

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 14-DCC-159 du 29 octobre 2014
relative à la prise de contrôle exclusif par la société Thai Union France
Holding 2 de la société Européenne de la Mer**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 25 septembre 2014, relatif à la prise de contrôle exclusif par la société Thai Union France Holding 2 de la société Européenne de la Mer, formalisé par un accord de cession d'actions en date du 3 septembre 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. Thai Union France Holding 2 (ci-après « TUFH2 »), filiale française de la société thaïlandaise Thai Union qui est cotée à la bourse de Bangkok, commercialise en France via la société MW Brands SAS des conserves à base de poissons et plus particulièrement du thon sous la marque Petit Navire et sous marque de distributeur. MW Brands SAS détient quatre sites de production situés en France, au Portugal, au Ghana et aux Seychelles ainsi qu'une flotte de sept thoniers senneurs au Ghana et un navire approvisionnement.
2. Européenne de la Mer est la holding de tête du groupe Meralliance, qui fabrique et commercialise essentiellement du saumon fumé ainsi que des poissons marinés et fumés vendus au rayon frais, principalement sous marque de distributeur et dans une moindre mesure, sous la marque Armorik.
3. L'opération, formalisée par un accord de cession d'actions en date du 3 septembre 2014, consiste en l'acquisition par TUFH2 de 100 % des titres de la société Européenne de la Mer. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de la société Européenne de la Mer par la société TUFH2, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.

4. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxe total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Thai Union : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Meralliance : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 mars 2014). Chacune de ces entreprises a réalisé en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Thai Union : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Meralliance : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 mars 2014). 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

5. Thai Union commercialise en France principalement des poissons en conserve (thon essentiellement mais également maquereaux et sardines) qui représentent [...] % de ses ventes. A titre plus marginal, Thai Union commercialise également les produits suivants : (i) rillettes de poisson en conserve (thon, saumon, maquereau, crabe, sardines), (ii) pavés de poisson grillé emballé sous vide et vendus au rayon ambiant (thon, saumon), (iii) salades à base de thon vendues au rayon ambiant, (iv) produits de la mer (saumon, thon, céphalopodes, crevettes) surgelées, (v) produits asiatiques.
6. Meralliance commercialise principalement, à hauteur de [...] % de ses ventes, du saumon fumé vendu au rayon frais. Elle commercialise également les produits suivants, tous vendus au rayon frais : (i) tartares, carpaccio et sashimi de saumon fumé, (ii) saumon mi cuit, (iii) autres poissons fumés.

A. MARCHÉS DE PRODUITS

7. La pratique décisionnelle en matière de produits de la mer distingue les marchés pertinents en fonction des espèces de poissons puis opère d'autres segmentations en fonction de la présentation du produit (frais, fumé, en conserve).
8. Ainsi, dans le secteur de la pêche maritime et de l'appertisation, la pratique décisionnelle¹ a identifié, en ce qui concerne les conserves de poissons, autant de marchés que de produits de la pêche maritime et plus particulièrement, un marché du thon en conserve. Seule Thai Union commercialise du thon et, à titre plus marginal, d'autres poissons en conserve.
9. S'agissant du saumon, la pratique décisionnelle française et européenne² a opéré une distinction entre le saumon frais et le saumon fumé. Des segmentations cumulatives ont été retenues par la pratique décisionnelle, entre le saumon sauvage et le saumon d'élevage d'une

¹ Arrêté du 29 mars 1995 du ministre de l'économie et du Ministre de l'agriculture et de la pêche relatif à des concentrations dans le secteur de la pêche maritime et de l'appertisation ; Avis du Conseil de la concurrence n° 95-A-01 du 7 février 1995.

² Décision de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-169 du 20 novembre 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de certains actifs de la société Ledun Pêcheurs d'Islande par la société Maïsadour ; décision de la Commission européenne M.6850 – Marine Harvest / Morpol du 30 septembre 2013.

part, et le saumon d'Atlantique et le saumon du Pacifique d'autre part³. De plus, des segmentations supplémentaires ont été envisagées selon (i) l'origine géographique du saumon (notamment Norvège, Ecosse, Irlande) et (ii) le positionnement commercial du produit (existence d'un segment haut de gamme). Seule la cible est active sur le marché du saumon fumé.

10. Dans le secteur des produits traiteur, la pratique décisionnelle tant européenne que nationale⁴ a segmenté les marchés en fonction de la technologie de fabrication employée (produits appertisés, surgelés et frais). Une distinction a également été faite entre les canaux de distribution (grandes et moyennes surfaces, ci-après « GMS »), restauration hors foyer (ci-après « RHF ») et industries agro-alimentaires. Une distinction additionnelle a ensuite été opérée en fonction des catégories de produits (entrées, plats, tartes salées, pâtes ménagères, pâtes et sauces, salades, panés, snacks et autres). Enfin, la question a aussi été soulevée de l'éventuelle subdivision de ces marchés en fonction de leur positionnement commercial (marques de fabricants (ci-après « MDF ») ou marques de distributeurs (ci-après « MDD »)), des modes de distribution (libre service ou à la coupe) et de l'origine des recettes proposées (traditionnelles, régionales, étrangères, exotiques, etc.)⁵.
11. La question de la définition exacte de ces marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la segmentation retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle resteront inchangées.
12. En l'espèce, les marchés des conserves de thon et du saumon fumé sont principalement concernés par l'opération. Celle-ci n'entraîne cependant aucun chevauchement horizontal sur ces marchés, ni sur les autres activités des parties. En effet, Thai Union ne commercialise que des produits appertisés ou surgelés alors que la cible ne commercialise que des produits vendus au rayon frais. Par conséquent l'analyse concurrentielle sera limitée aux effets congloméraux.

B. DÉLIMITATION GÉOGRAPHIQUE

13. La pratique décisionnelle nationale a considéré que, par analogie avec les marchés de la commercialisation des produits de détail alimentaires, le marché du saumon fumé, du thon et des produits traiteurs revêtaient une dimension nationale, notamment en raison de l'existence de différences dans les préférences des consommateurs, dans les prix, de la forte présence de marques nationales et du faible volume des importations. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de l'examen de la présente opération.
14. Les autorités de concurrence ont constaté à diverses reprises la dimension nationale des marchés des produits traiteur. En effet, les préférences, les goûts et les habitudes de consommation diffèrent fortement d'un pays à l'autre et les échanges intra-européens de ces produits restent limités⁶. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de l'examen de la présente opération.

³ *Id.*

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

⁵ *Id.*

⁶ Voir par exemple la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-48, précitée.

III. Analyse concurrentielle

15. Une concentration a des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur plusieurs marchés dont la connexité peut lui permettre d'accroître son pouvoir de marché. Il est toutefois peu probable que la détention d'une gamme de produits ou d'un portefeuille de produits porte atteinte à la concurrence sur un ou plusieurs marchés 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.
16. Au cas présent, l'opération permettra à Thai Union d'élargir sa gamme de produits au sein du secteur des produits de la mer en incluant la commercialisation de saumon fumé et de produits traiteurs vendus au rayon frais.
17. Toutefois, la nouvelle entité commercialise ses produits auprès d'enseignes importantes de la grande distribution qui disposent d'un fort pouvoir de négociation. En outre, au sein de ces différentes enseignes, les acheteurs ne sont pas les mêmes pour les produits appertisés (thon en conserve et autres produits vendus par Thai Union) et les produits vendus au rayon frais (saumon fumé et autres produits vendus par la cible). Dans la plupart des enseignes, il existe une distinction supplémentaire entre les acheteurs de produits sous MDF et les acheteurs de produits sous MDD. En effet, ainsi que l'a rappelé l'Autorité à de nombreuses reprises, les produits vendus sous MDD font l'objet d'appels d'offres alors que les négociations relatives aux produits vendus sous MDF sont annuelles et encadrées par les dispositions de l'article L. 441-7 du code de commerce. En l'espèce la cible commercialise principalement du saumon fumé sous MDD alors que Thai Union commercialise principalement du thon sous MDF.
18. A défaut d'un interlocuteur commun, du fait de la double spécialisation de la distribution entre produits vendus au rayon frais et produits vendus à température ambiante ainsi qu'entre produits MDD et MDF, il est peu probable que la nouvelle entité ait la capacité et soit incitée à mettre en place des stratégies de ventes liées ou remises groupées.
19. En toute hypothèse, la partie notifiante estime représenter [20-30] % du marché du thon en conserve sous MDF, et environ [20-30] % en matière de conserves d'autres types de poissons. Au sein du segment MDD, la partie notifiante estime que Thai Union représente [20-30] % du marché du thon en conserve et la cible [20-30] % du marché du saumon fumé. Les positions des parties permettent donc d'écarter le risque de mise en œuvre d'un effet de levier.
20. Par conséquent, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effet congloméraux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 14-155 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre