

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 14-DCC-124 du 25 août 2014
relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Dujardin par le
groupe Ardo**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 7 juillet 2014, déclaré complet le 8 août 2014, relatif à la prise de contrôle exclusif du groupe Dujardin par le groupe Ardo, formalisé par un accord de principe en date du 28 mars 2014 ;

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

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

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. La société NV Ardo Holding est à la tête du groupe Ardo. Le capital de NV Ardo Holding est détenu par les sociétés Cerfima ([...] %), Ter Heyde ([...] %), Weco ([...] %) et C.V.XH ([...] %). Compte tenu du niveau respectif de leur participation (moins de 30% chacun) et de l'absence de pacte d'actionnaires, aucun des actionnaires de NV Ardo Holding n'en détient le contrôle. Le groupe Ardo est actif, via ses différentes filiales, dans la production et la vente de produits surgelés, principalement des légumes surgelés et des plats préparés surgelés à base de légumes, ainsi que de fruits et d'herbes surgelées. Ses filiales sont présentes dans huit pays et le groupe exporte sa production dans 58 pays, essentiellement en Europe.
2. NV Dujardin Foods Group est la société holding du groupe Dujardin. Elle est actuellement contrôlée par la société Stak DF, qui détient la majorité du capital. Le groupe Dujardin est actif dans la production et la vente de produits surgelés, principalement des légumes, des herbes aromatiques et des plats préparés. Il exploite cinq sites de production situés en France, en Belgique et au Royaume-Uni et exporte sa production dans une soixantaine de pays, essentiellement en Europe.
3. L'opération notifiée, formalisée par un accord de principe en date du 28 mars 2014, consiste dans la création d'une société mère commune qui aura le contrôle exclusif d'Ardo et de Dujardin et dont les actionnaires actuels d'Ardo détiendront entre [confidentiel] du capital. Le

solde du capital sera détenu par les actionnaires de Dujardin. Ces derniers ne disposeront d'aucun droit de veto sur les décisions stratégiques de nature à leur conférer une influence déterminante sur la société.

4. En ce qu'elle entraîne la prise de contrôle exclusif de Dujardin par Ardo, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxe mondial total de plus de 150 millions d'euros (Ardo : 609,1 millions d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2013 ; Dujardin : 213,5 millions d'euros pour l'exercice clos au 30 juin 2013). Chacune de ces entreprises a réalisé en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Ardo : [...] d'euros pour l'exercice clos au 31 décembre 2013 ; Dujardin : [...] d'euros pour l'exercice clos au 30 juin 2013). Compte tenu de ces chiffres, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. 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

6. Les groupes Ardo et Dujardin sont tous deux actifs dans la production et la commercialisation de produits surgelés qu'ils vendent aux grandes et moyennes surfaces, à l'industrie agro-alimentaire et en restauration hors foyer. Il convient de distinguer les marchés amont de l'approvisionnement, sur lesquels ils sont acheteurs, des marchés aval de la distribution sur lesquels ils sont offreurs.

A. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

1. MARCHÉS DE PRODUITS

7. Les parties se fournissent toutes deux en fruits et légumes frais auprès de coopératives agricoles. Les marchés de l'approvisionnement en fruits et légumes frais mettent en présence les producteurs et l'ensemble des acheteurs de ces produits pour leur transformation. Les autorités de concurrence¹ ont pu estimer que fruits et légumes constituaient deux marchés distincts. En l'espèce, ni Ardo ni Dujardin ne s'approvisionnent en fruits en France.
8. Les autorités de concurrence tant européenne² que française³ ont envisagé de distinguer certains produits au sein des légumes frais, notamment les salades et les pommes de terre,

¹ Décisions de la Commission n° COMP/M.4216 - CVC/Bocchi/De Weide Blik du 30 mai 2006 et n° COMP/M.5199 - De Weide Blik/Atlanta du 11 août 2008 ; décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-106 du 6 juillet 2011 relative à la prise de contrôle exclusif des activités « fruits et légumes surgelés » de l'Union Fermière Morbihannaise par PinguinLutosa.

² Décisions de la Commission n° COMP/M.4216 - CVC/Bocchi/De Weide Blik du 30 mai 2006 et n° COMP/M.5199 - De Weide Blik/Atlanta du 11 août 2008.

³ Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-106 du 6 juillet 2011 relative à la prise de contrôle exclusif des activités « fruits et légumes surgelés » de l'Union Fermière Morbihannaise par PinguinLutosa et n° 13-DCC-23 du 28 février 2013 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe coopératif Agrial de plusieurs sociétés du groupe Bakkavör.

mais la question de la délimitation du marché pertinent au niveau de chaque type de légume est demeurée ouverte.

9. De la même manière, la partie notifiante a fourni séparément les positions des parties sur le marché de l'approvisionnement en herbes aromatiques. Ardo se fournissant intégralement auprès de Dujardin pour sa commercialisation d'herbes surgelées, l'opération ne conduira à aucun chevauchement horizontal d'activités sur ce marché, qui sera toutefois examiné au titre de l'examen des effets congloméraux.
10. En tout état de cause, la définition exacte des marchés de l'approvisionnement peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées quelles que soient les délimitations retenues.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

11. Tout en laissant la question ouverte, l'Autorité de la concurrence a envisagé une délimitation régionale des marchés de l'approvisionnement en fruits ou légumes frais, compte tenu des coûts de transport et du risque de déperissement des produits⁴. La partie notifiante soutient pour sa part que le marché amont de l'approvisionnement est de dimension nationale.
12. La délimitation géographique de ce marché pourra en l'espèce être laissée ouverte, l'analyse concurrentielle restant inchangée quelle que soit la délimitation de marché considérée.

B. LES MARCHÉS AVALS DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS SURGELÉS

1. MARCHÉS DE PRODUITS

13. La pratique décisionnelle⁵ distingue les fruits et légumes surgelés des autres types de fruits et légumes (frais, appertisés, « frais, crus, lavés et épluchés », « stérilisés et pasteurisés sous vide »). Il en est de même pour les herbes aromatiques surgelées⁶ et les plats préparés⁷. Cette distinction est justifiée par les différences de prix, de modes de conservation et d'utilisation existant entre ces différents types de produits.
14. Par ailleurs, la pratique décisionnelle a retenu des segmentations supplémentaires des marchés pertinents selon les canaux de distribution (a), les types de produits (b), et leur positionnement commercial (c).

⁴ Décisions n°11-DCC-106 précitée et n°13-DCC-23 du 28 février 2013 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe coopératif Agrial de plusieurs sociétés du groupe Bakkavör.

⁵ Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-21 du 15 mars 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Champiloire SA par la société Bonduelle SA et n° 11-DCC-106 précitée, ainsi que n°10-DCC-107 du 9 septembre 2010 relative à l'apport partiel d'actifs de CAM 56 à Coopagri Bretagne, et à la fusion entre Coopagri Bretagne et Union Eolys.

⁶ Décision de la Commission européenne M.330, McCormick/CPC/Rabobank/Ostman.

⁷ 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.

a) Segmentation selon le canal de distribution

15. S'agissant des produits alimentaires, la pratique décisionnelle nationale⁸ a retenu à plusieurs reprises l'existence de marchés distincts selon le canal de distribution, à savoir l'industrie agroalimentaire (ci-après « IAA »), la distribution au détail incluant les grandes et moyennes surfaces (ci-après « GMS ») et la restauration hors foyer (ci-après « RHF »). Une telle segmentation est justifiée par l'existence de besoins différents selon le type d'acheteurs (notamment en termes de volumes, de calibrage et de conditionnement).
16. Concernant la distribution au détail, l'Autorité a déjà envisagé une distinction entre les GMS et les magasins spécialisés dans la vente de produits surgelés, compte tenu des différences en matière de localisation géographique, des gammes de produits vendus, des services proposés, des niveaux des prix pratiqués et des marques commercialisées⁹.
17. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette analyse dans le cadre de l'examen de la présente opération. En l'espèce, les parties commercialisent leurs produits auprès des GMS, des magasins spécialisés dans la vente de produits surgelés, de l'IAA et de la RHF.

b) Segmentation selon le type de produit

Les fruits et légumes surgelés

18. L'Autorité de la concurrence considère qu'il existe un marché des légumes surgelés distinct du marché des fruits surgelés, légumes et fruits présentant des différences significatives en termes de prix, de caractéristiques et d'utilisation.
19. Les parties sont en l'espèce toutes deux présentes sur les marchés de la commercialisation de légumes surgelés aux différents canaux de distribution, tandis que l'opération n'entraîne aucun chevauchement de leurs activités sur la distribution de fruits envisagée canal par canal.
20. Tout en laissant la question ouverte, la pratique décisionnelle nationale a en outre déjà examiné les effets d'opérations de concentration sur des marchés correspondant à certains légumes particuliers (tels que les pommes de terre, les champignons ou les salades), compte tenu de leurs spécificités tant du point de vue de la demande que de l'offre¹⁰. En l'espèce, les parties sont simultanément présentes dans la commercialisation de légumes surgelés, et plus particulièrement de petit-pois, carottes, haricots verts, oignons, poireaux, épinards, pommes de terre, brocolis, champignons, choux-fleurs, poivrons et courgettes.

Les herbes aromatiques

21. La Commission européenne a déjà eu l'occasion de distinguer un marché des herbes aromatiques, segmenté entre les herbes surgelées, déshydratées et fraîches¹¹. Elle a estimé qu'une division par type d'herbe ne se justifiait pas, chaque offreur étant aisément en mesure d'accroître son offre d'un type d'herbe particulier.

⁸ Voir par exemple les décisions 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 ; n° 10-DCC-21 précitée ; n° 10-DCC-110 du 1^{er} septembre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Entremont par le groupe Sodial et n° 11-DCC-106 précitée.

⁹ Décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-106 précitée.

¹⁰ Décisions de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-21 et n°13-DCC-23 précitées ; Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 23 avril 2008, au conseil de la société Transgourmet France, relative à une concentration dans le secteur du commerce de gros de légumes, de fruits et des produits frais de la mer.

¹¹ Décision de la Commission européenne M.330, McCormick/CPC/Rabobank/Ostman.

22. Les parties commercialisent en l'espèce toutes les deux des herbes aromatiques surgelées, bien que de façon marginale pour Ardo, qui achète à Dujardin des herbes aromatiques en faibles quantités.

Les plats préparés

23. L'Autorité de la concurrence a, dans le secteur des plats préparés surgelés, opéré une distinction entre les différentes catégories de produits : apéritif, entrée, plat principal, dessert¹². Au sein de chaque catégorie, la pratique décisionnelle a pu, tout en laissant la question ouverte, envisager de segmenter les marchés pertinents selon le caractère ou l'ingrédient prédominant dans le plat (plats « tradition », « étrangers » ou « allégés » ; plats cuisinés à base de « viande », de « poisson » ou de « légumes »).¹³
24. En l'espèce, les activités des parties se chevauchent sur la commercialisation de préparations à base de légumes. La délimitation exacte des marchés pourra en tout état de cause être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.

c) Segmentation selon le positionnement commercial des produits vendus aux GMS

25. Au sein du canal des GMS, la pratique décisionnelle a envisagé de distinguer les marchés pertinents selon que les produits sont vendus sous marque de fabricant (« MDF ») ou sous marque de distributeur (« MDD »), catégorie incluant les produits vendus sous marque de distributeur au sens strict, mais également les produits vendus sous marque de hard discount et sous marque de premier prix¹⁴. En effet, les fabricants de produits vendus sous MDD n'interviennent qu'en application d'un cahier des charges défini par l'enseigne et n'ont aucun rôle dans la définition des stratégies commerciales de ces marques. L'identité de l'opérateur qui approvisionne une enseigne pour ses MDD reste inconnue du consommateur final.
26. L'Autorité de la concurrence a cependant déjà considéré, pour les marchés des légumes surgelés, que les MDD exerçaient sur les MDF une pression concurrentielle significative, notamment dans la mesure où, du point de vue de la demande, la notoriété des marques de fabricants reste faible et où, du point de vue de l'offre, les mêmes fabricants fournissent la grande distribution en produits sous MDD et en produits à leur marque¹⁵. Les effets de l'opération seront donc examinés sur le marché regroupant MDD et MDF.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

27. S'agissant de la production et de la commercialisation de produits alimentaires, les autorités de concurrence tant nationale qu'européenne considèrent de manière constante que les marchés sont de dimension nationale en raison des goûts spécifiques, des préférences et

¹² Décisions 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 ; décision n°09-DCC-58 du 26 octobre 2009 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Stalaven par la société Euralis Gastronomie Holding ; décision n°10-DCC-87 du 4 août 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de l'activité « surgelés » du groupe Brossard par la société financière Kiel.

¹³ Décision de la Commission européenne M.445 BSN/Euralim.

¹⁴ Décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-52 du 12 octobre 2009 relative à la prise de contrôle de la société Brocéliande ALH SA par le groupe Cooperl Arc Atlantique, n°10-DCC-21 précitée, décision n°12-DCC-92 du 2 juillet 2012 relative à l'acquisition de six sociétés du groupe Patriarche par la société Castel Frères SAS.

¹⁵ Décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-106 précitée.

habitudes alimentaires des consommateurs dans chaque pays, et des différences de prix et dans la structure de l'offre selon les Etats membres¹⁶.

28. Les parties estiment toutefois que les marchés de leurs produits sont de dimension européenne, dans la mesure où les caractéristiques des légumes varient peu entre les différents pays. Elles exportent par ailleurs une partie significative de leur production nationale.
29. En tout état de cause, l'analyse concurrentielle demeure inchangée quelle que soit l'hypothèse envisagée. Elle sera en l'espèce menée au niveau national.

III. Analyse concurrentielle

30. Les parties ne disposant pas d'informations sur la taille du marché en valeur, l'analyse des parts de marché s'appuiera sur les données exprimées en volume.

A. SUR LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT

31. Au niveau national, sur le marché amont de l'approvisionnement en légumes frais, la partie notificante estime que les achats d'Ardo représentent moins de [0-5] % de la demande, et les achats de Dujardin moins de [0-5] %. Les parties représenteraient donc moins de [0-5] % des achats sur le marché. La partie notificante n'a pas été en mesure d'estimer la taille exacte des marchés par type de légumes mais considère qu'en tout état de cause, leurs parts de marché cumulées resteront inférieures à 5 %, quel que soit le légume concerné.
32. Au niveau régional, les activités des parties ne se chevauchent sur les marchés de l'approvisionnement en légumes frais qu'en Bretagne, où la partie notificante estime que leurs parts de marché cumulées seront inférieures à 25 % tous légumes confondus. Comme au niveau national, la partie notificante n'a pas pu estimer la taille exacte des marchés par type de légumes mais considère que leurs parts de marché cumulées resteront inférieures à 25 %.
33. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement en légumes frais.

B. SUR LES MARCHÉS AVALS DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS SURGELÉS

1. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX SUR LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS SURGELÉS

La distribution aux GMS et aux freezer centers

34. Les parties détiennent chacune une part de marché d'environ [5-20] % sur le marché de la distribution de légumes surgelés aux GMS, soit une part de marché cumulée de [10-30] %. Sur le marché de la distribution de légumes surgelés à destination des *freezer centers*

¹⁶ Décisions de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-21 et 11-DCC-106 précitées.

(magasins spécialistes des produits surgelés), la nouvelle entité détiendra une part de marché de [20-40] %. L'opération n'entraîne toutefois qu'un incrément limité, inférieur à 1 %, correspondant à la part de marché de Dujardin. La partie notifiante a indiqué que ces estimations étaient similaires pour chaque type de légumes pour lequel leur activité se chevauche, comme pour les préparations à base de légumes.

35. Sur les marchés de la distribution aux GMS et aux *freezer centers*¹⁷ la nouvelle entité restera en outre confrontée à la concurrence de plusieurs autres fournisseurs disposant de marques nationales à forte notoriété, notamment Gelagri (dont la part de marché en 2013 est estimée par la partie notifiante à environ 20 %), Bonduelle ([10-20] %), Pinguin-D'Aucy (environ 10 %), Pastfrost, Westfro, Virto, Dejaeghere et Horafrost.
36. Par ailleurs, les clients des parties, qu'il s'agisse de groupes de la grande distribution ou d'opérateurs de magasins spécialisés en produits surgelés (Picard, Thiriet), bénéficient d'un pouvoir d'achat et de négociation important. Les contrats de distribution conclus avec la GMS sont en outre généralement de courte durée et ne portent pas sur l'ensemble de la gamme proposée par les fabricants.

La distribution à la RHF

37. Sur le marché de la distribution de légumes surgelés à destination de la RHF, la nouvelle entité détiendra une part de marché de l'ordre de [10-20] %, dont un incrément de 0-5 % attribuable à Dujardin. La partie notifiante a indiqué que ces estimations étaient similaires pour chaque type de légumes pour lequel leurs activités de commercialisation se chevauchent, ainsi que pour les préparations à base de légumes.
38. La nouvelle entité sera confrontée sur ce marché à la concurrence de groupes comme Gelagri, Pinguin-D'Aucy, Bonduelle, d'Arta, Begro, Pastfrost, Westfro, Virto, Dejaeghere et Horafrost.
39. Les clients de la nouvelle entité, principalement constitués de grands groupes actifs dans la distribution de produits alimentaires en RHF (Sodexo, Davigel, Relais d'Or Centrale, Charles Martin), continueront ainsi de disposer de nombreuses alternatives d'approvisionnement.

La distribution à l'IAA

40. Sur le marché de la distribution de légumes surgelés à destination de l'IAA, la nouvelle entité détiendra une part de marché d'environ [10-20] %, l'opération entraînant un incrément de l'ordre de 5-10 % de parts de marché. La partie notifiante a indiqué que ces parts étaient similaires pour chaque type de légumes pour lequel leurs activités de commercialisation se chevauchent, ainsi que pour les préparations à base de légumes.
41. Sur ce marché, la nouvelle entité sera confrontée à la concurrence de plusieurs autres opérateurs, notamment Pinguin-D'Aucy, Dicogel-Begro, McCain, Farm Frites, Aviko, Bonduelle, Gelagri, d'Arta, Pasfrost, Westfro, Virto, Dejaeghere et Horafrost.
42. La partie notifiante souligne en outre qu'en matière d'IAA les fabricants de légumes surgelés font face à une demande relativement concentrée provenant de grands groupes alimentaires comme Nestlé, Unilever Campbel Soup, Bird's Eye, Iglo, Sill ou Frosta. Ces groupes disposent d'un important pouvoir de marché dans la mesure où la qualité des produits est standardisée et les contrats souvent conclus dans le cadre de procédures d'appels d'offres annuels, ce qui permet un renouvellement des sources d'approvisionnement.

¹⁷ Les parties n'ont pas été en mesure de fournir les positions des concurrents sur ces marchés distincts.

43. Il résulte de ce qui précède que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la distribution de légumes surgelés et de préparations à base de légumes, quel que soit le canal de distribution retenu.

2. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMÉRAUX

44. Une concentration est susceptible d'entraîner des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur des marchés présentant des liens de connexité avec d'autres marchés sur lesquels elle détient un pouvoir de marché. Les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relèvent toutefois qu'il est peu probable qu'une concentration entraîne un risque d'effet congloméral si la nouvelle entité ne bénéficie pas d'une forte position sur un marché à partir duquel elle pourra faire jouer un effet de levier et renvoyer, à cet égard, à un seuil de 30 % de parts de marché.
45. En l'espèce, outre le marché de la distribution de légumes surgelés à destination des *freezer centers*, l'opération a pour effet d'élargir la gamme d'activités du groupe Ardo en renforçant sa présence sur le marché de la commercialisation d'herbes aromatiques à la RHF. En effet, si Ardo ne représente qu'une partie marginale de ce marché avant l'opération, de l'ordre de [0-5] %, avec des herbes intégralement achetées à Dujardin, ce dernier représente [40-50] % du marché.
46. La nouvelle entité restera cependant confrontée sur ce marché à la concurrence du leader mondial en matière d'herbes aromatiques, Darégal et de Pinguin-D'Aucy, qui dispose également d'une gamme complète de produits surgelés comprenant notamment des herbes aromatiques.
47. Par ailleurs, la mise en œuvre d'une stratégie conglomérale par la nouvelle entité se heurterait aux modalités d'approvisionnement sur le marché, les légumes et herbes surgelés étant vendus par le biais d'enchères auxquelles participent un grand nombre de fournisseurs, généralement organisées par variété de produits. L'utilisation par le nouvel ensemble de la position de Dujardin en matière d'herbes aromatiques à la RHF pour favoriser ses ventes de légumes surgelés est donc très improbable.
48. L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 14-106 est autorisée.

Le vice-président,

Emmanuel Combe

© Autorité de la concurrence