demande des clients. Dans ces conditions, il serait extrêmement difficile pour les

⁹ Voir la décision du Conseil de la concurrence n° 07-D-16 relative à des pratiques sur les marchés de la collecte et de la commercialisation de céréales et les décisions n° 09-DCC-38 du 4 septembre 2009, n°09-DCC-90 du 29 décembre 2009 et n°10-DCC-107 du 9 septembre 2010.

¹⁰ Plus des trois quarts des récoltes produites par les cultivateurs sont destinées à la vente, le reste étant destiné à une autoconsommation au sein de l'exploitation, notamment comme aliments pour le bétail. Ainsi, selon une note de conjoncture de FranceAgriMer de novembre 2011, le taux de commercialisation du blé tendre en France atteindrait 90 %.

¹¹ Voir les articles L666-1 et suivants du code rural.

¹² Selon Champagne Céréales, la vente directe à des industriels utilisateurs représenterait moins de 3 % de l'ensemble de la collecte globale de céréales.

cultivateurs de pouvoir accéder directement aux marchés nationaux et internationaux de commercialisation des céréales, oléagineux et protéagineux, sans faire appel à un organisme collecteur.

19. En conséquence, conformément à la pratique décisionnelle établie, deux marchés de produits distincts seront retenus : d'une part, le marché amont de la collecte des céréales, oléagineux et protéagineux auprès des cultivateurs par les organismes collecteurs et, d'autre part, le marché de la commercialisation de ces produits par ces derniers.

1. LA COLLECTE DE CÉRÉALES, PROTÉAGINEUX ET OLÉAGINEUX

a) Les marchés de produits

20. En ce qui concerne la collecte de récoltes, une segmentation par type de céréales (blé tendre, blé dur, orge d'hiver, orge de printemps, etc.), d'oléagineux (tournesol, colza, etc.) et de protéagineux (pois, féverole, etc.) a été envisagée sur le modèle de ce qui a été fait par les autorités de concurrence sur les marchés de la commercialisation de céréales, oléagineux et protéagineux, la question de cette segmentation ayant toutefois été laissée ouverte¹³.
21. Par la suite, l'Autorité de la concurrence a eu l'occasion de préciser que la segmentation par type de céréales n'apparaissait pas pertinente, dans la mesure où les organismes collecteurs peuvent stocker n'importe quel type de céréales en fonction des agriculteurs qui s'adressent à eux¹⁴. En effet, les silos utilisés pour le stockage se composent de plusieurs cellules indépendantes dans lesquelles sont entreposés les grains. Chaque cellule n'accueille qu'une seule espèce de céréales à la fois. Cependant les espèces ainsi stockées peuvent varier au cours de l'année (blé dur, blé tendre, orge, etc.).
22. Les parties notifiantes considèrent que l'analyse opérée par l'Autorité s'agissant de la collecte de céréales est transposable aux oléagineux et protéagineux et qu'il existe, par conséquent, un marché unique de la collecte englobant les céréales, les oléagineux et les protéagineux.
23. Dans le cadre du présent test de marché, les organismes collecteurs ont unanimement répondu que les silos de collecte peuvent indifféremment stocker tous types de grains (céréales, protéagineux et oléagineux), certains produits nécessitant seulement des infrastructures spécifiques, tels que des séchoirs pour le maïs ou des outils de triage pour les pois. Il a également été unanimement souligné que la grande majorité des entreprises collectrices disposent de l'ensemble des infrastructures adaptées à chaque type de grain ce qui leur permet de stocker aussi bien des céréales, des oléagineux que des protéagineux.
24. Dès lors, l'analyse concurrentielle sera menée sur un marché unique de la collecte englobant à la fois les oléagineux, les protéagineux et les céréales.

b) Les marchés géographiques

25. Les autorités de concurrence nationales¹⁵ ont considéré jusqu'à présent, sans toutefois trancher la question, que les marchés de la collecte de céréales sont de dimension locale, l'analyse ayant été menée à l'échelle départementale ou sur des zones de 45 kilomètres autour

¹³ Voir notamment la lettre du ministre n°C2008-29 du 4 juin 2008

¹⁴ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-38 du 4 septembre 2009

¹⁵ Voir la décision du Conseil de la concurrence n° 07-D-16 précitée et les décisions n° 09-DCC-38, n°09-DCC-90 et n°10-DCC-107 précitées.

des installations de stockage. Il avait en particulier été relevé que « *la collecte de céréales nécessite la proximité du lieu de production par rapport au silo du collecteur, de sorte que la concurrence entre organismes collecteurs ne s'exerce que dans une zone relativement restreinte selon l'implantation de leurs installations* »¹⁶.

26. A l'inverse, les parties notifiantes considèrent que le marché géographique pertinent est de dimension supra-départementale. A l'appui de leur argumentation, elles soulignent que la grande majorité des récoltes peut être stockée directement chez l'agriculteur et revendue ensuite à des négociants qui prennent possession de la marchandise au sein même de l'exploitation agricole, sans devoir disposer pour autant de silos de stockage à proximité.
27. Le test de marché réalisé au cas d'espèce auprès des agriculteurs de la région Champagne-Ardenne et des collecteurs concurrents a permis de recueillir des données permettant de confirmer la dimension géographique des marchés en cause.
28. Au moment de la moisson, les cultivateurs ont deux possibilités de destination pour leurs récoltes :
 - soit livrer, le jour même de la moisson, leurs produits auprès des silos de collecte d'une coopérative ou d'un négociant en vue d'une vente immédiate ou différée de la marchandise à ce collecteur ; ils peuvent également décider de procéder à un simple stockage de la marchandise auprès de ce collecteur en vue d'une revente ultérieure auprès d'un acheteur tiers, le collecteur facturant alors le coût de stockage à l'agriculteur¹⁷ ; environ les 2/3 des récoltes en région Champagne-Ardenne sont ainsi livrées directement, au moment de la moisson, auprès des silos d'un organisme collecteur ;
 - soit stocker la récolte sur le site même de leur exploitation agricole en vue d'une vente différée, au cours des mois suivants, auprès d'une entreprise collectrice (pratique dite du « *stockage à la ferme* ») ; environ un tiers des récoltes en région Champagne-Ardenne est ainsi stocké chaque année, étant précisé que cette part peut être plus ou moins développée selon les zones concernées¹⁸.

La livraison immédiate de récoltes auprès des silos de collecte d'une entreprise collectrice

29. En ce qui concerne la première possibilité, qui implique une livraison immédiate, au moment de la moisson, des récoltes auprès des silos d'un collecteur, le test de marché a démontré que la très grande majorité des cultivateurs (plus de 75 % dans la région Champagne-Ardenne) effectuent eux-mêmes le transport des marchandises entre leurs parcelles et les silos, grâce à leurs engins agricoles. Dans ce cas, l'agriculteur peut difficilement parcourir, en pleine moisson, une distance supérieure à 10/15 kilomètres.
30. Pour le reste des livraisons, le transport est assuré par le collecteur, grâce à des camions ou caissons qu'il met à disposition de l'agriculteur en bordure de parcelles. Si ces derniers sont en mesure de parcourir une distance plus importante que les engins agricoles, il apparaît néanmoins que, compte tenu des coûts de transport, du caractère pondéreux des récoltes et de la productivité des moissonneuses batteuses nécessitant une rotation importante de camions ou caissons en période de pleine moisson, la distance parcourue peut difficilement dépasser en moyenne 25/30 kilomètres.

¹⁶ Voir le paragraphe n°12 de la décision du Conseil de la concurrence n°07-D-16 précitée.

¹⁷ Cette pratique de stockage auprès d'un premier collecteur en vue d'une vente ultérieure auprès d'un second collecteur tiers est, selon les précisions des parties notifiantes, une pratique très marginale dans la région Champagne-Ardenne,

¹⁸ La pratique du stockage à la ferme est ainsi davantage développée dans les zones d'élevage, les bâtiments servant à loger le bétail durant la saison d'hiver pouvant être utilisés, durant la belle saison, pour stocker des céréales

31. Dans ces conditions, pour au moins les 2/3 des récoltes d'une campagne donnée, la détention d'un réseau de silos de collecte à proximité des exploitations agricoles est essentielle pour une entreprise collectrice afin de lui permettre d'assurer une concurrence efficace. A ce sujet, la totalité des agriculteurs ayant répondu au présent test de marché ont indiqué que la distance séparant leur exploitation des silos auprès desquels leurs récoltes sont livrées est inférieure à 15 kilomètres. De même, la très forte densité d'implantation de silos de Champagne Céréales et Nouricia dans leur zone d'activité de collecte principale illustre très clairement la dimension locale du marché. Ainsi Champagne Céréale détient 93 silos de collecte sur le seul département de la Marne, avec des implantations tous les 5/10 kilomètres au maximum.

La pratique du stockage de récoltes à la ferme

32. En ce qui concerne la pratique du stockage à la ferme, qui représente jusqu'à un tiers des volumes des récoltes produites sur la région, les cultivateurs peuvent y avoir recours pour différentes raisons. Premièrement, les agriculteurs stockent du grain en vue de pourvoir aux besoins de leur exploitation, notamment pour la fabrication d'aliments pour le bétail. Deuxièmement, elle s'explique par des raisons organisationnelles, en ce qu'elle permet un gain de temps au moment de la récolte et améliore la productivité des engins agricoles en période de pleine moisson. Troisièmement, par cette pratique, l'agriculteur s'offre la possibilité de choisir le meilleur moment, en termes de prix, pour vendre sa récolte, en cherchant par exemple à obtenir une rémunération additionnelle grâce à une vente différée au cours de l'hiver suivant, à une période où le prix du grain pourra être plus élevé.
33. Les parties invoquent également l'argument selon lequel cette pratique offrirait aux cultivateurs la possibilité d'élargir le périmètre géographique de mise en concurrence des organismes collecteurs en ce que, dans cette hypothèse, ils ne seraient plus tributaires de la présence de silos à proximité de leurs parcelles et pourraient vendre ainsi leurs récoltes auprès d'acheteurs situés en dehors de la région. Les parties ont cité l'exemple de la société de négoce Nidera qui achèterait du grain sur l'ensemble du territoire. Après avoir négocié l'achat de la marchandise avec l'agriculteur, elle enverrait, au sein même de l'exploitation, un ou plusieurs camions pour récupérer le grain, sans disposer pour autant de silos de collecte dans la région.
34. Au sujet de cette pratique, le test de marché a tout d'abord démontré que le stockage à la ferme ne peut concerner toutes les récoltes dans la mesure où certains types de grains, tels que le maïs ou le tournesol, nécessitent des infrastructures spécifiques (des séchoirs par exemple) dont disposent rarement les agriculteurs. Ensuite, sur l'ensemble des réponses de ces derniers au test de marché, seulement deux ont indiqué que le stockage à la ferme leur permettait de mettre en concurrence plus d'acheteurs potentiels, notamment en démarchant des collecteurs plus éloignés de leur exploitation.
35. De même, lorsqu'ils comparent les prix entre différents organismes collecteurs, la quasi-totalité des agriculteurs ne mettent en concurrence que des acheteurs qui disposent d'implantations situées dans un rayon maximal de 50 kilomètres autour de leur exploitation agricole. Cette situation peut s'expliquer, d'une part, par des questions de logistique et de transport, compte tenu du caractère pondéreux des marchandises, et, d'autre part, par le fait que les agriculteurs privilégient souvent la relation de confiance établie avec leur coopérative ou négociant habituel. D'ailleurs, parmi l'ensemble des critères déterminant le choix d'un collecteur, les agriculteurs ont cité, en premier lieu, l'importance de la proximité géographique de leur entreprise collectrice.
36. Ainsi, si pour certains agriculteurs, le stockage à la ferme offre la possibilité de mettre en concurrence davantage de concurrents, l'élargissement du périmètre géographique de mise en

concurrence demeure limité, l'analyse concurrentielle menée sur des zones de 45 kilomètres autour des silos des collecteurs apparaissant tout à fait conformes à la réalité.

37. En conséquence, au vu de l'ensemble de ces éléments, la collecte de récoltes demeure un marché local. Compte tenu des données disponibles, auprès notamment de FranceAgriMer, une première analyse au niveau départemental permettra de repérer les zones sur lesquelles les activités des parties se chevauchent essentiellement. Une deuxième approche portant sur des zones de 45 kilomètres autour des silos des collecteurs, qui prendra en compte l'implantation des silos concurrents dans ce périmètre, permettra d'approfondir l'analyse concurrentielle.

2. LA COMMERCIALISATION DE CÉRÉALES, D'OLÉAGINEUX ET DE PROTÉAGINEUX

38. La pratique décisionnelle nationale¹⁹, tout en laissant la question ouverte, considère qu'il existe un marché pertinent par type de céréales, oléagineux et protéagineux. Elle distingue par ailleurs le blé dur du blé tendre au motif que les usages de ces deux céréales sont différents : le blé dur est utilisé en semoulerie tandis que le blé tendre sert essentiellement en meunerie et en alimentation animale. En outre, les autorités de concurrence²⁰ ont considéré qu'il pouvait être envisagé de distinguer des segments incluant uniquement les céréales, oléagineux ou protéagineux d'origine biologique.
39. La pratique décisionnelle nationale, tout en laissant la question ouverte, considère que ces marchés sont de dimension nationale, voire européenne.
40. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations à l'occasion de l'examen de la présente opération. Au cas d'espèce, l'analyse sera menée au niveau national.

C. LA NUTRITION ANIMALE

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

41. La pratique décisionnelle²¹ distingue, en matière de nutrition animale, les marchés en amont (produits servant à l'élaboration d'aliments pour animaux) des marchés en aval (aliments résultant de cette élaboration). Elle opère également une distinction entre animaux d'élevage et animaux de compagnie.
42. En amont, les matières premières utilisées pour fabriquer les aliments sont globalement les mêmes (tourteaux, céréales, pré-mélanges) selon les espèces. Il n'est donc pas nécessaire de distinguer des marchés propres à chaque type d'animal. En revanche, les pré-mélanges, mélanges concentrés de vitamines, d'oligo-éléments et d'additifs techniques, sont distingués des matières premières végétales, céréales et tourteaux (résidus obtenus après extraction de l'huile des graines ou des fruits oléagineux) qu'ils sont destinés à compléter pour l'obtention d'aliments complets.
43. En aval, la pratique décisionnelle nationale²² opère une distinction entre les aliments complets et les aliments composés minéraux et nutritionnels, aliments complémentaires composés

¹⁹ Voir par exemple les décisions n°09-DCC-90 et n°10-DCC-107 précitées.

²⁰ Voir les décisions n° 09-DCC-38 et n°09-DCC-90 précitées.

²¹ Voir par exemple la lettre du ministre n°C2008-29 du 4 juin 2008 aux conseils de la société coopérative Agrial et de la société coopérative Union Set, les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-91 du 24 décembre 2009 et n° 10-DCC-34 du 22 avril 2010.

²² Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence citées ci-dessus.

d'oligo-éléments, de macroéléments et de vitamines, destinés à corriger les carences des rations d'aliments complets journalières pour le bétail. En ce qui concerne les aliments complets, la pratique décisionnelle nationale²³ a envisagé une segmentation de ce marché en fonction de chaque espèce animale, la question ayant toutefois été laissée ouverte.

44. Au cas d'espèce, Champagne Céréales fabrique et commercialise, grâce à quatre sites situés dans le nord est de la France, des matières premières, des aliments complets et des aliments composés minéraux et nutritionnels pour toutes espèces animales. Ne disposant pas d'usine de fabrication, Nouricia n'assure qu'une activité de distribution d'aliments auprès des éleveurs, en particulier de l'aliment pour bovins, qu'elle achète auprès de fournisseurs tiers.
45. Compte tenu du fait qu'elles ne sont pas présentes au même stade de la filière de nutrition animale, les parties notifiantes proposent de définir en outre un marché de la distribution d'aliments pour animaux d'élevage par les coopératives ou les négociants auprès des éleveurs, à l'image de ce qui a été retenu pour la distribution de produits d'agrofourniture pour cultures. Elles estiment par ailleurs qu'il n'y a pas lieu de segmenter ce marché ni selon la nature des produits vendus (aliments complets, aliments composés minéraux et nutritionnels, aliments simples), ni selon l'espèce animale à qui ces aliments sont destinés. Le fait que l'ensemble des distributeurs de nutrition animale sur un secteur donné commercialise tous types de produits conduirait à retenir un marché global unique, les segmentations retenues pour les marchés de la fabrication d'alimentation animale étant sans objet pour une activité de commerce de gros.
46. Il convient en effet de relever que nombre de coopératives ne détiennent pas en propre d'usine de fabrication d'aliments pour animaux mais assurent néanmoins une activité de distribution auprès de leurs éleveurs adhérents, caractérisée par la vente de la marchandise associée à un service technique de conseil en matière de nutrition et de santé animale. En ce qui concerne les fabricants d'aliments, ils commercialisent leur production soit (i) en assurant eux-mêmes la distribution directe auprès des exploitations agricoles, grâce à un réseau de techniciens commerciaux, soit (ii) en la vendant à des distributeurs, tels que des coopératives ou des négociants, qui se chargent ensuite de la revendre au détail. Ainsi, les ventes directes assurées par les fabricants exercent une pression concurrentielle sur les ventes assurées par les distributeurs. Ces derniers s'adaptent à la demande des exploitations agricoles et proposent en général la même gamme d'alimentation animale.
47. En conséquence, il y a lieu d'envisager, outre les marchés de la fabrication d'aliments pour animaux d'élevage, l'existence d'un marché aval de la distribution de ces produits mettant en présence les distributeurs d'aliments (coopératives, négociants), y compris les fabricants lorsqu'ils procèdent à de la vente directe, et les éleveurs en qualité d'acheteurs. En tout état de cause, la question de la délimitation précise de ces marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit l'hypothèse retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

48. La pratique décisionnelle²⁴ a envisagé une délimitation au moins nationale pour les marchés amont de la production et de la commercialisation de céréales, tourteaux et pré-mélanges, ainsi que le marché aval de la commercialisation des composés minéraux et nutritionnels, tout

²³ Voir par exemple la lettre du ministre n°C2008-29 précitée.

²⁴ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-91 précitée.

en laissant la question ouverte. Au cas d'espèce, ces marchés seront étudiés à l'échelle nationale.

49. La pratique décisionnelle nationale a considéré que le marché de la production des aliments complets pouvait revêtir une dimension locale, correspondant à une zone de livraison de 100 à 150 kilomètres autour du site de production, en raison du caractère volumineux et pondéreux des aliments concernés.
50. En ce qui concerne les marchés de la distribution en aval d'aliments pour le bétail auprès des éleveurs, les parties notifiantes proposent de retenir une dimension régionale au vu de l'organisation des entreprises distributives dans ce secteur.
51. En tout état de cause, la question de la délimitation précise de ces marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit l'hypothèse retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

D. LA FABRICATION D'ENGRAIS

1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

52. En matière de fertilisants, l'azote (N), le phosphate (P) et le potassium (K) constituent les trois éléments nutritifs primaires ajoutés à la terre pour favoriser la culture des plantes. Les engrais peuvent exister sous une forme simple (engrais à base d'azote pur, de phosphate pur ou de potasse pure) ou sous une forme composée, c'est-à-dire contenant une combinaison de N, P, K (engrais composés). De même, les engrais peuvent être fabriqués et commercialisés sous une forme solide ou sous une forme liquide.
53. La pratique décisionnelle communautaire²⁵ et nationale²⁶ a estimé que les fertilisants minéraux sont distincts des fertilisants organiques et a envisagé de segmenter le marché des fertilisants minéraux en fonction de la substance utilisée (marché de l'azote/ marché du phosphate /marché du potassium). De même il a été envisagé une distinction entre engrais simples et engrais composés, voire une distinction entre engrais sous forme solide et engrais sous forme liquide²⁷.
54. En tout état de cause, en l'absence de toute difficulté concurrentielle, la question de la délimitation précise de ces marchés peut être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit l'hypothèse retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

55. La pratique décisionnelle a estimé, à plusieurs reprises, que les marchés de la production et de la commercialisation d'engrais étaient de dimension au moins européenne, compte tenu notamment des niveaux d'importation de ces produits²⁸.

²⁵ Voir notamment la décision de la Commission européenne n°COMP/M.4730 Yara / Kemira Growhow du 21 septembre 2007.

²⁶ Voir notamment la lettre du ministre C2004-159 du 26 novembre 2004

²⁷ Voir notamment la décision de la Commission européenne n°COMP/M. 2524 HYDRO / SQM / ROTEM / JV du 5 décembre 2001.

²⁸ Voir notamment la décision de la Commission européenne n°COMP/M.4730 précitée.

56. Au cas d'espèce, eu égard aux données disponibles, les parties ont présenté leurs parts de marché sur le seul marché national, leur position étant largement plus faible à un niveau supra-national.
57. En tout état de cause, en l'absence de tout problème concurrentiel, la question de la délimitation précise de ces marchés peut être laissée ouverte.

III. L'analyse concurrentielle

A. LES EFFETS HORIZONTAUX

1. LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS D'AGROFOURNITURE POUR CULTURES

a) La position des acteurs

58. Sur les marchés de la distribution de produits d'agrofourniture pour cultures auprès des cultivateurs, Champagne Céréales et Nouricia se présentent comme les premier et troisième acteurs sur la région Champagne-Ardenne, le groupe de négoce Soufflet Agriculture occupant la deuxième place. Avec un chiffre d'affaires régional respectif de [...] millions d'euros et [...] millions d'euros, Champagne Céréales et Nouricia réalisent respectivement [30-40] % et [10-20] % du marché régional, soit une part de marché cumulée d'un peu moins de [40-50] %.
59. Au niveau départemental, les activités des parties se chevauchent principalement sur quatre départements²⁹, leurs parts de marché étant exposées dans le tableau suivant³⁰ :

Départements	Produits	Champagne Céréales ³¹	Nouricia ³²	Cumul
Marne	semences	[50-60] %	[0-5] %	[60-70] %
	engrais/amendements	[40-50] %	[0-5] %	[50-60] %
	produits phytosanitaires	[50-60] %	[0-5] %	[50-60] %
Haute-Marne	semences	[10-20] %	[30-40] %	[40-50] %
	engrais/amendements	[5-10] %	[30-40] %	[40-50] %
	produits phytosanitaires	[5-10] %	[40-50] %	[40-50] %
Aube	semences	[0-5] %	[30-40] %	[30-40] %
	engrais/amendements	[0-5] %	[30-40] %	[40-50] %
	produits phytosanitaires	[0-5] %	[30-40] %	[30-40] %
Vosges	semences	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
	produits phytosanitaires	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %

60. Il ressort de ce tableau que sur le département des Vosges, la future entité disposera de parts de marché inférieures à 25 % et restera confrontée à la concurrence de plusieurs acteurs

²⁹ Les activités des parties se chevauchent également sur les départements de la Seine-et-Marne et de l'Yonne, mais compte tenu de leur activité très marginale sur ces deux zones, avec un incrément de part de marché quasiment nul, l'analyse n'a pas été détaillée ci-après.

³⁰ Les parts de marché estimées par les parties ont parfois été corrigées au vu des données recueillies dans le cadre du test de marché.

³¹ Les parts de marché de Champagne Céréales prennent en compte l'activité assurée par la filiale Compas du groupe coopératif.

³² Les parts de marché de Nouricia prennent en compte l'activité assurée par la filiale Sepac du groupe coopératif.

significatifs, tels que la Coopérative Agricole de Lorraine (parts de marché supérieures à [30-40] %), Avenir Agro (parts de marché entre [10-20] et [10-20] %), Moulin Jacquot (entre [0-5] et [5-10] % de parts de marché), Munier (entre [0-5] et [5-10] %).

61. Sur le département de l'Aube, avec des parts de marché cumulées comprises entre [30-40] % et [40-50] %, la nouvelle entité sera le deuxième acteur sur la zone, derrière le groupe de négoce Soufflet Agriculture (entre [40-50] et [40-50] % selon les segments de produits retenus). Sont également présents sur le département la coopérative Scara (entre [10-20] et [10-20] % de parts de marché), les entreprises de négoce Euphorbe (entre [0-5] et [5-10] %) et Digit'Agri (entre [0-5] et [5-10] %).
62. Sur les départements de la Marne et de la Haute-Marne, la nouvelle entité sera le premier acteur et aura des parts de marché comprises entre [40-50] % et [40-50] % sur la Haute-Marne et entre [50-60] % et [60-70] % sur la Marne.
63. Sur la Haute-Marne, le reste du marché est essentiellement assuré par quatre acteurs : le groupe coopératif EMC2 (entre [30-40] et [30-40] % de parts de marché), le groupe Soufflet Agriculture (entre [10-20] et [10-20] %), la coopérative Dijon-Céréales (entre [5-10] et [10-20] %) et l'entreprise de négoce Moulin-Jacquot (entre [0-5] et [5-10] %). Sur la Marne, le reste du marché sera essentiellement assuré par cinq acteurs : la coopérative Cohésis (entre [10-20] et [20-30] % de parts de marché), le groupe de négoce Soufflet (entre [10-20] et [10-20] %), la Coopérative Agricole de la Champagne (entre [5-10] et [10-20] %), la coopérative Esternay (entre [0-5] et [5-10] %) et la coopérative Cezanne (entre [0-5] et [5-10] %).
64. En ce qui concerne la répartition des points de vente des parties sur les territoires concernés, les zones de chevauchement apparaissent relativement limitées, dans la mesure où les points de vente du groupe Nouricia sont essentiellement localisés dans l'Aube et l'ensemble de la Haute Marne alors que ceux du groupe Champagne Céréales sont essentiellement situés dans la Marne et la partie nord de la Haute Marne. Sur l'Aube, alors que Nouricia détient [...] points de vente et [...] conseillers techniques, dont [...] agronomes, Champagne Céréales ne dispose que d'un seul point de vente en bordure limitrophe de la Marne et un seul technicien. Sur la Marne, Nouricia et ses filiales ne détiennent qu'un seul point de vente en bordure du département de l'Aube et un technicien. Ces chevauchements limités justifient ainsi un incrément de part de marché faible sur ces deux départements.
65. En revanche, sur la moitié nord de la Haute-Marne, les activités des parties se chevauchent de façon significative. Plus précisément, Champagne Céréales et Nouricia comptent respectivement [...] et [...] points de vente sur la moitié nord du département de la Haute-Marne. Si le groupe coopératif EMC2, actif sur l'ensemble du département, détient [...] points de vente dans la moitié nord du département, les autres acteurs du département ne sont que marginalement présents : le groupe Soufflet, actif sur la seule partie sud ouest du département, compte un seul point de vente en bordure de la Cote d'Or ; la coopérative Dijon-Céréales détient un seul point de vente situé à l'extrême sud du département ; l'entreprise Moulin-Jacquot ne dispose d'aucun point de vente sur la Haute-Marne.
66. Ainsi, sur la moitié nord du département, seul EMC2 est en mesure de représenter, après réalisation de la présente opération, un choix alternatif pour les agriculteurs en matière de distribution de produits d'agrofourniture pour cultures.

b) Le risque d'une pression concurrentielle moins forte d'EMC2 eu égard à l'existence de Seveal Union

67. Au cours de l'année 2006, les coopératives Champagne Céréales, Nouricia, Cohésis et EMC2 ont créé deux structures communes : une société anonyme dénommée Seveal SA et une union de coopératives dénommée Seveal Union³³. Fonctionnant sur le principe d'une centrale d'achats, ces deux entreprises ont pour objet d'organiser en commun l'approvisionnement en amont des coopératives membres en produits d'agrofourniture auprès des fournisseurs de semences, d'engrais et de produits phytosanitaires. Seveal SA est chargée d'acheter en commun les marchandises qu'elle vend à Seveal Union qui les revend elle-même aux coopératives associées en vue d'une vente au détail auprès de leurs agriculteurs adhérents.
68. Au-delà d'une seule fonction d'achat centralisé, l'union de coopératives Seveal Union a également cherché, depuis sa création, à harmoniser l'activité de vente au détail des produits d'agrofourniture, sans toutefois aboutir à une concentration de cette activité, qui reste de la compétence des coopératives membres. Ainsi, Seveal Union émet, au cours de chaque campagne, des recommandations en termes de prix au détail des différentes gammes de produits, en distribuant des tableaux indicatifs de prix aux coopératives membres. De même, Seveal Union a tenté de restructurer le réseau de points de vente des coopératives dans les territoires sur lesquels il y avait des chevauchements d'activité. Précisément, le procès verbal du conseil d'administration du [Confidentiel] fait état d'une recherche de synergie, sur la Haute-Marne, entre la société Sepac, filiale de Nouricia, et EMC2, avec des projets de fermeture de magasins. Seveal Union a en outre développé une politique commune en matière de référencement des produits d'agrofourniture et en matière d'enseigne (développement d'une enseigne commune sous le nom de « Seveal »). Le directeur général de la structure a toutefois précisé qu'un certain nombre de projets, notamment relatifs au redéploiement des magasins sur les territoires concernés, n'avait pas été concrétisé et que les coopératives membres demeuraient libres de suivre ou non ces recommandations.
69. En tout état de cause, la pression concurrentielle qu'EMC2 pourrait être amenée à exercer vis-à-vis de la nouvelle entité pourrait être amoindrie du fait de l'existence de Seveal Union. Dans la mesure où la présente opération a essentiellement un impact dans la moitié nord de la Haute-Marne et que sur cette zone la concurrence est principalement assurée par EMC2, il y a un risque sérieux d'atteinte à la concurrence au préjudice des agriculteurs, ceux-ci pouvant souffrir à l'avenir d'une insuffisante intensité concurrentielle entre la nouvelle entité et EMC2.
70. Toutefois, pour lever les doutes sérieux d'atteinte à la concurrence sur les marchés de la distribution de produits d'agrofourniture pour cultures, les parties à l'opération ont proposé des engagements qui seront détaillés aux paragraphes 131 et suivants.

2. LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS D'AGROFOURNITURE POUR LE VIGNOBLE

71. En matière de distribution de produits d'agrofourniture destinés au vignoble, les activités des parties se chevauchent sur la seule aire de production de l'appellation d'origine contrôlée (AOC) Champagne qui couvre quelque 34 000 hectares dans cinq départements : la Marne (67%), l'Aube (23%), l'Aisne (9%), la Haute-Marne (moins de 1 %) et la Seine-et-Marne (moins de 1 %).

