



**Décision n° 13-DCC-97 du 22 juillet 2013  
relative à la prise de contrôle conjoint des sociétés Eurial SAS et Filae  
SAS par les groupes coopératifs Agrial et Eurial**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 17 juin 2013, relatif à la prise de contrôle conjoint des groupes coopératifs Agrial et Eurial sur les sociétés Eurial SAS et Filae SAS, formalisée par un protocole d'accord en date du 7 juin 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. Agrial Entreprise SA est une filiale de la société coopérative agricole Agrial qui compte environ 10 000 agriculteurs coopérateurs implantés dans les départements de la Manche, du Calvados, de l'Orne, de l'Ille-et-Vilaine, de la Mayenne, de la Sarthe, de l'Indre-et-Loire, de l'Eure et de la Seine-Maritime. La coopérative Agrial est à la tête d'un groupe coopératif comportant une soixantaine de sociétés (ci-après « Agrial »), intervenant dans de nombreux secteurs agricoles et agro-alimentaires, notamment dans les secteurs du lait, de la viande bovine et porcine, de la volaille, des céréales, des légumes et des boissons. Agrial fournit par ailleurs à ses adhérents des produits et services tels que semences, alimentation animale, agrofourniture etc. Les activités laitières d'Agrial se structurent autour d'un pôle consacré à la collecte de lait en provenance d'environ 2 600 adhérents, depuis l'acquisition de la coopérative Elle-et-Vire en 2011<sup>1</sup>, et d'un pôle consacré à la commercialisation de produits laitiers transformés (yaourts, fromages blanc, crème fraîche, desserts lactés notamment) via sa filiale Filae SAS (ci-après « Filae »), détenant elle-même des participations contrôlantes au capital de la société Delicelait et de la société Senagral, créée conjointement avec le groupe

---

<sup>1</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-150 du 10 octobre 2011.

Senoble<sup>2</sup>. Les produits transformés par Agrial sont commercialisés tant auprès de la grande distribution que des industriels de l'agro-alimentaire.

2. Le groupe coopératif Eurial (ci-après « Eurial ») est né du rapprochement de quatre coopératives laitières. Il collecte du lait de vache et de chèvre auprès de [...] adhérents implantés dans les régions Poitou-Charentes, Pays de la Loire, Centre et Bretagne. Sa filiale, Eurial SAS, est spécialisée dans la distribution de produits fromagers, notamment du fromage de chèvre (vendu sous marque « Soignon »), de fromage surgelés pré-tranchés, de fromages à pâtes molles, filées et pressées non cuites. Eurial SAS a également une activité de fabrication de matière grasse, crème fraîche, beurre, ingrédients secs et produits frais, notamment à destination de l'industrie agro-alimentaire.
3. Les sociétés cibles de la présente opération sont Filae, filiale d'Agrial dont Eurial acquerra 30 % du capital, et Eurial SAS, dont Agrial acquerra 25 % à l'issue de l'opération.
4. Cette prise de participations croisées est organisée au sein d'un seul et unique protocole d'accord conclu par les parties le 7 juin 2013. Les opérations sont interdépendantes et feront donc l'objet d'un examen unique. Deux projets de pactes d'associés, l'un liant les futurs associés d'Eurial SAS, l'autre liant ceux de Filae, sont annexés au protocole d'accord et organisent les relations entre les deux groupes coopératifs quant à la gouvernance de leur filiales communes. Ces documents ne prévoient pas de voix délibérative pour les représentants d'Eurial siégeant au conseil de surveillance de Filae et au conseil d'administration d'Agrial s'agissant des questions relatives à la branche Lait d'Agrial, ni pour les représentants d'Agrial siégeant au conseil d'administration d'Eurial SAS. Toutefois, ces deux pactes prévoient qu'un certain nombre de décisions, qualifiées de « Décisions Importantes », ne pourront être prises et mises en œuvre que si elles ont été préalablement approuvées dans des termes identiques par les organes de décision de l'associé minoritaire.
5. Les « Décisions Importantes » sont (i) toute décision stratégique concernant la politique industrielle et commerciale des deux sociétés cibles, y compris l'abandon ou le développement de nouvelles activités, (ii) l'adoption et la modification de leurs plans d'affaires comprenant un plan d'affaires à moyen et long terme, un plan d'affaires annuel ainsi qu'un plan d'affaires révisé semestriellement. Ces plans d'affaires établissent les budgets d'investissement, la politique et la gestion de la ressource laitière prévisionnelle (prix du lait, volume, stratégie), les prévisions commerciales par réseau de distribution et par famille de produits (volume, chiffre d'affaires, marges), les résultats prévisionnels et leurs moyens de financement, les orientations stratégiques en termes de positionnement des marques, de développement des gammes de produits, des innovations, de la diversification des produits et de l'orientation des moyens marketing. Enfin, (iii) la conclusion/résiliation de tout contrat commercial/industriel significatif, d'une durée supérieure à un an, sont également incluses dans le champ des « Décisions Importantes ». D'autres décisions sont concernées mais relèvent de ce qui est habituellement consenti à un actionnaire minoritaire pour la protection de ses intérêts financiers<sup>3</sup>. Il convient de relever que la nomination des dirigeants ne fait pas partie du champ de ces décisions qui nécessitent d'être adoptées dans les mêmes termes par les organes de décision respectifs de Filae et d'Agrial d'une part et d'Eurial d'autre part.
6. Bien qu'il ne s'agisse pas d'un droit de veto au sens strict, contrairement à ce que soutiennent les parties dans leur notification, ces dispositions confèrent néanmoins un pouvoir de blocage

---

<sup>2</sup> Voir la décision de la Commission européenne du 20 février 2012 COMP/M.6441 Senoble/Agrial/Senagral JV.

<sup>3</sup> Notamment l'agrément de tout nouvel associé, de prise de participation, d'acquisition ou de cessions d'actifs excédant un certain montant etc.

à chaque actionnaire minoritaire. En effet, l'obtention de l'accord de l'associé minoritaire sur ces « Décisions Importantes » n'est enfermé dans aucun délai et les pactes d'associés ne prévoient pas de procédure de conciliation en cas de désaccord, de telle sorte qu'en l'absence d'accord avec l'autre associé minoritaire, Eurial comme Agrial ne pourront mettre en œuvre les décisions déterminant la stratégie commerciale de leurs filiales respectives Filae et Eurial SAS.

7. Il ressort de ce qui précède que les prises de participations minoritaires d'Agrial au capital d'Eurial SAS et d'Eurial au capital de Filae, confèrent à chacune la possibilité d'exercer une influence déterminante sur la stratégie de l'entreprise dont elles acquièrent une partie du capital à l'occasion de la présente opération.
8. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint des sociétés Filae et Eurial SAS par les groupes coopératifs Agrial et Eurial, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du Code de commerce.
9. Les entreprises concernées ont réalisé ensemble un chiffre d'affaires hors taxes consolidé sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros au dernier exercice clos (Agrial : [...] d'euros au 31 décembre 2012 ; Eurial : [...] d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Agrial : [...] d'euros ; Eurial : [...] d'euros). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au point I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

## **II. Délimitation des marchés pertinents**

10. Dans le secteur du lait, la pratique décisionnelle opère de manière constante une distinction entre (i) les marchés amont de la collecte de lait et (ii) les marchés aval de la commercialisation du lait de consommation et d'autres produits dérivés du lait.
11. Le périmètre de l'opération se limite aux filiales respectives d'Agrial et d'Eurial actives sur les marchés aval de la transformation et de la commercialisation de produits laitiers auprès de différents canaux de distribution (B). Toutefois, leurs sociétés mères, les groupes coopératifs Agrial et Eurial, sont respectivement présentes sur les marchés amont de la collecte de lait, marchés qui seront délimités au titre des éventuels effets verticaux de l'opération (A).

### **A. LES MARCHES AMONT DE LA COLLECTE DE LAIT**

#### **1. LES MARCHÉS DE PRODUITS**

12. La pratique décisionnelle communautaire<sup>4</sup> et nationale<sup>5</sup> considère que les marchés de la collecte de lait doivent être distingués selon le type de lait concerné (lait de vache, lait de

---

<sup>4</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne n° COMP/M.4344 - Lactalis/Nestlé/JV(II)

brebis etc.). Il a également été envisagé des segmentations plus fines isolant notamment le lait issu de l'agriculture biologique<sup>6</sup> ou le lait destiné à la fabrication de produits sous appellation d'origine contrôlée<sup>7</sup> ou protégée (« AOC » ou « AOP »).

13. Au titre de la présente opération, chacune des coopératives acquéreuses, Agrial et Eurial, collectent du lait de vache conventionnel et biologique ainsi que du lait de chèvre.
14. Au cas d'espèce, la question de la délimitation précise de ces marchés peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées, quelles que soient les délimitations retenues. L'analyse concurrentielle sera menée en opérant une distinction entre le lait de vache conventionnel et le lait de vache biologique, hypothèse la plus défavorable aux parties.

## 2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

15. Dans les Etats membres concernés par les opérations qu'elle a examinées, la Commission européenne a estimé que les marchés de la collecte de lait avaient une dimension nationale<sup>8</sup>. Elle a néanmoins relevé que « *si le lait cru classique peut théoriquement être transporté sur de longues distances, la distance moyenne entre les exploitations et les unités de transformation est d'approximativement 40 à 50 km* »<sup>9</sup>.
16. Pour la France, les autorités de la concurrence ont aussi retenu un rayon d'environ 50 kilomètres autour des laiteries et analysé les opérations au niveau régional, départemental ou infra-départemental<sup>10</sup>.
17. S'agissant plus précisément de la collecte de lait de chèvre, les parties considèrent que ce marché est plus étendu que celui de la collecte de lait de vache et qu'il est au moins supra-régional. Les parties soulignent que le lait de chèvre collecté par Eurial en Bretagne est ainsi livré dans l'usine Soignon (79) d'Eurial situé en Poitou-Charentes.
18. L'enquête de marché indique que le rayon de collecte d'un site de transformation de lait de chèvre se situe en moyenne entre 120 et 150 kilomètres autour du site et qu'il est fréquent que du lait de chèvre collecté dans une région soit livré et/ou transformé dans une région limitrophe. Elle indique également que les sites de transformation de lait de chèvre transforment aussi fréquemment du lait de vache, les procédés de transformation sont identiques dans la plupart des cas (fromages frais, yaourts, lait UHT, faisselles, pâtes pressées non cuites...) sauf pour les pâtes molles qui représentent près de 80 % des fabrications au lait de chèvre.
19. En l'espèce, les parties ont présenté leurs parts de marché en matière de collecte de lait de vache aux niveaux national, régional et départemental, leurs activités se chevauchant

---

<sup>5</sup> Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n°13-DCC-47 du 17 avril 2013 relative à la prise de contrôle de la coopérative Les Fromageries de Blâmont par la coopérative Sodiaal Union, n° 12-DCC-83 du 13 juin 2012 relative à la fusion entre Nordmilch eG, Humana Milchunion eG et Molkereigenossenschaft Bad Bibra eG, 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 et n° 10-DCC-110 du 1<sup>er</sup> septembre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Entremont par le groupe Sodiaal.

<sup>6</sup> Voir notamment la décision n° 12-DCC-83 précitée et la décision de la Commission européenne n° COMP/M.5046 - Friesland Foods/Campina du 17 décembre 2008.

<sup>7</sup> Voir la lettre du ministre n°C2005-78 du 28 octobre 2005 aux conseils des sociétés Finance et Management, Entremont, Unicopa.

<sup>8</sup> Décisions de la Commission européenne n° COMP/M. 5046 précitée ; n° COMP/M.3130 - Arla Foods / Express Dairies du 10 juin 2003 ; n°COMP/M. 4344 précitée.

<sup>9</sup> Décision de la Commission européenne n°COMP/M. 5046 précitée.

<sup>10</sup> Voir notamment les décisions n° 10-DCC-110, n°11-DCC-150, n° 12-DCC-83 et n°13-DCC-47 précitées

uniquement sur trois départements bretons (Cotes d'Armor, Ille-et-Vilaine, Morbihan). S'agissant de la collecte de lait de chèvre, les parties proposent de retenir une zone comprenant les régions Bretagne, Pays de la Loire et Poitou-Charentes. Toutefois, les positions des parties seront également analysées au niveau régional. En tout état de cause, la question de la délimitation géographique exacte du marché de la collecte de lait de chèvre peut rester ouverte au cas d'espèce, l'analyse demeurant inchangée quelle que soit l'hypothèse retenue.

## **B. LES MARCHÉS AVAL DE LA TRANSFORMATION ET DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS LAITIERS**

### **1. LES MARCHÉS DE PRODUITS**

20. A l'occasion de sa décision COMP/M.5046, Friesland Foods/Campina, la Commission européenne<sup>11</sup> a distingué, au sein du marché de la fabrication et de la commercialisation des produits laitiers, dix principaux segments de marché distincts: (i) les produits laitiers de base (lait, yaourt, crème), (ii) le fromage, (iii) le beurre, (iv) les yaourts à valeur ajoutée et le fromage blanc, (v) les boissons lactées aromatisées, (vi) les desserts lactés frais, (vii) la crème, (viii) les blanchisseurs liquides de café, (ix) les émulsions sèches en bombe et (x) le lactose. Elle a envisagé des sous-segmentations au sein de chacun de ces marchés.
21. Au cas d'espèce, les activités des parties se chevauchent sur les marchés de la crème, des yaourts, des fromages blancs, des desserts lactés frais, des poudres de laits et laits concentrés et des produits alimentaires intermédiaires laitiers. L'une des cibles, Eurial SAS, est seule présente sur les marchés du beurre et des fromages qui seront également délimités au titre des éventuels effets congloméraux de l'opération.

