

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 14-DCC-125 du 25 août 2014
relative à la prise de contrôle exclusive du groupe Ajyr
par la société coopérative agricole Agrial**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 24 juin 2014, déclaré complet le 23 juillet 2014, relatif à la prise de contrôle exclusif sur Ajyr par Agrial, formalisé par la levée de promesse de vente d'actions Ajyr en date du 27 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. La société coopérative agricole **Agrial** est à la tête du groupe coopératif agricole et agroalimentaire Agrial agroalimentaire comportant une soixantaine de sociétés (ci-après « Agrial »). La coopérative compte environ 10 000 agriculteurs et éleveurs implantés principalement sur 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. Agrial intervient dans plusieurs 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. La coopérative fournit par ailleurs à ses adhérents des produits et services tels que semences, alimentation animale, agrofourniture et équipement agricole. Agrial développe son activité légumière, au travers notamment d'une Organisation de Producteurs. Elle dispose d'outils industriels et commerciaux rassemblés sous la société holding Sofileg, actionnaires de plusieurs filiales, dont la société Priméale Holding. Priméale Holding et ses filiales produisent et commercialisent des légumes frais.
2. **Ajyr** est une société anonyme simplifiée à la tête du groupe Ajyr dont les activités se concentrent autour de la production, du conditionnement, de la commercialisation et du transport de légumes frais :

- l'activité de production est exploitée par les sociétés Agrival, Potagers de Bourgognes et SCEA des Champs ;
 - l'activité de conditionnement et commercialisation est exploitée par les sociétés Plaine Saveur, Primeurs de la Manche, Cbc-Preleco (et ses filiales), Terre de France (et ses filiales) et Fraicheur Vitale ;
 - l'activité de transport et de logistique est confiée aux sociétés Transport Inter Légumes, Locatil, Transaveur (et ses filiales).
3. Le groupe est actuellement contrôlé conjointement par Monsieur Monterrat et sa famille (ci-après « consorts Monterrat ») et Agrial. En effet, Agrial détient 74,8 % du capital et les consorts Monterrat, 25,2 %. Si la présidence du groupe Ajyr est exercée par un représentant d'Agrial et la direction générale est assurée par Monsieur Monterrat, l'accord conjoint des deux actionnaires est requis pour l'adoption des décisions stratégiques et notamment pour l'approbation et la modification des budgets prévisionnels annuels et pour l'approbation et la modification des plans d'investissement (article 1.2 du protocole d'accord du 22 décembre 2009).
 4. La présente opération, formalisée par la levée de promesse de vente d'actions Ajyr en date du 27 juin 2013, consiste en l'acquisition par Agrial de 100 % du capital et des droits de vote d'Ajyr. En ce qu'elle se traduit par le passage d'un contrôle conjoint à un contrôle exclusif d'Agrial sur Ajyr, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L.430-1 du code de commerce.
 5. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaire hors taxe total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Agrial : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Ajyr : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013). Chacune de ces entreprises a réalisé en France un chiffre d'affaire supérieur à 50 millions d'euros (Agrial : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Ajyr : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, 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 activités des parties se chevauchent sur le secteur de l'approvisionnement en légumes et sur celui de la commercialisation de légumes auprès de la grande distribution, de l'industrie agro-alimentaire et de la restauration hors foyer.
7. Les parties sont par ailleurs simultanément présentes dans le secteur du transport de marchandises.

A. L'APPROVISIONNEMENT ET LA COMMERCIALISATION DE LÉGUMES

1. LES MARCHÉS DE L'APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES FRAIS

a) Marchés de produits

8. Le marché de l'approvisionnement en légumes frais met en présence les producteurs de différents légumes et l'ensemble des acheteurs de légumes frais. Les autorités de concurrence tant communautaire¹ que française² ont envisagé de distinguer certains produits au sein des légumes frais, notamment les salades et les pommes de terre, mais la question est demeurée ouverte.
9. En l'espèce, les parties sont toutes les deux présentes sur le marché de l'approvisionnement en légumes frais et plus particulièrement les salades, pommes de terre, carottes et poireaux. La partie notificante estime qu'il n'est pas pertinent de distinguer les carottes et les poireaux des autres légumes.
10. L'Autorité de la concurrence a relevé³ que, si une segmentation du marché de l'approvisionnement en légumes selon l'usage et la technique de transformation ultérieure des produits (conserves, produits appertisés, produits surgelés ou plats cuisinés) n'est généralement pas justifiée, une segmentation entre 1^{ère} gamme (frais, crus, non lavés ni épluchés) et 4^{ème} gamme (frais, crus, lavés et épluchés) était pertinente s'agissant des salades.
11. En l'espèce, les parties s'approvisionnent toutes deux en salades destinées à être commercialisées en 1^{ère} gamme, seule Agrial s'approvisionnant en salades destinées à être commercialisées en 4^{ème} gamme.
12. 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.

b) Marchés géographiques

13. Tout en laissant la question ouverte, l'Autorité de la concurrence a envisagé une délimitation régionale des marchés de l'approvisionnement en fruits et légumes frais du fait des coûts de transport et du risque de dépérissement des produits⁴.
14. La partie notificante soutient que les salades et les autres légumes peuvent être transportés sur de grandes distances, au moins au niveau national.
15. En tout état de cause, la délimitation géographique des marchés pourra être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangée quelle que soit l'hypothèse envisagée. En l'espèce, les effets de l'opération seront analysés sur les marchés amont de l'approvisionnement à la fois au niveau national et au niveau régional.

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.

² 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.

³ Décision n°13-DCC-23 précitées.

⁴ Décisions n°11-DCC-106 et n°13-DCC-23 précitées.

2. LES MARCHÉS DE LA COMMERCIALISATION DE LÉGUMES

a) Marchés de produits

16. Les activités d'Agrial et d'Ajyr se chevauchent sur la commercialisation de légumes, en particulier des salades, des pommes de terre, des carottes et des poireaux. La pratique décisionnelle a envisagé plusieurs types de segmentations du secteur de la commercialisation de fruits et légumes frais selon le canal de distribution, le type de produit, la technologie utilisée pour le traitement de ces produits, ou encore le positionnement commercial du produit.

Segmentation selon le canal de distribution

17. S'agissant des produits alimentaires, la pratique décisionnelle nationale⁵ a retenu à plusieurs reprises l'existence de marchés distincts selon le canal de distribution, à savoir l'industrie agroalimentaire (ci-après « IAA »), 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).
18. 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 commercialisant leurs produits auprès des GMS, de l'IAA et de la RHF.

Segmentation selon le type de produit

19. Les autorités nationales ont indiqué, s'agissant de la commercialisation des fruits et légumes, que les différences significatives dans les prix, les caractéristiques, et l'utilisation des fruits d'une part et des légumes, d'autre part, ne permettaient pas d'établir la substituabilité de ces deux catégories de produits⁶. Une segmentation entre différents légumes de 4^{ème} gamme a déjà été envisagée pour certains légumes présentant des spécificités en termes d'usage ou de structure de l'offre, notamment les champignons⁷, la pomme de terre⁸ et la salade⁹.
20. En l'espèce, les parties sont simultanément présentes dans la commercialisation de salades, de pommes de terre, de carottes et de poireaux. La partie notificante estime qu'il n'est pas pertinent de distinguer les carottes et les poireaux des autres légumes frais, ces deux légumes ne présentant pas de différence particulière par rapport aux autres du point de vue de l'approvisionnement et faisant l'objet selon elle d'un arbitrage des consommateurs par rapport aux autres légumes.

⁵ 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 du 15 mars 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Champiloire SA par la société Bonduelle SA ; 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.

⁶ Lettre du ministre C2008-24 du 23 avril 2008 relative à une concentration dans le secteur du commerce de gros de légumes, de fruits et des produits frais de la mer ; Décision 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.

⁷ Décisions n° 10-DCC-21 précitée.

⁸ Décision n° 10-DCC-107 précitée.

⁹ Lettre du ministre C 2003-19 du 31 mars 2003 relative à une concentration dans le secteur des salades préparées ; Décision n° 13-DCC-23 précitée.

21. En tout état de cause, la délimitation exacte des marchés pourra être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.

Segmentation selon le type de technologie utilisée

22. La pratique décisionnelle nationale¹⁰ a considéré qu'il était pertinent d'opérer une segmentation selon la technologie utilisée (ou gamme de produits) pour le traitement des fruits et légumes. Elle a ainsi identifié les cinq marchés suivants : les fruits et légumes frais (1^{ère} gamme¹¹), les fruits et légumes appertisés (2^{ème} gamme), les fruits et légumes surgelés (3^{ème} gamme), les fruits et légumes frais, crus, lavés et épluchés (4^{ème} gamme) ainsi que les fruits et légumes stérilisés et pasteurisés sous vide (5^{ème} gamme). Une telle segmentation se fonde sur l'existence de différences de prix et de modes de conservation et d'utilisation entre ces différents types de produits¹².
23. En l'espèce, les parties commercialisent toutes deux des légumes de 1^{ère} gamme, seule Agrial commercialisant des légumes de 4^{ème} gamme.
24. En ce qui concerne spécifiquement les salades, la pratique décisionnelle nationale¹³ a envisagé de distinguer la 4^{ème} gamme de la 1^{ère} gamme en raison, du côté de l'offre, de l'emploi d'un processus de fabrication spécifique, dont toutes les phases sont régies par des règles communes d'hygiène et de sécurité, et du côté de la demande, des services spécifiques rendus par les salades de 4^{ème} gamme qui ne nécessitent pas de préparation préalable et sont parfois prémélangés.
25. En ce qui concerne les légumes (hors salades) de 4^{ème} gamme, l'Autorité de la concurrence a relevé qu'ils répondaient également à un besoin spécifique pour la RHF mais que leur spécificité était moindre pour les GMS. Elle a ainsi considéré que l'activité de distribution de légumes de 4^{ème} gamme aux GMS ne constituait pas à ce stade un marché distinct de la commercialisation de légumes de 1^{ère} gamme.
26. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette analyse dans le cadre de l'examen de la présente opération.

Segmentation selon le positionnement commercial des produits vendus aux GMS

27. En matière de produits alimentaires à destination des GMS, il convient de déterminer si les marchés de produits doivent être segmentés en fonction de leur positionnement commercial entre, d'une part, les produits vendus sous marque de fabricant (ci-après « MDF ») et, d'autre part, les produits vendus sous marque de distributeur (ci-après « 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.

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

¹¹ La 1^{ère} gamme et 1^{ère} gamme et demi (produits emballés mais ni lavés ni coupés) seront assimilées dans le cadre de la présente décision.

¹² Voir notamment la décision n° 10-DCC-21 précitée.

¹³ Lettre du ministre C 2003-19 et décision n° 13-DCC-23 précitées.

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 et, 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.

28. En l'espèce, à l'exception de quelques rares produits de 1^{ère} gamme et demi, les légumes concernés par l'opération sont commercialisés sans marque, ce qui rend la distinction inopérante.

b) Marchés géographiques

29. S'agissant de la production et de la commercialisation de produits alimentaires, la pratique décisionnelle considère de manière constante que les marchés sont de dimension nationale en raison des goûts spécifiques, des préférences et habitudes alimentaires des consommateurs dans chaque pays, des différences de prix entre les Etats-membres et des différences dans la structure de l'offre selon les Etats membres.
30. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de l'examen de la présente opération.

B. LES ACTIVITÉS DE TRANSPORT DE MARCHANDISES

31. Les activités d'Agrial et d'Ajyr se chevauchent dans le secteur du transport de marchandises.

1. MARCHÉS DE PRODUITS

32. La pratique décisionnelle¹⁵ a opéré une distinction entre (i) le transport aérien, (ii) le transport maritime et (iii) le transport terrestre de marchandises et a retenu une segmentation plus fine du marché du transport terrestre de marchandises selon qu'il s'opère par train, par route, par voie navigable ou par pipeline.
33. En l'espèce les parties sont simultanément actives dans le secteur du transport routier de marchandises.
34. Au sein du transport routier de marchandises, plusieurs sous-segmentations ont été envisagées selon : (i) le caractère domestique ou transfrontalier¹⁶, (ii) le type d'offres proposées (transport dédié, transport par camions complets, transport par lot ou groupes de lots et messagerie)¹⁷, (iii) la nature des produits transportés (transport de matières dangereuses, transport de produits sous température dirigée)¹⁸ et (iv) le mode de conditionnement (transport de marchandises conditionnées, transport de marchandises en vrac)¹⁹.

¹⁵ Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-206 du 27 décembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Mory par la société Caravelle et n° 13-DCC-132 précitée.

¹⁶ Décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-13 du 16 juin 2009 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Giraud CEE et Giraud Sidérurgie par la société Geodis ; n° 10-DCC-26 du 26 mars 2010 relative à l'acquisition par Geodis de Ciblex ; et n° 11-DCC-206 du 27 décembre 2011 précitée.

¹⁷ Lettres du ministre C 2006-130 du 7 décembre 2006 Butler Capital Partners / Sernam et C 2005-36 du 6 janvier 2006 relative à une concentration dans le secteur de l'entreposage frigorifique ; décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-74 du 14 décembre 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Lovefrance SAS par la société Groupe Berto.

¹⁸ Lettres du ministre C 2004-85 du 2 septembre 2004 relative à une concentration dans le secteur des transports routiers de produits pétroliers, C 2005-116 du 9 décembre 2005 relative à une concentration dans le secteur du transport routier de marchandises sous température dirigée et C 2005-36 précitée ; décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-33 du 24 février 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société SAS Transports Roger et Cie et du fonds de commerce de la société Renaud Distribution par la société Transport G Gautier.

¹⁹ Décision n° 09-DCC-13 précitée.

35. Au cas d'espèce, Agrial et Ajyr sont simultanément actives sur le marché du transport routier domestique de produits sous température dirigées qui se caractérise par une demande constituée d'industriels agro-alimentaires (IAA), de professionnels de la restauration hors foyer (RHF), de distributeurs (GMS) et de grossistes qui ne possèdent pas leur propre flotte de camions pour la livraison de leurs produits frais et grand froid.
36. Pour ce marché, la pratique décisionnelle²⁰ a envisagé une segmentation selon les différentes catégories de produits transportés (fruits et légumes, produits carnés, produits laitiers, etc.) mais a en revanche considéré qu'il n'était pas pertinent de retenir une segmentation entre les prestations de transport de produits « grand froid » et les prestations de transport de produits frais sous température dirigée positive.
37. En l'espèce, sur le marché du transport domestique de marchandises sous température dirigées, Ajyr est uniquement présent sur le segment des fruits et légumes, tandis qu'Agrial est présent sur les segments des produits carnés et des produits laitiers.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

38. La pratique décisionnelle française²¹ et européenne²² a considéré que le marché du transport routier de marchandises et ses segmentations revêtent généralement une dimension nationale malgré une tendance à l'eupéanisation.
39. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

40. La présente opération consiste dans le passage d'un contrôle conjoint à un contrôle exclusif d'Ajyr. A l'occasion de précédentes affaires, les autorités de concurrence, tant nationale que communautaire, ont souligné que ce changement dans la nature du contrôle n'était généralement pas en lui-même susceptible de modifier significativement les conditions de l'exercice de la concurrence, à l'exception d'affaires plus complexes concernant notamment des parties en situation de concurrence avant la concentration²³.
41. Au cas d'espèce, Agrial et Ajyr étaient actifs sur les mêmes marchés de produits avant la concentration. Dans ce contexte, le fait qu'une entreprise demeure seule en mesure d'exercer une influence déterminante sur la cible, sans avoir à composer avec les intérêts potentiellement différents d'autres partenaires et à coopérer avec eux, peut être de nature à modifier ses incitations et à produire des effets sur la structure concurrentielle du marché. Agrial souligne cependant qu'elle dispose déjà avant l'opération d'un pouvoir de décision sur

²⁰ Décisions n° 11-DCC-79 et n° 13-DCC-132 précitées.

²¹ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-40 du 4 septembre 2009 relative à l'acquisition par Geodis d'agences commerciales de Cool Jet.

²² Voir notamment la décision de la Commission n° COMP/M.6059 précitée.

²³ Voir notamment, au niveau national, les décisions de l'Autorité n° 11-DCC-34 du 25 février 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de Ne Varietur par GDF Suez et n° 13-DCC-90 du 11 juillet 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Monoprix par la société Casino Guichard-Perrachon et, au niveau européen, la décision de la Commission européenne n° COMP/M.5141 - KLM/Martinair du 17 décembre 2008.

la gestion opérationnelle et commerciale d'Ajyr, notamment concernant les politiques tarifaire, promotionnelle, d'approvisionnement, d'investissement et d'innovation. L'opération ne devrait ainsi pas entraîner de changement de la stratégie opérationnelle d'Ajyr.

A. SUR L'APPROVISIONNEMENT ET LA COMMERCIALISATION DE LÉGUMES

1. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES

42. Les parties sont simultanément actives sur le marché national de l'approvisionnement en légumes, plus spécifiquement sur les segments des salades de 1^{ère} gamme, des pommes de terre, des carottes, des poireaux et des autres légumes. Cependant, au niveau régional, l'opération n'emporte pas de chevauchement pour tous les légumes.
43. A l'issue de l'opération, les parts de marché des parties en volume, pour l'année 2013, sont les suivantes dans les zones où leurs activités se chevauchent :

Produits	Zones	Agrial	Ajyr	Cumul
Tous légumes	France	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	Basse Normandie	[40-50] %	[0-5] %	[40-50] %
	PACA	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	Aquitaine	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
Salades 1 ^{ère} gamme	France	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
	PACA ²⁴	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
Pommes de terre	France	[0-5] %	[5-10] %	[5-10] %
Carottes	France	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
	Base Normandie	[40-50] %	[0-5] %	[40-50] %
	Aquitaine	[60-70] %	[0-5] %	[60-70] %
Poireaux	France	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
	Base Normandie	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %
Autres légumes	France	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	PACA	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %

44. Il ressort de ce tableau que l'opération notifiée ne modifiera pas la structure de la concurrence dans la mesure où Ajyr est active de manière marginale sur les marchés des salades, des carottes, des poireaux et des autres légumes dans les régions concernées par l'opération (part de marché maximale de [0-5] %). Au niveau national, la part de marché de la nouvelle entité serait supérieure à 25 % sur le seul marché des carottes avec un incrément limité ([0-5] % pour Ajyr). Sur ce marché, les parties auront à faire face à la concurrence de nombreux acteurs, notamment Planète Végatale et Société Orléanaise de Produits Agroalimentaires.
45. En conséquence, l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement en légumes.

2. LES MARCHÉS AVAL DE LA COMMERCIALISATION DE LÉGUMES

46. Compte tenu des chevauchements d'activité d'Agrial et d'Ajyr, limités aux légumes de première gamme, l'analyse concurrentielle sera menée :

²⁴ Les parties n'ont pas été en mesure de distinguer les salades de 1^{ère} gamme des salades de 4^{ème} gamme.

- sur le canal de distribution GMS : sur le marché des salades de 1^{ère} gamme, sur le marché des légumes (hors salades) incluant 1^{ère} et 4^{ème} gamme, éventuellement segmenté par type de légumes ;
- sur les canaux de distribution RHF et IAA : sur le marché des légumes de 1^{ère} gamme, éventuellement segmenté par type de légumes.

a) La distribution auprès des GMS

47. Sur le marché de la commercialisation de salades de 1^{ère} gamme aux GMS, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché [5-10] % en volume, avec un incrément de [0-5] %, sur un marché très atomisé.
48. Sur le marché des légumes (hors salades) de 1^{ère} et 4^{ème} gamme, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché de [5-10] % en volume, avec un incrément de [0-5] %.
49. Sur un marché limité à la commercialisation de pommes de terre de 1^{ère} et 4^{ème} gamme, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché de [10-20] % en volume ([0-5] % pour Agrial) derrière Pom'alliance ([10-20] %).
50. Sur un marché limité à la commercialisation de poireaux de 1^{ère} et 4^{ème} gamme, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché de [10-20] % en volume (incrément de [5-10] %) sur un marché est très atomisé, plus de 200 opérateurs y étant présents.
51. Sur un marché limité à la commercialisation de carottes fraîches de 1^{ère} et 4^{ème} gamme, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché de [30-40] % en volume (incrément de [5-10] %). Ses principaux concurrents sont le Groupement des producteurs de légumes de la Manche ([10-20] %), Larrere ([10-20] %), Planète Végétal ([10-20] %) et Verduyn International ([5-10] %).
52. Sur un marché limité à la commercialisation des autres légumes de 1^{ère} et 4^{ème} gamme (hors pommes de terre, salades, carottes et poireaux), la partie notifiante estime que les parts de marchés cumulées des parties seraient de ([0-5] % ([0-5] % pour Agrial).
53. Il convient de souligner que les GMS disposent sur ce type de marché d'un important pouvoir de négociation vis-à-vis de leurs fournisseurs, ce qui résulte à la fois de la concentration des groupes de grande distribution et de leur organisation en tant qu'acheteurs professionnels.
54. En conséquence, l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la commercialisation de légumes auprès des GMS.

b) La distribution auprès de la restauration hors foyer

55. Sur le marché global des légumes de 1^{ère} gamme, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché [10-20] % en volume, avec un incrément de [0-5] %.
56. Sur un marché limité à la commercialisation de salades de 1^{ère} gamme, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché de [5-10] % en volume (incrément de moins de [0-5] %) sur un marché qui comporte plus de 200 opérateurs.
57. Sur un marché limité à de la commercialisation de carottes de 1^{ère} gamme, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché de [30-40] % en volume (incrément de [0-5] %). La nouvelle entité y fera notamment face à la concurrence de Fruidor ([10-20] %), Sopa ([5-10] %), Planète Végétale ([5-10] %) et Verduin ([5-10] %).

58. Sur un marché limité à de la commercialisation de poireaux de 1^{ère} gamme, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché de [10-20] % en volume (incrément de [0-5] %) sur un marché qui comporte de nombreux opérateurs dont Gosselin, Pot au Pin, Planète Végétale, Jardin de Créances, Janvier, Marais ou Val Nantais.
59. En conséquence, l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la commercialisation de légumes de 1^{ère} gamme auprès la RHF

c) La distribution auprès de l'IAA

60. Sur le marché global des légumes de 1^{ère} gamme, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché [0-5] % en volume, avec un incrément de moins de [0-5] %.
61. Sur un marché limité à de la commercialisation de carottes de 1^{ère} gamme, seul marché sur lequel est présent Ajyr, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendrait de part de marché de [10-20] % en volume (incrément de [0-5] %).
62. En conséquence, l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la commercialisation de légumes auprès de l'IAA.

B. SUR LE TRANSPORT ROUTIER DOMESTIQUE DE MARCHANDISES SOUS TEMPÉRATURE DIRIGÉE

63. Sur le marché du transport routier domestique de marchandises sous température dirigée, la part de marché cumulée des parties serait de [0-5] % (incrément de [0-5] %).
64. Dans l'hypothèse d'une segmentation du marché selon les catégories de produits transportés, les activités des parties ne se chevauchent pas, Ajyr étant actif sur le seul segment des fruits et légumes, alors qu'Agrial est présent sur les segments des produits carnés et des produits laitiers.
65. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés du transport routier domestique de marchandises sous température dirigée.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 14-082 est autorisée.

Le vice-président,

Emmanuel Combe