³³ Cette opération, notifiée auprès du ministre en 2006, a fait l'objet d'une décision tacite en août 2006.

72. Compte tenu de la faible étendue de cette aire de production, inférieure à la taille d'un département, l'analyse concurrentielle sera menée sur une zone unique correspondant à la zone AOC.
73. Les parties ont estimé leurs parts de marché comme indiqué dans le tableau ci-dessous :

Catégories de produits	Champagne Céréales	Nouricia	Cumul
produits phytosanitaires	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
engrais	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
matériel de palissage	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
matériel d'œnologie	[10-20] %	[10-20] %	[20-30] %
matériel de conditionnement	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %

74. La future entité restera confrontée à la concurrence de la Coopérative du Syndicat Général des Vignerons (CSGV) qui réalise entre [30-40] et [40-50] % de parts de marché, Cohésis Vigne (avec une part de marché comprise entre [10-20] et [20-30] %), Soufflet Vigne (entre [5-10] et [10-20] % de parts de marché) et le négociant Sthal (entre [0-5] et [5-10] %).
75. Dans la mesure où la position de la future entité sera concurrencée par trois acteurs significatifs, dont le premier qui présente des parts de marché aussi fortes que celle-ci, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la distribution de produits d'agrofourniture pour le vignoble.

3. LES MARCHÉS DE LA COLLECTE DE CÉRÉALES, PROTÉAGINEUX ET OLÉAGINEUX

a) La position des acteurs

76. Classé parmi les tous premiers collecteurs de grains en France en termes de volumes, le groupe coopératif Champagne Céréales a collecté, au cours de la campagne 2010/2011, un volume total de l'ordre de [...] millions de tonnes de récoltes, grâce à [...] silos de collecte répartis sur [...] départements. Sur la région Champagne-Ardenne, correspondant à sa zone d'activité principale, le groupe coopératif est le premier collecteur, avec une part de marché de l'ordre de [30-40] %.
77. Pour un total de [...] million de tonnes collectées au cours de la campagne 2010/2011 grâce à [...] silos de collecte, le groupe Nouricia se présente comme le deuxième collecteur dans la région Champagne-Ardenne, avec une part de marché de l'ordre de 20 %.
78. Ainsi, avec un volume total collecté d'environ [...] millions de tonnes, la future entité réalisera un peu moins de [50-60] % du marché régional en Champagne-Ardenne, collectant environ trois fois plus de volumes que son premier concurrent, le groupe Soufflet Agriculture.
79. Au niveau départemental, les parts de marché des parties, calculées sur la base des volumes collectés durant la campagne 2010/2011, sont les suivantes :

Département	Champagne Céréales	Nouricia	Cumul
Aube (10)	[0-5] %	[40-50] %	[40-50] %
Marne (51)	[60-70] %	[0-5] %	[60-70] %

Haute-Marne (52)	[5-10] %	[50-60] %	[60-70] %
Ardennes (08)	[60-70] %	0 %	[60-70] %

80. Il ressort de ce tableau que sur le département des Ardennes, il n'y a aucun chevauchement d'activité, Nouricia n'y assurant aucune activité de collecte.
81. Sur le département de la Marne, si la nouvelle entité présente une part de marché cumulée de [60-70] %, le chevauchement d'activité est minime, Nouricia ayant [0-5] % de parts de marché.
82. Sur le département de l'Aube, la nouvelle entité qui présente une part de marché cumulée de [40-50] %, sera confrontée à la concurrence du groupe de négoce Soufflet Agriculture (parts de marché entre [40-50] et [50-60] %), le groupe coopératif Scara (entre [10-20] et [10-20] %) et quelques autres acteurs peu significatifs (entre [0-5] et [5-10] %).
83. Sur le département de la Haute-Marne, la nouvelle entité qui présente une part de marché cumulée de [60-70] %, sera confrontée à la concurrence du groupe coopératif EMC2 (entre [20-30] et [30-40] % de parts de marché), le groupe de négoce Soufflet Agriculture (entre [5-10] et [10-20] %), le groupe coopératif Dijon Céréales (entre [0-5] et [5-10] %), la société Giroux (entre [0-5] et [5-10] %).
84. Sur ce département, les activités des parties se chevauchent de façon significative sur la moitié nord de la Haute-Marne. Précisément, sur une zone de 45 kilomètres autour d'Eurville-Bienville (où est situé un point de collecte de Champagne Céréales) et Bayard sur Marne (lieu d'implantation d'un silo de Nouricia), englobant le nord de la Haute-Marne, le sud est de la Marne, le sud ouest de la Meuse et le nord est de l'Aube, Champagne Céréales et Nouricia disposent respectivement de [...] et [...] silos sur un total de 45, soit une part de marché respective de [40-50] % et [10-20] % pour une part de marché cumulée de [60-70] %. L'examen de la répartition de ces silos sur la zone démontre que la très grande majorité des silos concurrents sont situés en périphérie de zone, puisque seulement 4 silos sont situés, à moins de 30 kilomètres d'Eurville-Bienville/Bayard Sur Marne : (i) le silo concurrent le plus proche est situé à 20 kilomètres et dispose d'une petite capacité de stockage (2 000 tonnes) ; (ii) le deuxième point de collecte concurrent est situé à 28 kilomètres ; il s'agit en fait d'une plateforme provisoire, installée chez un agriculteur, d'une capacité de stockage d'environ 2 000 tonnes ; (iii) le troisième point de collecte concurrent est situé à 29 kilomètres et dispose d'une capacité de stockage de moins de 2.000 tonnes ; (iv) enfin, le quatrième point de collecte concurrent est situé également à 29 kilomètres et présente une capacité de stockage plus importante supérieure à 20 000 tonnes.
85. En revanche, la nouvelle entité disposera de [...] silos situés dans un périmètre proche (moins de 30 kilomètres), avec une capacité globale de stockage d'environ [...] tonnes, soit une capacité de stockage environ quatre fois supérieure à celle de la concurrence.
86. Dans ces conditions, tant les agriculteurs qui livrent eux-mêmes leurs récoltes grâce à leurs engins agricoles que ceux qui font appel aux moyens de transport de l'entreprise collectrice ne disposent que d'une faible alternative sur cette zone.
87. En l'absence de concurrents déjà présents sur l'ensemble de la zone affectée, il convient alors d'examiner si le pouvoir de la future entité pourra être efficacement limité par l'entrée de nouveaux acteurs ou le développement des acteurs peu implantés jusqu'à présent, c'est-à-dire s'il existe des barrières à l'entrée de nature à freiner le développement de ceux-ci.

b) Les barrières à l'entrée

Les barrières liées aux caractéristiques structurelles du marché

88. Comme cela avait été relevé dans la décision n° 11-DCC-150 du 10 octobre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la coopérative Elle-et-Vire par le groupe coopératif Agrial, il apparaît que la diminution constante du nombre d'exploitations agricoles en activité, due à la fois à la moindre part qu'occupe le secteur agricole dans l'économie française et à la concentration croissante des exploitations agricoles, rend plus difficile l'entrée d'un nouveau concurrent.
89. Ce contexte est particulièrement vrai dans le département de la Haute-Marne. En effet, l'enquête sur la structure des exploitations agricoles réalisée à l'automne 2007 par la chambre d'agriculture³⁴ dénombre une perte de l'ordre de 8 % du nombre d'exploitations agricoles entre 2000 et 2007, avec une SAU moyenne (Surface Agricole Utile) la plus élevée de France (174 hectares par exploitation agricole professionnelle non viticole). Le nombre des exploitations de plus de 300 hectares a progressé de 69 % depuis 2000, passant de 141 à 238. La superficie totale qu'elles exploitent a augmenté de 77 % et représente 29 % de la SAU. Par ailleurs, le fait que les exploitants de 55 ans ou plus représentent désormais 20 % des exploitants professionnels non viticoles haut-marnais et que seulement 30 % de ces exploitants ont un successeur connu, laisse augurer de futures disparitions supplémentaires d'exploitations.

Les barrières liées aux caractéristiques des cultivateurs

90. Même si le marché de la collecte de récoltes n'est pas, contrairement au marché de la distribution de produits d'agrofourmiture pour cultures, caractérisé par une relation de confiance établie entre l'agriculteur et son conseiller technique en cultures, le test de marché a néanmoins démontré que la fidélité à l'entreprise de collecte est un critère important chez les cultivateurs dans le choix de leur collecteur. Précisément, un peu plus de la moitié des agriculteurs ayant répondu au test de marché ont classé le critère de la fidélité à la coopérative à laquelle ils adhèrent depuis plusieurs années parmi les deux principaux critères déterminants dans le choix de l'entreprise collectrice (parmi d'autres critères comme le prix payé par le collecteur, la proximité géographique des silos de collecte, le coût de transport, la gamme des services offerts).
91. La sensibilité des cultivateurs au profil du collecteur rend ainsi plus difficile l'entrée rapide d'un nouveau concurrent sur un marché local donné.

Les barrières de nature statutaire

92. Le statut coopératif de nombre de collecteurs peut conduire à renforcer les barrières à l'entrée sur les marchés concernés.
93. En effet, le fait que le territoire d'activité d'une coopérative est fixé dans ses statuts et qu'une modification sur ce point nécessite l'agrément préalable du Haut Conseil de la Coopération Agricole, limite fortement la liberté des concurrents à statut coopératif de choisir leur zone de collecte et donc la possibilité pour eux de venir concurrencer la position d'une autre entreprise sur un territoire.
94. A l'inverse, dans la mesure où les agriculteurs collectés par une coopérative sont adhérents de celle-ci pour une durée déterminée (souvent de cinq ans) et sont tenus de vendre l'intégralité

³⁴ Voir l'enquête intitulée « L'agriculture haut-marnaise toujours plus concentrée », Agreste Champagne-Ardenne n° 13 - Septembre 2008, disponible sur le site de la chambre d'agriculture de la Haute-Marne (<http://www.haute-marne.chambagri.fr>)

ou une partie significative de leurs récoltes, les concurrents auront plus de difficulté à capter cette clientèle. Au cas d'espèce, les deux entreprises concernées sont des coopératives. Le projet de statut de la nouvelle entité issue de la fusion prévoit, au titre de l'obligation des associés coopérateurs en matière de collecte et d'approvisionnement, la clause suivante: « *l'adhésion à la coopérative entraîne pour l'associé coopérateur [...] l'engagement de livrer une quantité déterminée, selon les modalités fixées au règlement intérieur, des produits de son exploitation, tels qu'ils sont définis à l'article 3 ci-dessus, c'est-à-dire en céréales, oléagineux, protéagineux, semences et, en général de tous les produits végétaux ; [...] l'engagement de se procurer auprès de celle-ci ou par son intermédiaire une quantité déterminée des produits ou objets nécessaires à son exploitation et qu'elle est en mesure de lui fournir, selon les modalités fixées au règlement intérieur* ». Le projet de règlement intérieur, qui sera adopté lors du premier conseil d'administration de la future coopérative, indique en outre que « *les quantités engagées par l'associé coopérateur [...] sont déterminées annuellement. En début ou en cours de chaque exercice, des contrats d'engagements et/ou des contrats d'achats ou de ventes seront conclus entre l'associé et la coopérative* ». Ainsi, au vu de ces précisions, la future entité devrait octroyer une marge de manœuvre à l'agriculteur adhérent, l'engagement résultant d'une négociation annuelle entre les deux interlocuteurs.

95. En outre, il convient de relever l'existence d'une particularité sur la zone de la Haute-Marne en ce qu'une partie de l'activité de collecte de Nouricia y est assurée par l'intermédiaire de sa filiale Sepac, société par actions simplifiée ne bénéficiant pas du régime coopératif. Les cultivateurs ne sont pas ainsi tenus d'adhérer à la coopérative Nouricia et ne prennent aucun engagement vis-à-vis de celle-ci, Sepac fonctionnant comme une entreprise de négoce ordinaire, y compris sur un plan fiscal.
96. Dès lors, compte tenu de ces éléments, les barrières à l'entrée de nature statutaire apparaissent, au cas d'espèce, moins fortes que pour d'autres coopératives du secteur.

Les barrières liées au développement d'un réseau de points de collecte

97. Afin d'assurer la collecte de céréales, oléagineux et protéagineux sur une zone donnée, un collecteur peut développer deux types de points de collecte : soit une simple plateforme de collecte pendant la période de moisson, servant seulement à recueillir provisoirement les récoltes des cultivateurs situés dans un proche périmètre avant leur transfert vers des silos de stockage adaptés ; soit un silo de stockage performant, de type horizontal ou vertical, avec des infrastructures adaptées au traitement et à la conservation du grain (séchoirs, ventilateurs).
98. En ce qui concerne les simples plateformes de collecte, leur installation nécessite peu d'investissements (quelques centaines de milliers d'euros) et n'est pas soumise à une réglementation particulière. En revanche, en ce qui concerne les silos de stockage, leur coût d'installation peut être beaucoup plus élevé (supérieur au million d'euros), en particulier lorsque sont prévues des infrastructures de séchage ou plusieurs cellules de stockage avec des capacités importantes. En termes de réglementation, les silos peuvent relever des installations classées. Précisément, si le volume total de stockage est supérieur à 15 000 mètres cube, l'installation est soumise à autorisation et, pour les capacités de stockage entre 5000 m³ et 15000 m³, l'installation est soumise à déclaration.
99. Dans ces conditions, le développement d'une simple plateforme de collecte provisoire pour un nouvel entrant sur une zone locale donnée ne constitue pas en tant que tel une barrière à l'entrée si cet opérateur dispose par ailleurs d'un silo de stockage plus performant à une distance raisonnable.
100. Toutefois, plus la zone géographique à couvrir pour un nouvel entrant sera étendue, plus le nombre de plateformes de collecte et de silos de stockage à installer devra être important, ce

qui est de nature à accroître les barrières à l'entrée sur ces marchés. Si, sur une seule zone locale de 45 kilomètres, la concurrence est limitée mais qu'il existe un concurrent potentiel fort et bien établi sur une zone limitrophe, les barrières à l'entrée demeureront faibles pour ce dernier. En revanche, dans le cas d'une faible concurrence portant sur plusieurs zones locales continues sans présence d'un concurrent potentiel puissant relativement proche, les barrières à l'entrée seront beaucoup plus fortes dans la mesure où ce dernier sera tenu, en vue d'assurer une concurrence effective, de développer un ensemble de points de collecte dans un délai raisonnable. Les barrières à l'entrée sont dès lors étroitement liées à l'étendue de la zone géographique concernée et à la puissance du concurrent potentiel. Au cas d'espèce, comme il a été précisé plus haut, l'impact de l'opération se limite à la seule zone d'Eurville-Bienville/Bayard-sur-Marne.

101. De plus Soufflet Agriculture, groupe de négoce significatif au plan national, se présente comme le troisième acteur régional, réalisant une part de marché de l'ordre de [40-50] % dans l'Aube et de [5-10] % dans la Marne et la Haute Marne. Au-delà de cette implantation locale, le groupe se présente comme un acteur national puissant réalisant un chiffre d'affaires total annuel, toutes activités confondues, de l'ordre de 3 milliards d'euros. De même, EMC2, groupe coopératif régional important, avec un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 500 millions d'euros, est un collecteur fortement implanté dans la Meuse, département limitrophe de la zone affectée (parts de marché d'environ 40 %).
102. Compte tenu alors de la forte position de ces deux concurrents sur les zones limitrophes à la zone affectée, de leur puissance financière globale, de l'étendue relativement limitée de la zone affectée, et enfin de la présence de barrières à l'entrée de nature statutaire moins fortes, le pouvoir de marché de la nouvelle entité sera dès lors efficacement limité par la concurrence potentielle assurée par le groupe Soufflet Agriculture et le groupe EMC2 sur l'ensemble de la zone.
103. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la collecte de céréales, protéagineux et oléagineux.

4. LES MARCHÉS DE LA COMMERCIALISATION DE CÉRÉALES, D'OLÉAGINEUX ET DE PROTÉAGINEUX

104. Sur les marchés de la commercialisation de céréales, d'oléagineux et de protéagineux au niveau national, les parties ont estimé leurs parts de marché comme indiqué dans le tableau ci-dessous :

Catégories de produits	Champagne Céréales	Nouricia	Cumul
blé tendre	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
orge	[5-10] %	[5-10] %	[10-20] %
maïs	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
colza	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
tournesol	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
pois	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
féveroles	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %

105. Au niveau européen, les parts de marché des parties sont encore plus modestes.

106. Sur l'ensemble de ces marchés, les concurrents des parties sont très nombreux et sont pour la plupart des grands groupes coopératifs ou des négociants qui commercialisent partout en France et en Europe des volumes de céréales, d'oléagineux et de protéagineux très importants, tels que notamment Axeréal, Glon Sanders, Le Gouessant, Terrena, Soufflet, Unéal, Cecab, Cohésis/Axion, La Cooperl.
107. Au vu de ce qui précède, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les différents marchés de la commercialisation de céréales, oléagineux et protéagineux.

5. LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION AU DÉTAIL D'ALIMENTS POUR ANIMAUX D'ÉLEVAGE AUPRÈS DES EXPLOITATIONS AGRICOLES

108. Sur le marché régional de la distribution au détail d'aliments pour animaux d'élevage auprès des exploitations agricoles, pour toutes espèces animales, Champagnes Céréales et Nouricia ont estimé leurs parts de marché respectives à [20-30] % et [0-5] %, soit une part de marché cumulée de [30-40] %.
109. Sur un marché régional de la distribution au détail d'aliments complets, segmenté par espèces animales, les parties notifiantes ont estimé leurs parts de marché comme indiqué dans le tableau suivant :

Espèce animale	Champagne Céréales	Nouricia	Cumul
Bovins	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
ovins	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
porcs	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
volailles	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %
chevaux	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
lapins	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %

110. Sur l'ensemble du marché régional, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence des acteurs suivants : le fabricant Sanders-Grand-Est qui vend l'essentiel de sa production en direct auprès des éleveurs, grâce à un réseau de commerciaux (entre [10-20] et [20-30] % de parts de marché) ; la coopérative EMC2 (entre [10-20] et [10-20] %) ; la Coopérative Agricole de la Lorraine (entre [10-20] et [10-20] %) ; les coopératives de Juniville et Cohésis (entre [0-5] et [5-10] % chacune) ; le groupe Soufflet (entre [0-5] et [5-10] %) ainsi que d'autres acteurs plus modestes.

6. LES MARCHÉS DE LA FABRICATION D'ENGRAIS

111. Dans le secteur des engrais, Champagne Céréales, grâce à sa filiale Berry au Bac, fabrique et commercialise des engrais sous forme solide, à savoir du phosphate P, du potassium K, des engrais binaires P-K et N-K et des engrais composés des trois éléments N-P-K. Sicam, filiale de Nouricia, a pour unique activité la fabrication et la commercialisation de solutions azotées sous forme liquide.
112. Sur un marché de l'azote, englobant à la fois les engrais simples et composés, de dimension nationale, la part de marché de la future entité demeure inférieure à [0-5] %.

113. Dans l'hypothèse d'une segmentation entre engrais simples/engrais composés ou entre engrais solides/engrais liquides, les activités des parties ne se chevauchent pas.
114. Dès lors, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la production et de la commercialisation des engrais.

B. LES EFFETS VERTICAUX

115. Les effets verticaux d'une opération de concentration sont étudiés lorsque l'opération réunit des acteurs présents à différents niveaux de la chaîne de valeur. Ce peut être l'acquisition par un producteur de moyens de distribution (ou l'inverse) ou encore l'acquisition, par une entreprise déjà active en amont et en aval, de capacités supplémentaires situées sur l'un de ces deux niveaux.
116. Au cas d'espèce, deux effets verticaux sont possibles :
- en fusionnant avec la coopérative Nouricia, présente seulement sur le marché de la distribution en aval d'aliments pour le bétail, Champagne Céréales, présent à la fois sur les marchés de la fabrication et sur le marché de la distribution en aval d'alimentation animale, renforce son intégration verticale ;
 - en fusionnant avec la coopérative Nouricia, présente à la fois sur le marché de la distribution de produits d'agrofourmiture pour cultures, dont des engrais, et sur le marché de la production et de la commercialisation d'engrais, Champagnes Céréales, présent également sur ces deux marchés, renforce son intégration verticale.
117. Une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant potentiellement les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Deux types de verrouillages sont clairement distingués. Dans le premier cas, l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval ou alors le leur fournit à un prix élevé, dans des conditions défavorables ou à un niveau de qualité dégradé (verrouillage du marché des intrants). Dans le second cas, la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter ou de distribuer les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux (verrouillage de l'accès à la clientèle). La pratique décisionnelle des autorités de concurrence écarte en principe ces risques de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.

1. LES MARCHÉS DE LA NUTRITION ANIMALE

118. Sur le marché de la fabrication d'aliments pour le bétail, Champagne Céréales³⁵, qui détient quatre usines de fabrication situées respectivement à Saint-Martin-sur-le-Pré (dans la Marne), à Velaines (dans la Meuse), à Pauvre (dans les Ardennes) et à Dompaigne (dans les Vosges), fabrique seulement des aliments complets, pour toutes espèces animales, et exerce une activité dans le quart nord-est de la France (région de la Champagne-Ardenne, l'Aisne, la Seine-et-Marne, l'Yonne et la Lorraine).

³⁵ Le groupe coopératif Champagne Céréales exerce cette activité de production grâce à Nestal, filiale dont il a indirectement le contrôle exclusif.

119. Précisément, sur le marché de fabrication des aliments complets de dimension régionale (nord est de la France), Champagne Céréales présente une part de marché de [50-60] % pour les aliments complets pour bovins, de [50-60] % pour les ovins, de [20-30] % pour les porcins, de [40-50] % pour les volailles, de [60-70] % pour les chevaux et de [30-40] % pour les lapins, soit une part de marché de l'ordre de [40-50] % toutes espèces animales confondues.
120. Par ailleurs, comme il a été développé aux paragraphes 108 et suivants, la future entité présentera une part de marché de l'ordre de [30-40] % (avec un incrément de [0-5] %) sur le marché régional de la distribution au détail d'aliments pour animaux d'élevage, quels que soient le produit et l'espèce animale considérés.
121. Toutefois, malgré ces fortes parts de marché, en particulier sur le marché régional de la fabrication d'aliments, la présente opération n'octroie pas à la future entité de nouvelles conditions lui permettant de verrouiller les marchés en cause.
122. Tout d'abord, les fabricants d'aliments conserveront la possibilité d'accéder aux marchés aval de la distribution au détail dans la mesure où, d'une part, la concurrence sur ces derniers représente au moins 60 % du marché régional et, d'autre part, les fabricants, tels que le groupe Sanders, disposent d'un réseau de commerciaux leur permettant de procéder à de la vente directe auprès des exploitants agricoles. D'ailleurs, le groupe Sanders, premier et principal concurrent des parties en matière de fabrication d'aliments dans la région nord est de la France, vend en direct la très grande majorité de sa production, ce qui le soustrait à tout risque de verrouillage du marché aval de la distribution par la future entité.
123. Ensuite, la présente opération ne conduit pas à la survenance d'un nouveau contexte concurrentiel sur le marché de la distribution au détail d'aliments pour animaux d'élevage. En effet, Nouricia se fournit déjà, avant la présente opération, à hauteur de plus de 90 % de ses besoins en aliments complets auprès des usines de fabrication de Nestal, filiale de Champagne Céréales, la fusion étant alors sans incidence sur ce point.
124. Dès lors, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur les marchés de la nutrition animale.

2. LES MARCHÉS DES ENGRAIS

125. Comme il a été décrit aux paragraphes 111 et suivants, la nouvelle entité présentera une très faible position sur le marché supra-national de la fabrication et de la commercialisation d'engrais (moins de [0-5] %). En revanche, sur les marchés locaux de la distribution d'engrais auprès des agriculteurs, les parts de marché de la nouvelle entité seront de l'ordre de [50-60] % dans la Marne, [40-50] % dans la Haute-Marne et [40-50] % dans l'Aube.
126. Toutefois, la nouvelle entité ne disposera d'aucun moyen de verrouillage des marchés dans la mesure où ses concurrents locaux en matière de distribution d'engrais au détail conserveront la possibilité de s'approvisionner auprès des fabricants d'engrais concurrents situés en France ou à l'étranger qui représentent 98 % du marché national. A l'inverse, les concurrents des parties sur le marché de la fabrication d'engrais pourront toujours accéder aux marchés de la distribution au détail, via les nombreux distributeurs concurrents actifs, non seulement sur les départements concernés (Marne, Aube, Haute-Marne) mais également sur l'ensemble des autres départements français.

Dès lors l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur les marchés des engrais.

C. LES EFFETS CONGLOMÉRAUX

127. Une 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. Si les concentrations conglomérales peuvent susciter des synergies pro-concurrentielles, certaines peuvent néanmoins produire des effets restrictifs de concurrence lorsqu'elles permettent de lier, techniquement ou commercialement, les ventes ou les achats des éléments constitutifs du regroupement de façon à verrouiller le marché et à en évincer les concurrents.
128. Au cas d'espèce, la nouvelle entité issue de la présente opération sera présente, notamment sur les trois départements de l'Aube, de la Marne et de la Haute-Marne, à la fois sur les marchés de la distribution de produits d'agrofourniture pour cultures et sur les marchés de la collecte de céréales, oléagineux et protéagineux. Si la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur ces marchés par le biais d'effets horizontaux, pour les raisons évoquées ci-dessus, il existe au demeurant une connexité entre ceux-ci, en ce qu'ils mettent en présence les mêmes acteurs : sur le premier, les agriculteurs interviennent en qualité d'acheteurs de semences, engrais, produits phytosanitaires auprès du réseau des deux coopératives ; sur le second ils sont vendeurs de leurs récoltes auprès de ces mêmes coopératives. De même, pour les exploitants agricoles détenant à la fois un élevage et des surfaces de terre, il existe un lien de connexité entre les marchés de la distribution d'aliments pour le bétail, les marchés de la distribution de produits d'agrofourniture pour cultures et les marchés de la collecte de céréales, oléagineux et protéagineux.
129. Précisément, comme il a notamment été relevé à l'occasion d'une décision récente³⁶, la nouvelle entité pourrait lier commercialement ses ventes ou ses achats sur ces différents marchés, en conditionnant, par exemple, l'achat des récoltes produites par les agriculteurs à une obligation préalable d'achat par ceux-ci de leurs intrants en cultures auprès de son réseau de distribution ou encore, en conditionnant l'achat des récoltes produites par les exploitations agricoles détenant par ailleurs un élevage à une obligation préalable de ceux-ci d'acheter leurs aliments pour le bétail ou leurs intrants pour cultures auprès de la nouvelle entité.
130. Toutefois, ce risque de verrouillage sur les trois départements sur lesquels les parties à l'opération présentent des chevauchements significatifs d'activité peut d'emblée être écarté dans la mesure où les principaux concurrents actifs sur les zones concernées sont également présents sur chacun des marchés pouvant faire l'objet de ventes/achats liés. Précisément, le groupe Soufflet Agriculture, actif dans l'Aube, la Marne et la Haute-Marne, le groupe coopératif Cohésis, actif dans la Marne, le groupe coopératif EMC2, actif dans la Haute-Marne, le groupe Dijon Céréales, actif dans la Haute-Marne et le groupe coopératif Scara, actif dans l'Aube, assurent à la fois une activité de distribution d'aliments pour le bétail, une activité de distribution de produits d'agrofourniture pour cultures et une activité de collecte de récoltes. L'ensemble de ces concurrents dispose ainsi, quel que soit la capacité et l'incitation de la future entité à verrouiller les marchés concernés, des moyens de faire échec à une éventuelle stratégie de celle-ci en ce sens.
131. Dès lors, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux peut être écarté.

³⁶ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-150 du 10 octobre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la coopérative Elle-et-Vire par le groupe coopératif Agrial.

IV. Les remèdes proposés

132. Afin de lever les doutes sérieux quant aux effets de l'opération sur la concurrence sur les marchés de la distribution de produits d'agrofourniture pour cultures dans la Haute-Marne, les parties à l'opération ont déposé, le 14 mars 2012, une proposition d'engagements qui a été modifiée en dernier lieu le 21 mars 2012. Le texte intégral de ces engagements, joint en annexe, fait partie intégrante de la présente décision.
133. Dans la mesure où le groupe EMC2 a manifesté, auprès des parties, son intention de quitter la structure commune Seveal Union, les parties se sont engagées à ne pas s'opposer à la sortie d'EMC2 du capital de Seveal Union et à faire leurs meilleurs efforts pour concrétiser cette sortie, dans le respect toutefois des engagements contractuels souscrits par EMC2 à l'égard de Sévéal Union et de ses associés au sein de Sévéal Union.
134. Dans l'attente de la sortie effective d'EMC2 du capital de Sévéal Union, les parties à l'opération s'engagent à ne pas rechercher d'harmonisation ni à échanger d'informations entre les parties à l'opération, d'une part, et EMC2, d'autre part, en matière (i) de prix de vente au détail des produits d'agrofourniture auprès des cultivateurs, et (ii) de réseaux de points de vente et localisation de ceux-ci. Plus précisément, les parties s'engagent (i) à faire le nécessaire auprès de Sévéal Union afin que celle-ci ne diffuse pas à l'avenir à ses clients-associés de liste de prix de base conseillés pour les produits d'agrofourniture et (ii) à ce que les parties à l'opération ne se concertent pas avec EMC2 pour mettre en place un projet de restructuration de leurs points de vente respectifs de produits d'agrofourniture dans la Haute-Marne.
135. [Confidentiel].
136. Enfin, les parties se sont engagées à communiquer régulièrement à l'Autorité de la concurrence un rapport écrit sur l'avancée dans la réalisation des présents engagements.
137. [Confidentiel].
138. Dès lors, l'Autorité considère que les engagements proposés par les parties sont suffisants pour éliminer les risques identifiés d'affaiblissement de la pression concurrentielle exercée par EMC2 sur la future entité dans le département de la Haute-Marne.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 11-193 est autorisée sous réserve des engagements décrits ci-dessus et annexés à la présente décision.

Le président,

Bruno Lasserre