#### **a) Distinction par type de produit**

##### *(i) La crème laitière*

22. Les autorités de concurrence française<sup>12</sup> et européenne<sup>13</sup> ont envisagé de distinguer la crème laitière fraîche de la crème laitière longue conservation (« crème UHT »). S'agissant du segment de la crème laitière fraîche, par analogie avec la collecte de lait, il pourrait être envisagé de distinguer la crème fraîche biologique de la crème fraîche conventionnelle : le test de marché indique la pertinence d'une telle segmentation du point de vue des consommateurs, toutefois, il relève une substituabilité du point de vue de l'offre la plupart des fournisseurs de crème fraîche produisant à la fois des produits conventionnels et des produits biologiques.
23. Les parties étant simultanément actives sur le marché de la collecte de lait de vache biologique, leurs positions sur le segment de la crème fraîche biologique seront examinées. Toutefois, la question de la distinction entre la crème fraîche biologique et conventionnelle peut être laissée ouverte, l'analyse demeurant inchangée quelle que soit l'hypothèse retenue.

---

<sup>11</sup> Voir la décision de la Commission européenne n° COMP/M.5046 précitée.

<sup>12</sup> Voir les lettres du ministre C2007-61 du 28 juin 2007 aux conseils de la société GLAC, C2006-51 du 24 août 2006 aux conseils de la société Sodiaal et C2005-1 du 2 février 2005 au conseil de la société Cedilac.

<sup>13</sup> Voir la décision COMP/M.5046 précitée.

*(ii) Les yaourts et fromages blancs*

24. Dans une décision portant notamment sur le marché français, la pratique décisionnelle communautaire a distingué les yaourts d'une part, des fromages frais et fromages blancs d'autre part<sup>14</sup>. Dans une décision plus récente, elle a envisagé la pertinence d'une segmentation supplémentaire au sein des yaourts entre yaourts nature et yaourts à valeur ajoutée<sup>15</sup>. Elle a ultérieurement envisagé au sein du segment des yaourts dits à valeur ajoutée de distinguer ceux du segment « santé » au bifidus de ceux du segment « gourmandise » ainsi que parmi les fromages blancs lissés et suisses, ceux du segment « santé » et ceux du segment « gourmandise » tout en laissant ces questions ouvertes<sup>16</sup>.
25. Enfin, les parties proposent de distinguer les yaourts au lait de chèvre des yaourts au lait de vache. Une distinction jugée pertinente par l'ensemble des répondants au test de marché mené à l'occasion de l'opération, du fait de l'existence d'allergies et d'intolérances au lait de vache par certains consommateurs, et en raison des fortes différences de goût et de prix avec les yaourts à base de lait de vache.
26. Par analogie avec la crème fraîche et au vu des réponses au test de marché, une segmentation entre produits laitiers biologiques et conventionnels pourrait également être envisagée, les deux coopératives mères étant par ailleurs présentes sur les marchés de la collecte de lait biologique en amont.
27. L'ensemble de ces questions peuvent néanmoins être laissées ouvertes, l'analyse concurrentielle demeurant inchangée quelles que soient les hypothèses retenues.

*(iii) Les desserts lactés frais*

28. La pratique communautaire<sup>17</sup> a considéré que la catégorie des desserts lactés regroupait les principaux produits suivants : liégeois, mousses riz au lait, crèmes desserts, petits pots de crème, crème aux œufs/caramel/brûlées/catalanes, flans et puddings, clafoutis, gâteaux de riz, îles flottantes, profiteroles, tiramisu. A l'occasion de deux décisions concernant le marché français, la Commission a envisagé des marchés plus étroits au sein des desserts lactés frais, notamment par type de dessert, en s'intéressant particulièrement au secteur des crèmes aux œufs/cuites au four. L'enquête de marché n'ayant pu confirmer l'existence d'un marché distinct, elle a donc conclu à l'existence d'un marché des desserts lactés fortement différencié<sup>18</sup>.
29. Au cas d'espèce, la position d'Eurial étant très marginale sur ce marché, l'analyse demeurerait inchangée quelles que soient les hypothèses retenues et l'analyse sera menée sur un marché global des desserts lactés.

*(iv) Les poudres de lait et laits concentrés*

30. Parmi les différents marchés des dérivés du lait, la pratique décisionnelle nationale<sup>19</sup> et européenne<sup>20</sup> ont distingué un marché des poudres de lait. Les poudres de lait sont des

---

<sup>14</sup> Voir la décision COMP/M.4344 précitée.

<sup>15</sup> Voir la décision M.5046 précitée

<sup>16</sup> Voir la décision COMP/M.6441 Senoble/Agrial/Senagraal JV du 20 février 2012.

<sup>17</sup> Voir décision M.4344 précitée.

<sup>18</sup> Voir les décisions de la Commission COMP/M.6441 et COMP/M.4344 précitées.

<sup>19</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence 10-DCC-110 précitée, ainsi que les lettres du ministre de l'Economie C2005-78 du 28 octobre 2005 relative à une concentration dans le secteur des fromages, C2007-61 du 28 juin 2007 relative à une concentration dans le secteur de la production et de la vente de produits laitiers et de jus de fruits et C2007-62 du 28 juin 2007 aux conseils de la société Fromageries Paul Dischamp, relative à une concentration dans le secteur des produits laitiers.

produits industriels obtenus par le séchage du lait. Leur teneur en matière grasse varie de 1,5 % à 26 % de matière grasse. Ce secteur comprend le lait écrémé en poudre et le lait entier en poudre. La Commission a envisagé l'inclusion du lait concentré dans ce marché des poudres de lait au motif qu'il s'agit du même produit et que seul le niveau de déshydratation du lait varie, paramètre aisément modifiable par les industriels, la question a cependant été laissée ouverte<sup>21</sup>.

31. La question de la délimitation précise de ces marchés peut être laissée ouverte au cas d'espèce, en l'absence de problème concurrentiel sur ces marchés quelles que soient les hypothèses retenues.

*(v) Les produits alimentaires intermédiaires laitiers*

32. Au sein des marchés des produits dérivés du lait, la pratique décisionnelle de l'Autorité<sup>22</sup> a envisagé l'existence d'un marché des produits alimentaires intermédiaires élaborés (ci-après « PAIE ») c'est-à-dire des ingrédients laitiers (notamment des matières grasses, caséines et caséinates issus du lait écrémé, protéines sériques issues du lactosérum) destinés à l'industrie agro-alimentaire pour être intégrés dans divers produits laitiers (yaourts, fromages), produits salés (plats cuisinés, sauces), ou produits sucrés (pâtisseries, crèmes glacées). Trois types de produits constituent principalement le marché des PAIE : les poudres « blanches », les produits « bruns » et le « creamcheese ».
33. En l'absence de problème concurrentiel lié à la présente opération, la question de la délimitation précise de ce marché peut être laissée ouverte.

*(vi) Le beurre*

34. Les autorités de concurrence nationale<sup>23</sup> et européenne<sup>24</sup> opèrent une segmentation selon le mode de conditionnement du beurre en distinguant le beurre en vrac destiné à l'industrie agro-alimentaire (ci-après « IAA ») et le beurre en paquets destinés à la GMS.
35. Au cas d'espèce, seule une des sociétés cibles est présente sur le marché du beurre vendu en paquets et l'analyse concurrentielle sera menée sur ce seul marché, concerné au titre des éventuels effets congloméraux de l'opération.

*(vii) Les fromages*

36. La pratique décisionnelle nationale a retenu en première approche une segmentation suivant la nomenclature produit de l'INSEE, qui comporte sept familles : les fromages frais, les fromages fondus, les pâtes persillées, les fromages de chèvre, les pâtes molles, les pâtes pressées cuites et les pâtes pressées non cuites<sup>25</sup>. La pratique décisionnelle communautaire<sup>26</sup> a envisagé une segmentation plus fine pour quelques fromages très spécifiques, comme la mozzarella. La pratique nationale a elle-même distingué un marché du roquefort<sup>27</sup>.

---

<sup>20</sup> Voir la décision de la Commission COMP/M.6119 Arla / Hansa.

<sup>21</sup> Voir la décision M.6119 précitée.

<sup>22</sup> Voir décision 10-DCC-110 précitée.

<sup>23</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-110 précitée.

<sup>24</sup> Voir la décision M.5046 précitée.

<sup>25</sup> Voir par exemple la lettre du ministre n° C 2006-102 du 11 décembre 2006 aux conseils du groupe Lactalis et la décision n° 10-DCC-110 précitée.

<sup>26</sup> Voir la décision de la Commission COMP/M.4135 Lactalis / Galbani.

<sup>27</sup> Voir la décision du Conseil de la Concurrence n° 04-D-13 du 8 avril 2004 relative à des pratiques mises en œuvre par la société des Caves et des Producteurs réunis de Roquefort dans le secteur des fromages à pâte persillée

37. Au cas d'espèce, seule une des sociétés cibles, Eurial SAS, est présente sur les marchés du fromage, et plus précisément sur ceux du fromage de chèvre, des fromages frais à pâte filée (mozzarella), à pâte pressée non cuite, à pâte molle et à pâte persillée. Toutefois l'analyse sera menée sur les seuls marchés du fromage de chèvre, la position d'Eurial sur les autres segments de marché étant marginale ou ne nécessitant pas de mener une analyse spécifique au titre des effets verticaux ou congloméraux de l'opération.

#### **b) Distinction en fonction du canal de distribution**

38. S'agissant des produits alimentaires, la pratique décisionnelle nationale<sup>28</sup> a envisagé une segmentation selon le canal de distribution, en distinguant les produits destinés aux grandes et moyennes surfaces (ci-après « GMS »), les produits destinés à la restauration hors foyer (ci-après « RHF ») et enfin les produits vendus à l'industrie agro-alimentaire (ci-après « IAA »). Cette distinction se justifie notamment par l'existence de besoins différents selon le type d'acheteur (notamment en termes de volumes, de conditionnement, de diversité de gamme etc.)
39. Au cas d'espèce, les parties sont simultanément présentes à titre principal sur le canal de la distribution en GMS et plus marginalement sur celui de l'IAA. Seule Eurial SAS est présente sur le canal de distribution de la RHF.

#### **c) Pour les produits destinés aux GMS, distinction selon le positionnement commercial des produits**

40. Sur les marchés de la commercialisation de leurs produits en GMS, les cibles de l'opération sont présentes sous leurs propres marques (ci-après « MDF »), et fabriquent également des produits destinés à être commercialisés sous marques de distributeur (ci-après « MDD »).
41. Conformément à la pratique décisionnelle relative à d'autres marchés de produits alimentaires<sup>29</sup>, il convient de s'interroger sur la pertinence d'une segmentation du marché de la vente des produits laitiers précités (crème, yaourts etc.) aux GMS selon le positionnement commercial des produits et d'apprécier si le fournisseur détenant une position importante sur l'un de ces segments serait en mesure d'exercer un pouvoir de marché vis-à-vis des distributeurs ou si ce pouvoir de marché serait confronté à la concurrence des fournisseurs présents sur les autres segments.
42. A titre liminaire, il convient d'indiquer que la pratique décisionnelle dans le secteur des produits laitiers<sup>30</sup> a considéré qu'il n'y avait pas lieu de distinguer les MDD des MPP et MHD, dans la mesure où les différences de qualité et de prix restaient limitées tant au stade de la vente au détail que de la vente en gros. L'instruction n'a pas identifié d'éléments de nature à remettre en cause cette position. L'analyse sera donc menée sur un segment unique comprenant aussi bien les produits laitiers vendus sous MDD que sous MPP et sous MHD.
43. Comme cela a été constaté pour de nombreux autres produits, les modalités d'approvisionnement du circuit GMS diffèrent entre les MDD et les MDF. En effet, les MDD font l'objet d'un cahier des charges défini par l'acheteur (la GMS), qui détaille les

---

<sup>28</sup> Lettre du ministre n° C 2005-78 et décision n° 10-DCC-110 précitées.

<sup>29</sup> Voir par exemple les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-92 du 02 juillet 2012 concernant les vins tranquilles, n° 11-DCC-187 du 13 décembre 2011 concernant les spiritueux, ou encore n° 11-DCC-150 du 10 octobre 2011 concernant le cidre, n° 10-DCC-110 du 1er septembre 2010 concernant les fromages.

<sup>30</sup> Voir notamment les décisions 13-DCC-47, 10-DCC-110, C2005-78 et C2007-73 précitées



caractéristiques attendues du produit. Le fournisseur n'intervient donc qu'en application du cahier des charges et n'a, contrairement aux fournisseurs de MDF, aucun rôle dans la définition des stratégies commerciales de ces marques (décisions de lancement de nouveaux produits, politique de communication, etc.). Par ailleurs, à la différence des MDF, l'identité de l'opérateur qui approvisionne les produits laitiers frais vendus sous MDD reste inconnue du consommateur final. De plus, les produits vendus sous MDD font très généralement l'objet d'appels d'offres alors que les produits vendus sous MDF font l'objet d'un contrat de référencement dans le cadre de négociations de gré à gré où la marque et les efforts promotionnels jouent un rôle important.

44. Cependant, le pouvoir de marché détenu par un fournisseur donné dépend également de facteurs autres que l'organisation par les GMS de leur approvisionnement. En premier lieu, si l'analyse de l'opération concerne exclusivement le marché amont de l'approvisionnement des GMS, le pouvoir de marché que peuvent éventuellement exercer sur ce marché les producteurs de MDF et de MDD est contingent du comportement des consommateurs sur les marchés aval mettant en relation les GMS avec les clients, et donc de la substituabilité, du point de vue des consommateurs, entre les différents produits. Les négociations entre les GMS et leurs fournisseurs prennent donc place dans un contexte concurrentiel différent selon le degré de différenciation des produits en termes de goût, de qualité, de prix ou d'emballage et selon la notoriété des marques de fabricants. Un fort taux de pénétration des MDD sur un segment peut confirmer le fait qu'elles exercent une pression concurrentielle significative sur les MDF.
45. En second lieu, du côté de l'offre, le fait que les mêmes fabricants fournissent les GMS à la fois en produits sous MDD et en produits à leur marque peut constituer un indice de l'appartenance des deux types de produits au même marché.
46. Pour certains produits laitiers commercialisés par les parties comme les fromages, les yaourts, les fromages blancs et certains desserts lactés (crèmes desserts notamment), la pratique décisionnelle tant nationale que communautaire<sup>31</sup> a relevé des indices de substituabilité entre les produits vendus sous MDD et ceux vendus sous MDF tout en laissant la question ouverte.
47. Toutefois, s'agissant des fromages, la pratique nationale<sup>32</sup> a relevé que les taux de pénétration des produits vendus sous MDD d'une part, et la notoriété des marques de fabricants d'autre part, variaient fortement d'une famille de fromages à une autre, avec certaines marques considérées comme incontournables. Au cas d'espèce, sur les marchés du chèvre vendu en GMS, les répondants au test de marché indiquent que les MDD réalisent de l'ordre de 40 % des ventes de chèvre, et la marque d'Eurial « Soignon » a été majoritairement citée comme étant une marque incontournable sur ce marché.
48. Dans le secteur des produits laitiers frais concerné par l'opération, les taux de pénétration des produits vendus sous MDD sont également variables selon les produits : entre 50<sup>33</sup> et 60 %<sup>34</sup> pour la crème fraîche, de l'ordre de 40 %<sup>35</sup> pour les desserts lactés et de 26 à 30 % pour les yaourts.

---

<sup>31</sup> Voir la décision M.6441 précitée et la décision COMP/M.4761 Bongrain / Sodial / JV du 18 octobre 2007.

<sup>32</sup> Voir la décision 13-DCC-47

<sup>33</sup> Selon le test de marché mené à l'occasion de la présente opération

<sup>34</sup> Selon les données des parties

<sup>35</sup> Convergence des données des parties et des résultats du test de marché.

49. Les parties considèrent qu'il existe une substituabilité entre les produits vendus sous MDD et ceux vendus sous MDF pour l'ensemble des produits laitiers frais qu'elles commercialisent auprès de la GMS. Outre les taux de pénétration des MDD, les parties estiment qu'il existe une corrélation entre les taux promotionnels des produits sous MDF et le volume de vente des MDD témoignant d'une interaction entre les marchés de produits vendus sous MDF et ceux vendus sous MDD.
50. L'analyse sera menée sur les différents segments envisagés tout en tenant compte des indices de substituabilité exposés ci-avant. En tout état de cause, la question de la segmentation selon le positionnement commercial de chacun des produits laitiers concernés par l'opération peut rester ouverte, dans la mesure où quelle que soit l'hypothèse envisagée, l'analyse concurrentielle demeure inchangée.

**d) Pour certains produits destinés aux GMS, distinction en fonction du mode de distribution**

51. S'agissant notamment des marchés du fromage, la pratique décisionnelle nationale<sup>36</sup> a envisagé, à plusieurs reprises, de segmenter les marchés selon le mode de distribution. En effet, en France, les fromages sont commercialisés par la grande distribution soit en libre-service, soit à la coupe. Cette distinction implique, en amont, des conditionnements différents, les produits vendus en libre-service étant préemballés.
52. L'activité de l'une des cibles est principalement composée de distribution en libre-service et à titre plus marginal de distribution « à la coupe » au sein des GMS. Seul le segment de marché de la distribution en libre service sera analysé au titre des effets congloméraux de l'opération.

**2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES**

53. Dans le domaine alimentaire, les autorités de concurrence considèrent généralement que la concurrence s'exerce au niveau national<sup>37</sup>. Les préférences, les goûts et les habitudes des consommateurs, les différences de prix, les variations de parts de marché des opérateurs dans les différents pays, et la forte présence de marques nationales justifient cette délimitation.
54. Ainsi, les marchés géographiques de la crème laitière<sup>38</sup>, des produits laitiers ultra-frais incluant les yaourts, les fromages blancs/frais ainsi que les desserts lactés<sup>39</sup> ont été reconnus comme étant de dimension nationale par les autorités de concurrence française et communautaire. Sur les marchés des fromages, la Commission européenne a relevé que ces marchés avaient un « *caractère fortement national en raison de l'existence de demandes et d'offres présentant des spécificités nationales très marquées, qui peuvent conduire à définir différents marchés de produits par pays* »<sup>40</sup>. L'Autorité<sup>41</sup> a également confirmé la dimension nationale des marchés des fromages, même si elle n'a pas exclu que la concurrence puisse, pour certains produits spécifiques, s'exercer sur une zone géographique plus large. S'agissant

---

<sup>36</sup> Lettres du ministre n° C 2005-78 et C 2006-102 précitées et décision n° 10-DCC-110 et n°13-DCC-47 précitées.

<sup>37</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-48 dans le secteur des produits Traiteur, n°10-DCC-21 dans le secteur des légumes et champignons, n°10-DCC-60 dans le secteur des crèmes glacées.

<sup>38</sup> Voir la lettre C2007-61 précitée.

<sup>39</sup> Voir M.4344 précitée.

<sup>40</sup> Décision n° COMP/M. 4761 précitée.

<sup>41</sup> Décision de l'Autorité n° 10-DCC-110 précitée

du beurre, la délimitation géographique envisagée par les autorités de concurrence<sup>42</sup> est nationale, voire européenne lorsque le beurre est destiné à certains canaux de distribution comme la l'IAA ou la RHF.

55. En effet, s'agissant des marchés à destination de l'IAA, la pratique décisionnelle retient généralement une délimitation plus large. Une dimension européenne voire mondiale a été retenue par la pratique décisionnelle<sup>43</sup> tant pour les poudres de lait et laits concentrés que pour les ingrédients laitiers.

### **III. Analyse concurrentielle**

56. Les parties notifiantes soulignent qu'elles n'entendent pas concentrer leurs activités amont de collecte de lait à l'occasion de la présente opération et que celle-ci ne porte que sur les activités aval de commercialisation de produits laitiers. Leur rapprochement sur ces marchés en aval sera donc successivement examiné au titre des effets horizontaux (A) et congloméraux (B) de l'opération, compte tenu de la grande complémentarité des activités des parties.
57. Néanmoins, chacune des deux coopératives mères étant présente sur des marchés en amont de l'activité de la société cible dont elle acquière le contrôle conjoint, il convient d'examiner les éventuels effets verticaux résultant de l'opération (C). Enfin, le risque d'apparition de comportements coordonnés sur les marchés amont de la collecte de lait sur lesquels les maisons-mères sont actives sans la cible sera évalué (D).

#### **A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX**

##### **1. SUR LES MARCHÉS À DESTINATION DE LA GMS**

58. Les activités des parties se chevauchent sur les marchés de la crème fraîche, des yaourts, des fromages blancs, des desserts lactés frais vendus en GMS. Toutefois, elles ont des positionnements très complémentaires et quel que soit le marché considéré, celui des ventes sous MDD, sous MDF ou sur un marché global incluant MDD et MDF, l'incrément de part de marché est faible et n'est pas de nature à renforcer significativement la position de l'une ou l'autre des parties après l'opération.

---

<sup>42</sup> Voir la lettre C2006-102 et les décisions 10-DCC-110 et COMP/M.5046 précitées.

<sup>43</sup> Voir les décisions 10-DCC-110 et C2005-78 précitées.

