



**Décision n° 13-DCC-157 du 31 octobre 2013
relative à la prise de contrôle exclusif de certains actifs des sociétés
Norway Seafoods SAS et Norway Seafoods Boulogne SAS par la
société Maisadour**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 30 septembre 2013, relatif à l'acquisition de certains actifs des sociétés Norway Seafoods SAS et Norway Seafoods Boulogne SAS par la société Maisadour, formalisée par un contrat de cession d'actifs en date du 1^{er} août 2013 ;

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

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

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Maisadour est une coopérative agricole dont le capital est détenu par environ 8 000 agriculteurs adhérents. Elle est présente, par le biais de plusieurs filiales, dans les secteurs des semences, des céréales, de l'agrofourmiture, des légumes, de la nutrition animale, de l'élevage et de la production animale, de la transformation et commercialisation de produits du terroir ainsi que de la distribution d'articles de jardinage, bricolage et aménagements extérieurs. En septembre 2012, Maisadour a acquis la société Saumonerie Saint Ferréol, exerçant une activité de filetage, de fumage et de conditionnement de saumon. Maisadour a en outre récemment repris les actifs de la société Ledun Pêcheur d'Islande, active dans le secteur du saumon fumé et des crevettes¹.

¹ Cette acquisition a été notifiée auprès de l'Autorité de la concurrence le 7 août 2013. La société Ledun Pêcheur d'Islande ayant été placée en redressement judiciaire, l'acquisition notifiée a bénéficié de la dérogation prévue au deuxième alinéa de l'article L. 430-4 du code de commerce (dérogation à l'effet suspensif du contrôle des concentrations).

2. Norway Seafoods Group AS est la société mère du groupe norvégien du même nom spécialisé dans le poisson blanc. Ce groupe est notamment actif, en France, par le biais de deux filiales, Norway Seafoods, société par actions simplifiée, dont le site de production est situé à Castets (ci-après « Norway Seafoods Castets ») et Norway Seafoods Boulogne SAS, société par actions simplifiée, dont le site de production est situé à Boulogne sur Mer (ci-après « Norway Seafoods Boulogne »). Ces deux dernières sont actives dans les métiers de la filière marine, à savoir la pêche, l'élevage, la commercialisation, l'abattage et la transformation de poissons de différentes espèces (incluant la truite, le saumon et poissons à chair blanche), ainsi que toutes opérations sur poisson frais de pêche et d'aquaculture à façon ou en négoce (filetage, parage, pelage, désarétagage, découpe, conditionnement).
3. L'opération, formalisée par un contrat de cession d'actifs conclu le 1^{er} août 2013, consiste en l'acquisition par Maïsadour, au travers de sa filiale MVVH, des actifs constituant les fonds de commerce de transformation et de vente de produits de la mer des sociétés Norway Seafoods Castets et Norway Seafoods Boulogne (ensemble ci-après « NWS »)².
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de certains actifs de NWS par Maïsadour, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées ont réalisé ensemble un chiffre d'affaires hors taxes consolidé sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Maïsadour : [...] d'euros au cours de l'exercice clos le 30 juin 2012 ; NWS : [...] d'euros au cours de l'exercice clos au 31 décembre 2012). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Maïsadour : [...] d'euros au cours de l'exercice clos le 30 juin 2012 ; NWS : [...] d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2012). Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, elle ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés à l'article L. 430-2-I du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce.

II. Délimitation des marchés pertinents

6. Les actifs cibles concernent les marchés de la fabrication et de la vente de poissons frais, ainsi que des produits traiteurs à base de produits de la mer. Maïsadour est, quant à lui, notamment actif en matière de fabrication et de commercialisation de produits fumés, de produits traiteurs à base de produits de la mer ainsi que de foie gras. Les parties sont donc simultanément actives dans le seul secteur des produits traiteurs à base de produits de la mer. Les secteurs du saumon frais, du saumon fumé, des poissons à chair blanche, de la truite et du foie gras, sur lesquels Maïsadour et NWS sont respectivement actives, seront pris en compte au titre de l'analyse des effets verticaux et congloméraux³.

² La partie notifiante indique que, parallèlement à l'opération analysée dans la présente décision, les activités d'élevage (piscicultures) de Norway Seafoods Castets et Norway Seafoods Boulogne seront cédées à la société Groupe Aqualande SAS.

³ Il convient de préciser que dans le cadre de l'analyse concurrentielle de la présente opération, les activités et parts de marché de Maïsadour tiennent compte de l'acquisition de la société Ledun Pêcheur d'Islande.