France	Ventes à destination de la GMS (parts de marché en valeur)								
Marché	MDF + MDD			MDF			MDD		
	Agrial	Eurial	A+E	Agrial	Eurial	A+E	Agrial	Eurial	A+E
Crème laitière fraîche	[10-20]	[0-5]	[10-20]	-	[0-5]	[0-5]	[20-30]	[0-5]	[20-30]
Crème laitière fraîche conventionnelle	[10-20]	[0-5]	[10-20]	-	-	-	[20-30]	[0-5]	[20-30]
Crème laitière fraîche biologique	[10-20]	[0-5]	[10-20]	-	[5-10]	[5-10]	[10-20]	[0-5]	[20-30]
Yaourt :									
1. Yaourt nature	[10-20]	[0-5]	[10-20]						
dont yaourt à base de lait de vache <sup>44</sup>	[10-20]	[0-5]	[10-20]	-	[0-5]	[0-5]	[30-40]	[0-5]	[30-40]
dont yaourt à base de lait de vache bio	[5-10]	[0-5]	[10-20]	-	[0-5]	[0-5]	[10-20]	[5-10]	[20-30]
2. Yaourt à valeur ajoutée	[5-10]	[0-5]	[5-10]	-	-	-	[20-30]	[0-5]	[20-30]
dont yaourt du segment "gourmandise"	[5-10]	[0-5]	[10-20]	-	-	-	[20-30]	[0-5]	[20-30]
Fromages blancs	[5-10]	[0-5]	[5-10]	-	[0-5]	[0-5]	[20-30]	[0-5]	[20-30]
Desserts lactés frais	[10-20]	[0-5]	[10-20]	-	[0-5]	[0-5]	[30-40]	-	[30-40]

59. Après l'opération, les parties feront face à la concurrence de groupes disposant de solides positions<sup>45</sup> sur ces différents marchés de produits laitiers frais, tels que :

- Lactalis (avec notamment [20-30] % sur le marché de la crème fraîche, [10-20] % sur le marché des yaourts nature) également présent en partenariat avec Nestlé, ([10-20] % sur le marché des yaourts du segment gourmandise, [5-10] % sur le marché du fromage blanc et [20-30] % sur celui des desserts lactés frais)
- Yoplait, appartenant au groupe agro-alimentaire General Mills ([20-30] % sur le marché de la crème fraîche, [20-30] % sur celui du fromage blanc et [20-30] % des yaourts du segment gourmandise)
- Danone ([20-30] % du marché des yaourts nature, [10-20] % des yaourts du segment gourmandise, [20-30] % du marché du fromage blanc, [10-20] % du marché des desserts lactés frais,)
- Novandie-Nova ([5-10] % du marché des yaourts nature, [10-20] % de celui des yaourts du segment gourmandise et [10-20] % sur le marché des desserts lactés).

60. Tous ces concurrents, à l'exception de Danone s'agissant des yaourts, sont à la fois présents sur les marchés de produits vendus sous MDF et sous MDD. Il convient également de relever la présence d'autres acteurs sur ces différents marchés tels que Maîtres Laitiers du Cotentin, Triballat Noyal ou Alsace Lait.

<sup>44</sup> Conventionnel et biologique inclus

<sup>45</sup> Estimations des parties à partir de données Nielsen

## **2. SUR LES MARCHÉS À DESTINATION DE L'IAA**

61. Les parties sont également simultanément présentes sur certains marchés à destination de l'IAA :
  - sur le marché des poudres de lait et laits concentrés, la part de marché cumulée des parties n'excèdera pas [0-5] % au niveau européen ([0-5] % pour Agrial et [0-5] % pour Eurial).
  - sur le marché des PAIE, les parties ont estimé leur part de marché au niveau national faute de données disponibles sur la taille du marché européen, celle-ci s'élève à [10-20] % pour le marché français ([5-10] % pour Agrial et Eurial) et serait bien inférieur sur un marché européen.
62. Sur l'ensemble de ces marchés, les parties seront confrontées à la concurrence d'acteurs tels que Lactalis, Bongrain, Arla, DMK, Müller, Nestlé ou Frisland Campina notamment.
63. Au regard de ce qui précède, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux.

### **B. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMÉRAUX**

64. Une opération de concentration a des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur plusieurs marchés dont la connexité peut lui permettre d'accroître son pouvoir de marché (hors cas de marchés situés en amont ou en aval l'un de l'autre qui relèvent des effets verticaux). Si les concentrations conglomérales peuvent susciter des synergies pro-concurrentielles et des gains d'efficacité, certaines peuvent néanmoins produire des effets restrictifs de concurrence lorsqu'elles permettent de lier techniquement ou commercialement les ventes de façon à verrouiller le marché en évinçant les concurrents.
65. La présente opération a pour conséquence d'élargir la gamme de produits laitiers offerts par chacune des mères. Ainsi, le groupe coopératif Agrial pénètre des marchés dont il était absent et sur lesquels Eurial détient des positions importantes : les marchés des produits à base de lait de chèvre (yaourts, fromages) et du beurre en paquet vendus sous MDF auprès de la GMS, les marchés de la vente de fromage à la RHF sur lequel Eurial est seule présente.
66. S'agissant d'Eurial, l'opération lui permet de se renforcer sur les marchés de la crème fraîche laitière biologique vendu en GMS et/ou de pénétrer plusieurs marchés de produits laitiers frais vendus sous MDD auprès de la GMS (yaourt nature, fromage blancs, yaourts à valeur ajoutée des segments « santé » et « gourmandise », desserts lactés frais).
67. Au cas d'espèce, l'opération permet aux parties d'élargir leur gamme de produits vendus auprès de la GMS (cf. tableau ci-après), et c'est sur le canal de distribution que l'analyse sera menée.

GMS - France	Parts de marché en valeur								
Marché	MDF + MDD			MDF			MDD		
	Agrial	Eurial	A+E	Agrial	Eurial	A+E	Agrial	Eurial	A+E
<b>Produits à base de lait de chèvre :</b>									
Fromage de chèvre en libre service <sup>46</sup>	-	[30-40] %	[30-40] %	-	[30-40] %	[30-40] %	-	[20-30] %	[20-30] %
Yaourts à base de lait de chèvre	-	[30-40] %	[30-40] %	-	[30-40] %	[30-40] %	-	-	-
<b>Beurre en paquets</b>									
Beurre en paquets	-	[5-10] %	[5-10] %	-	[5-10] %	[5-10] %	-	[5-10] %	[5-10] %
Beurre biologique en paquets	-	[20-30] %	[20-30] %	-	[30-40] %	[30-40] %	-	[10-20] %	[10-20] %
<b>Crème laitière fraîche</b>									
Crème laitière fraîche biologique	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %	-	[5-10] %	[5-10] %	[10-20] %	[0-5] %	[20-30] %
<b>Yaourt</b>									
Yaourt nature (lait de vache conventionnel)	[10-20] %	-	[10-20] %	-	-	-	[30-40] %	-	[30-40] %
yaourt à valeur ajoutée "santé" (bifidus)	[0-5] %	-	[0-5] %	-	-	-	[20-30] %	-	[20-30] %
<b>Fromages blancs</b>	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %	-	[0-5] %	[0-5] %	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
<b>Desserts lactés frais</b>	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %	-	[0-5] %	[0-5] %	[30-40] %	-	[30-40] %

68. Au regard du positionnement respectif des parties, seul des effets de gamme peuvent être envisagés consistant en des ventes liées ou groupées entre les différents produits laitiers frais commercialisés par la nouvelle entité vis-à-vis de la GMS.
69. Toutefois, la mise en œuvre de ventes liées ou groupées apparaît peu probable dans la mesure où la plupart des GMS ont des acheteurs spécialisés par rayon, voire par ligne de produits. De plus, toutes les GMS ayant répondu à l'enquête de marché menée à l'occasion de l'opération, à l'exception d'une seule, ont indiqué ne pas octroyer de remises de gamme tant pour leurs approvisionnements en MDD qu'en produits sous MDF dans le domaine des produits laitiers frais.
70. Les clients de la GMS n'ont pas manifesté d'inquiétude concernant les effets d'un élargissement de la gamme de produits commercialisée par Agrial et Eurial, et sur l'ensemble des produits commercialisés par les parties, ils ont estimé avoir la capacité de diversifier leurs approvisionnements. Seul le marché de l'approvisionnement de chèvre sous MDF (marque « Soignon ») a été cité comme un marché sur lequel les acheteurs ne disposaient pas d'alternatives d'approvisionnement crédibles. Toutefois, Agrial n'est pas présent sur le

<sup>46</sup> Seul le segment de la distribution en libre-service sera considéré, la part de marché d'Eurial sur le segment « à la coupe » étant marginale.

marché des fromages et sur les autres marchés, il est surtout actif sur la MDD. Il apparaît donc peu crédible que la nouvelle entité puisse s'appuyer sur ses positions sur le marché du chèvre sous MDF pour lier ses ventes d'autres produits, notamment en MDD.

71. En effet, s'agissant de leur approvisionnement en MDD, il convient de rappeler que les GMS procèdent par appels d'offres distincts selon les familles ou sous-familles de produits et ce processus est lui-même distinct des négociations menées sur le référencement des MDF.
72. Les parties précisent que l'organisation commerciale de chacune des cibles ne sera pas modifiée à l'issue de l'opération et que chacune conservera des équipes commerciales propres. Elles soulignent également que leurs principaux concurrents détiennent des gammes de produits beaucoup plus larges et structurées comme Danone et Yoplait dans l'ultra-frais (yaourts, fromages blancs, crème fraîche) ou Lactalis sur les marchés des fromages.
73. Au regard de ce qui précède, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

### C. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

74. Chacune des coopératives acquéreuses dans le cadre de la présente opération est présente sur les marchés de la collecte de lait de vache et de chèvre, situés en amont de l'activité des cibles dont elles envisagent de prendre le contrôle conjoint à l'issue de l'opération. Il convient donc d'évaluer pour chacune des sociétés cibles, si la position de son nouvel actionnaire contrôlant sur le marché amont de la collecte est de nature à susciter des effets verticaux. Ces effets peuvent être de deux ordres, soit permettre la restriction de l'accès à la ressource laitière aux concurrents de chacune des cibles sur les marchés de la commercialisation de produits laitiers, soit restreindre les débouchés des coopératives laitières concurrentes de leur nouvelle société mère.

#### 1. EURIAL SAS

##### *Restriction de l'accès à la ressource laitière*

75. La position d'Agrial sur le marché de la collecte de lait de vache est limitée, elle représente [5-10] % des volumes de lait de vache collectés au niveau national, [0-5] % des volumes collectés en Bretagne et [0-5] % de ceux des Pays de la Loire. Une telle position sur les marchés amont n'est pas de nature à permettre une forclusion de l'accès à la ressource laitière pour les concurrents de la société cible, Eurial SAS.
76. Si l'on distingue le lait biologique du lait conventionnel, les ordres de grandeurs sont les mêmes. S'agissant plus particulièrement de sa production de lait de vache biologique, estimé à [0-5] % au niveau national et à [0-5] % des volumes collectés en Bretagne, il convient de préciser que la coopérative Agrial est contractuellement engagée à livrer l'intégralité de sa production de lait biologique à la société [confidentiel], concurrente d'Eurial SAS, et ce, jusqu'en [...].
77. En matière de lait de chèvre, la production d'Agrial est marginale ([0-5] % de la production nationale) et, en vertu d'un accord conclu entre les coopératives Agrial et Eurial il y a [...] ans, Agrial est contractuellement engagée à vendre l'intégralité de sa production de lait de chèvre à Eurial et ce jusqu'en [...], l'accord ayant été récemment reconduit.

78. La prise de contrôle conjoint d'Eurial SAS par Agrial n'aura donc pas pour effet de restreindre l'approvisionnement des concurrents d'Eurial SAS en matière de lait de vache ou de chèvre.

*Restriction des débouchés des coopératives et collecteurs laitiers concurrents*

79. S'agissant des débouchés pour le lait de chèvre collecté par les concurrents d'Agrial, l'opération n'est pas de nature à avoir un effet, Agrial étant, avant l'opération, contractuellement engagée sur le long terme à vendre l'intégralité de sa production de lait de chèvre à Eurial (cf. supra).
80. S'agissant des débouchés pour le lait de vache collecté, Eurial SAS s'approvisionne d'ores et déjà, avant l'opération, intégralement auprès de la coopérative Eurial pour ses besoins en lait conventionnel comme en lait biologique. De plus, la structure de la production de lait de vache d'Agrial n'est pas de nature à répondre aux besoins de la cible. En matière de produits à base de lait de vache, Eurial SAS offre en effet une gamme diversifiée comprenant des produits fabriqués à partir de lait biologique et des produits d'appellation d'origine contrôlée (AOC) à partir du lait issu de zones AOC comme le beurre Charentes-Poitou. Or, Agrial est très marginalement présente en matière de collecte de lait biologique, et elle collecte du lait de vache principalement en Bretagne, plus marginalement dans les Pays de la Loire mais ne collecte pas de lait en région Poitou-Charentes.
81. Par ailleurs, Agrial est liée par divers contrats d'approvisionnement de long terme lui permettant d'écouler des quantités de lait collectées mais non utilisées par ses propres sites de transformation : un contrat de fourniture de lait conventionnel avec la société [confidentiel] arrivant à échéance en [...] et [...], un contrat de fourniture de lait biologique avec [confidentiel] arrivant à échéance en [...] et [...]. Agrial est excédentaire en lait de vache et n'a pas intérêt à remettre en cause ces contrats pour satisfaire ceux d'Eurial SAS.
82. L'opération n'est donc pas de nature à priver les acteurs du marché de la collecte de lait de vache du débouché que représente Eurial SAS.

## **2. FILAE**

*Restriction de l'accès à la ressource laitière*

83. Eurial détient sur le marché de la collecte de lait de vache des positions limitées qui ne lui permettront pas de restreindre l'accès à la ressource laitière pour les concurrents de Filae : elle collecte [0-5] % de la production nationale de lait de vache, [0-5] % à l'échelle de la Bretagne et [10-20] % dans les Pays de la Loire. Elle détient une position plus importante en matière de lait de vache biologique ([10-20] % au niveau national et [20-30] % en Bretagne) dont la moitié des volumes collectés sont transformés par sa propre filiale avant l'opération. L'autre moitié collectée fait l'objet d'un contrat d'approvisionnement de long terme avec [confidentiel] arrivant à expiration en [...].
84. Après l'opération, il est peu probable qu'Eurial remette en cause ce contrat pour satisfaire les besoins de Filae en lait de vache biologique qui, d'une part, sont limités, Filae ne détenant pas une gamme de produits laitiers biologiques très développée, et d'autre part, sont déjà en partie satisfaits par Agrial.
85. La prise de contrôle conjoint de Filae par Eurial n'aura donc pas pour effet de restreindre l'approvisionnement des concurrents de Filae en matière de lait de vache biologique ou conventionnel.



86. S'agissant du lait de chèvre, il n'existe pas à ce jour de lien vertical entre Eurial et la cible, Filae n'étant pas active sur le marché des produits à base de lait de chèvre. Toutefois, si Filae souhaitait développer ce type de produit, la forte position d'Eurial tant au plan national ([20-30] % de la production) qu'au niveau régional ([60-70] % dans les Pays de la Loire, [40-50] % en Bretagne), n'est cependant pas susceptible d'avoir un effet sur l'accès à la matière première des fabricants de produits à base de lait de chèvre concurrents. En effet, la production de lait de chèvre d'Eurial est intégralement autoconsommée par ses sites de transformation et Eurial rachète depuis plus de [...] ans l'intégralité du lait de chèvre collecté par Agrial.
87. Il ressort de ce qui précède que l'opération n'est pas de nature à restreindre les approvisionnements en lait de vache et en lait de chèvre des concurrents de Filae.

#### *Restriction des débouchés des coopératives et collecteurs laitiers concurrents*

88. Filae est uniquement active sur les marchés de la commercialisation de produits à base de lait de vache et, avant l'opération, s'approvisionne principalement auprès d'Agrial. Il est donc possible qu'à l'issue de l'opération, Eurial soit en mesure de satisfaire les besoins de Filae, aujourd'hui pourvus par des collecteurs tiers.
89. Toutefois, les volumes concernés sont marginaux et ne sont pas de nature à avoir un impact sur le marché. De plus, cela impliquerait pour Eurial de dénoncer des contrats d'approvisionnement de long terme portant sur des quantités bien supérieures avec un acteur comme [confidentiel]. Les parties soulignent que sur un marché du lait de vache excédentaire, les acteurs privilégient la sécurisation de leurs débouchés.
90. De plus, en matière de lait, la localisation géographique des bassins de collecte et des sites de transformation est une donnée importante. A cet égard, Eurial n'est pas le mieux placé pour satisfaire aux besoins de Filae et Agrial, sa société mère avant l'opération, ne livre pas l'intégralité de son lait biologique à sa filiale Filae pour des raisons d'optimisation de coûts de transport.
91. L'opération n'est donc pas de nature à priver les coopératives laitières du débouché que représente Filae.

#### **D. ANALYSE DU RISQUE DE COORDINATION DES SOCIÉTÉS MÈRES**

92. Conformément à la pratique décisionnelle de la Commission européenne, reprise par les autorités de concurrence nationales<sup>47</sup>, il existe un risque de coordination entre les sociétés mères lorsque les trois conditions cumulatives suivantes sont réunies : le risque de coordination doit avoir un lien de causalité direct avec la création de l'entreprise commune; la coordination doit être suffisamment vraisemblable; la coordination doit avoir un effet sensible sur la concurrence.
93. Le Conseil de la concurrence<sup>48</sup> a considéré qu'une telle coordination peut être envisagée de façon plus évidente si les maisons-mères et la filiale commune sont présentes sur les mêmes marchés mais qu'elle ne peut être exclue a priori lorsque les maisons-mères sont présentes sur

---

<sup>47</sup> Voir l'avis du Conseil de la concurrence n°07-A-09 du 2 août 2007 relatif à la prise de contrôle conjoint de la société Delaroche par la société L'Est Républicain et la Banque Fédérative et les décisions du ministre de l'économie n° C2007-27 du 28 août 2007 et C2006-45 du 10 août 2006 précitées.

<sup>48</sup> Voir l'avis 07-A-09 précité.

un marché distinct de celui de leur filiale commune, le contact multi-marché entre des entreprises étant également susceptible de faciliter la coordination de leurs comportements.

94. Au cas d'espèce, il existe un lien vertical entre les activités des cibles et de leurs sociétés mères, il convient donc d'examiner l'effet qu'aurait une coordination des sociétés coopératives d'Agrial et d'Eurial sur les marchés amont de la collecte de lait.
95. S'agissant de la collecte de lait de vache au niveau départemental, les activités des parties ne se chevauchent que dans trois départements bretons. Ainsi, Agrial et Eurial collectent moins de [0-5] % du lait de vache dans les Cotes d'Armor, moins de [10-20] % en Ille-et-Vilaine et moins de [10-20] % dans le Morbihan avec à chaque fois un incrément de part de marché inférieure à [0-5] %. De plus il convient de préciser qu'au niveau infra-départemental, les bassins de production des adhérents d'Agrial et d'Eurial ne se chevauchent pas et que les parties n'approvisionnent pas les mêmes laiteries
96. Si l'on distingue le lait de vache conventionnel du lait biologique : Agrial et Eurial collecteront [5-10] % du lait conventionnel breton ([5-10] % pour Agrial et [0-5] % pour Eurial) et [10-20] % dans les Pays de la Loire ([0-5] % par Agrial et [10-20] % par Eurial). En matière de lait de vache biologique, Eurial disposait avant l'opération d'une position importante en Bretagne ([20-30] %) qui ne sera que marginalement renforcée par l'apport des volumes collectés par Agrial en Bretagne, soit [0-5] % de la production régionale. De plus, Agrial est contractuellement engagée à livrer l'intégralité de son lait biologique à [confidentiel] et ce, jusqu'en [...] ou [...] selon les agriculteurs concernés.
97. En matière de lait de chèvre, Eurial détient une forte position : elle collecte [20-30] % de la production nationale et à l'échelle régionale, sa part de marché s'élève à [60-70] % dans les Pays de la Loire et à [40-50] % en Bretagne. Toutefois, les volumes collectés par Agrial sont limités ([0-5] % dans les Pays de la Loire, [5-10] % en Bretagne) et une coordination sur ce marché n'aurait pas d'effet sensible puisque l'intégralité de la production de lait de chèvre d'Eurial est autoconsommée par ses sites de transformation. De plus, depuis [...] ans, Agrial vend l'intégralité de sa production de lait de chèvre à Eurial et ce contrat a récemment été reconduit jusqu'en [...].
98. Enfin, la dissymétrie des parts de marché d'Agrial et d'Eurial tant en matière de lait de chèvre qu'en matière de lait de vache biologique, notamment au niveau local, rendent une éventuelle coordination des comportements moins vraisemblable<sup>49</sup>.
99. En tout état de cause, une éventuelle coordination des comportements ne serait donc pas susceptible d'entraîner des effets sensibles sur la concurrence sur ces marchés de la collecte de lait.
100. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence

---

<sup>49</sup> Voir la décision C2008-94.

**DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 13-060 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

---

© Autorité de la concurrence