A. LES MARCHÉS DES PRODUITS TRAITEUR

7. Dans le secteur des produits traiteur, la pratique décisionnelle tant européenne que nationale⁴ a segmenté les marchés en fonction de la technologie de fabrication employée (produits appertisés, surgelés et frais). Une distinction a également été faite entre les canaux de distribution (grandes et moyennes surfaces (ci-après « GMS »), restauration hors foyer (ci-après « RHF ») et industries agro-alimentaires). Une distinction additionnelle a ensuite été opérée en fonction des catégories de produits (entrées, plats, tartes salées, pâtes ménagères, pâtes et sauces, salades, panés, snacks et autres). Enfin, la question a aussi été soulevée de l'éventuelle subdivision de ces marchés en fonction de leur positionnement commercial (marques de fabricants (ci-après « MDF ») ou marques de distributeurs (ci-après « MDD »)), des modes de distribution (libre service ou à la coupe) et de l'origine des recettes proposées (traditionnelles, régionales, étrangères, exotiques, etc.)⁵.
8. La question de la délimitation exacte de ces marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle resteront inchangées.
9. S'agissant de la dimension géographique, les autorités de concurrence ont constaté à diverses reprises la dimension nationale des marchés des produits traiteur. En effet, les préférences, les goûts et les habitudes de consommation diffèrent fortement d'un pays à l'autre et les échanges intra-européens de ces produits restent limités. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de l'examen de la présente opération.
10. Au cas d'espèce, NWS commercialise au titre de cette activité des sushis sous la marque Côte Phare et sous MDD. De son côté, Maisadour commercialise des produits à base de saumon (notamment carpaccios et saumon mariné) sous MDF (marque Delpyrat) et sous MDD, ainsi que, de manière très marginale, des truites fumées.

B. LES AUTRES MARCHÉS CONCERNÉS PAR L'OPÉRATION

11. En l'espèce, Maisadour est seule active sur les marchés du saumon fumé et du foie gras. NWS est seule active sur les marchés du saumon frais et des poissons à chair blanche. NWS commercialise également des truites fraîches.

1. LE MARCHÉ DU SAUMON (HORS SAUMON FUMÉ)

12. La pratique décisionnelle nationale a retenu l'existence d'un marché du saumon distinct de celui des autres poissons, tant du point de vue des acheteurs que de celui des consommateurs, compte tenu de son goût, de son image, des volumes disponibles, de la régularité de l'approvisionnement, de son rendement et de sa part de marché⁶. La pratique décisionnelle a également fait une distinction entre (i) le saumon sauvage et le saumon d'élevage et (ii) le

⁴ Voir par exemple la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-48 du 22 septembre 2009 relative à l'acquisition par la société LDC Traiteur de la société Marie.

⁵ Id.

⁶ Voir l'avis du Conseil de la concurrence n° 06-A-20 du 20 octobre 2006 relatif à l'acquisition de la société Marine Harvest NV par la société Pan Fish ASA.

saumon d'Atlantique et le saumon du Pacifique compte tenu des caractéristiques de ces produits et de la demande.

13. En outre, des segmentations supplémentaires ont été envisagées (i) entre le saumon frais et le saumon surgelé et (ii) en fonction de l'origine du saumon (Norvège, Ecosse, Irlande, Chili, autres). En revanche, la pratique décisionnelle a considéré que le saumon entier et le saumon découpé appartenaient au même marché pertinent⁷
14. La question de la délimitation exacte de ces marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de la présente analyse concurrentielle resteront inchangées.
15. S'agissant de la dimension géographique, la pratique décisionnelle a considéré que le marché de la vente de saumon était de dimension européenne, en l'absence d'obstacle réglementaire restreignant les échanges, ainsi qu'en raison de coûts de transport peu élevés et de prix de ventes similaires d'un Etat membre à l'autre. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de l'examen de la présente opération.
16. Au cas d'espèce, NWS est exclusivement active sur le marché du saumon frais d'élevage d'Atlantique.

2. LE MARCHE DU SAUMON FUME

17. La pratique décisionnelle nationale a retenu l'existence d'un marché du saumon fumé distinct de celui du saumon frais et de celui d'autres poissons fumés, compte tenu de son image, de son positionnement, de ses qualités gustatives et de sa forte saisonnalité⁸.
18. Des segmentations cumulatives ont été retenues par la pratique décisionnelle, entre le saumon sauvage et le saumon d'élevage d'une part, et le saumon d'Atlantique et le saumon du Pacifique d'autre part⁹.
19. De plus, des segmentations supplémentaires ont été envisagées selon (i) l'origine géographique du saumon (notamment Norvège, Ecosse, Irlande) et (ii) le positionnement commercial du produit (existence d'un segment haut de gamme).
20. La question de la délimitation exacte de ces marchés peut toutefois être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de la présente analyse concurrentielle resteront inchangées.
21. S'agissant de la dimension géographique, la pratique décisionnelle nationale a considéré que, par analogie avec les marchés de la commercialisation des produits de détail alimentaires, le marché du saumon fumé revêtait une dimension nationale, notamment en raison de l'existence de différences dans les préférences des consommateurs, dans les prix, de la forte présence de marques nationales et du faible volume des importations. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de l'examen de la présente opération.
22. Au cas d'espèce, Maïsadour est essentiellement active sur le marché du saumon fumé d'élevage d'Atlantique. Maïsadour exerce également, mais de manière très marginale, une activité de fumage de saumon sauvage du Pacifique.

⁷ Id.

⁸ Voir l'avis du Conseil de la concurrence n° 06-A-20 du 20 octobre 2006 relatif à l'acquisition de la société Marine Harvest NV par la société Pan Fish ASA.

⁹ Id.

3. LE MARCHÉ DES POISSONS A CHAIR BLANCHE

23. La pratique décisionnelle nationale a considéré que le marché des poissons à chair blanche pouvait être segmenté entre les poissons à chair blanche frais d'une part et les poissons à chair blanche surgelés d'autre part, notamment en raison des écarts de prix importants entre les produits et la réglementation qui oblige à porter à la connaissance du consommateur le caractère frais ou congelé du produit mis en vente. La pratique décisionnelle a également envisager des segmentations supplémentaires selon (i) la « forme » du poisson (entier ou découpé), (ii) son espèce et (iii) son canal de distribution¹⁰.
24. Au cas d'espèce, la question de la délimitation exacte de ces marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle resteront inchangées.
25. S'agissant de la dimension géographique, la pratique décisionnelle a examiné les effets d'opérations concernant le secteur des poissons à chair blanche, tant au niveau européen qu'au niveau national. La question de la délimitation exacte du marché géographique peut être laissée ouverte au cas d'espèce, dans la mesure où, quelle que soit la définition retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.
26. Au cas d'espèce, NWS est active sur le marché des poissons à chair blanche frais.

4. LE MARCHÉ DE LA TRUITE

27. La partie notificante considère qu'un marché spécifique de la truite doit être distingué du marché des autres poissons à chair blanche et du marché du saumon, en raison notamment de ses caractéristiques gustatives, de ses particularités physiques, de son prix (le prix de la truite est inférieur à celui de saumon) et de son mode de commercialisation (la truite est majoritairement vendue en petites portions de 200 à 300 grammes, alors que le saumon peut être vendu entre 3 et 10 kilos). La partie notificante présente à cet égard les parts de marché de NWS au niveau national.
28. La question de l'existence d'un marché spécifique de la truite peut être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de la présente analyse concurrentielle resteront inchangées. Les activités de la nouvelle entité liées à la transformation et à la commercialisation de la truite seront toutefois analysées au titre des effets verticaux.
29. Au cas d'espèce, NWS vend des truites fraîches (non fumées).

5. LE MARCHÉ DU FOIE GRAS

30. L'Autorité de la concurrence¹¹ a envisagé de segmenter les marchés aval de la commercialisation des produits issus de palmipèdes gras en fonction :
 - des caractéristiques des produits : produits à base de foie gras, d'une part, et produits à base de viande de palmipèdes à foie gras, d'autre part. Pour les produits à base de foie

¹⁰ Voir la lettre du ministre de l'économie C2008-7 du 13 mars 2008 relative à une concentration dans les secteurs du négoce en poissons et de la commercialisation de plats préparés à partir de produits de la mer.

¹¹ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-190 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle conjoint de Financière de Kiel par LBO France Gestion et Lur Berri et n° 09-DCC-31 du 29 juillet 2009 relative à la prise de contrôle conjoint de certains actifs du Groupe Alfesca par les sociétés Lur Berri Holding SAS et Kjarlar Invest BV.

gras, une sous-segmentation plus fine a été envisagée entre (i) les produits à base de foie gras cru et (ii) les produits à base de foie gras cuits ou mi-cuits avec une possible distinction au sein de ce segment entre le foie gras entier et les autres produits à base de foie gras. Pour les produits à base de viande de palmipèdes gras, une sous-segmentation plus fine a été envisagée entre (i) les produits découpés crus comprenant les magrets et filets, (ii) les produits élaborés et (iii) le confit de canard ;

- du circuit de distribution : en distinguant les ventes dans les GMS et dans la RHD ;
- du positionnement commercial des produits : en distinguant les produits vendus sous MDF et sous MDD.

31. La pratique décisionnelle a cependant laissé ouverte la délimitation précise de ces marchés. Cette délimitation peut également être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de la présente analyse demeureront inchangées.
32. S'agissant de la dimension géographique de ces marchés, la pratique décisionnelle a considéré qu'elle revêtait une dimension nationale, dans la mesure où les produits à base de foie gras et la viande de palmipèdes à foie gras constituent des produits traditionnels de terroir essentiellement fabriqués et consommés de manière uniforme en France. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation dans le cadre de l'analyse de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

33. La partie notifiante n'est pas en mesure d'estimer les parts des marchés des parties concernées à l'opération sur le marché des produits traiteur, ni sur les différentes segmentations retenues ou envisagées par la pratique décisionnelle. Toutefois, elle produit des estimations des parts de marché pour les produits que les parties commercialisent en France, à savoir les sushis en rayon traiteur des GMS et les produits traiteur à base de saumon (carpaccio, émincé, tartare, mariné) et de truites fumées. Selon ces estimations, NWS représente moins de [10-20] % des ventes nationales de sushis commercialisés en GMS, et Maisadour moins de [0-5] % des ventes nationales de produits traiteur à base de saumon et de truites fumées. En conséquence, la partie notifiante estime que la part de marché de la nouvelle entité sur le marché global des produits traiteur restera très largement inférieure à [0-5] %, quelle que soit la segmentation retenue.
34. En conséquence, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

35. Les activités des parties présentent plusieurs liens verticaux. En effet, NWS est active sur le marché de la transformation de saumon frais qui entre dans le processus de production de saumon fumé et d'autres produits traiteur à base de saumon. A cet égard, une partie des

saumons frais actuellement produite par NWS est vendue à des industriels fumeurs et est destinée à sa commercialisation sous forme de poissons fumé, notamment sous MDD.

36. De même, NWS est active sur le marché amont de la transformation de poissons à chair blanche (incluant au cas d'espèce le cabillaud, le lieu noir et le haddock) et sur celui de la truite, pouvant entrer dans le processus de production des produits traiteurs à base de produits de la mer ou de truites fumées commercialisés par Maisadour.
37. 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. Ce verrouillage peut viser les marchés aval, lorsque l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval ou les marchés amont lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux. Cependant, la pratique décisionnelle écarte en principe les risques de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.
38. La partie notificante n'a pas été en mesure d'évaluer la part de marché de NWS sur le marché amont du saumon frais au niveau européen. Au niveau français, elle estime la part de marché de NWS à [10-20] % environ, ordre de grandeur également valable sur le seul segment du saumon frais d'élevage d'Atlantique, seul concerné par l'opération¹². Sur le marché aval du saumon fumé, la part de marché de la nouvelle entité est en tout état de cause inférieure à [10-20] %, quelle que soit la segmentation de marché envisagée, et ce même en tenant compte de la reprise par Maisadour des actifs de Ledun Pêcheur d'Islande.
39. Sur le marché français des poissons à chair blanche, la part de marché de NWS est largement inférieure à [0-5] %, même en retenant une segmentation par espèce de poisson. Dans l'hypothèse d'une dimension européenne de ce marché, cette part de marché devrait être minorée. Sur le marché aval des produits traiteur, la partie notificante estime la part de marché de la nouvelle entité à moins de [0-5] %, comme indiqué précédemment.
40. Par ailleurs, la partie notificante estime que NWS représente [20-30] % des ventes de truites fraîches (non fumées) en GMS en France¹³. A l'aval, les activités de Maisadour liées au fumage de truites restent marginales¹⁴.
41. Compte tenu de ces éléments, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

C. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMÉRAUX

42. A l'issue de l'opération, la nouvelle entité détiendra une gamme de produits étendue sur les poissons, le saumon (frais et fumé), les produits traiteur à base de poisson et le foie gras. En particulier, d'éventuelles synergies pourraient être envisagées entre les offres de foie gras,

¹² Il ressort en effet des informations fournies par la partie notificante que le saumon frais d'élevage d'Atlantique représenterait environ les trois quarts du saumon frais consommé en France.

¹³ La partie notificante, qui commercialise également de la truite à des grossistes et à l'industrie agro-alimentaire, n'a pas été en mesure de fournir ses parts de marché sur ces segments, faute de données publiques lui permettant de procéder à de telles estimations. En tout état de cause, elle précise que NWS n'assure la transformation que d'environ [10-20] % des truites produites en France.

¹⁴ L'activité truite représente moins de [0-5] % du chiffre d'affaires de la société Saumonerie St Ferréol, filiale de Maisadour.

marché sur lequel Maïsador dispose de parts de marché importantes, notamment en GMS, et l'offre de produits traiteur à base de poisson des parties.

43. Toutefois, au cas d'espèce, la nouvelle entité représentera une part limitée du marché des produits traiteur, inférieure à [0-5] %, ce qui limite tout risque d'effet de levier. En outre, la nouvelle entité commercialisera ses produits auprès de clients majeurs de la grande distribution alimentaire qui disposent d'un fort pouvoir de négociation. Ce pouvoir de négociation est d'autant plus fort que les produits de foie gras et de produits traiteur des parties sont, pour une large part, commercialisés sous marques de distributeurs, dans le cadre d'appels d'offres organisés par les GMS.
44. Par conséquent, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effet congloméraux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 13-171 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence