

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 15-DCC-130 du 24 septembre 2015  
relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Alliora et Packetis  
par la société Mayr-Melnhof Packaging International GmbH**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 21 août 2015, relatif à la prise de contrôle exclusif des sociétés Alliora et Packetis par la société Mayr-Melnhof Packaging International GmbH, formalisée par un contrat de cession en date du 22 juillet 2015 ;

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 ;

Adopte la décision suivante :

## **I. Les entreprises concernées et l'opération**

1. La société Mayr-Melnhof Packaging International GmbH (ci-après « MMPI ») est détenue exclusivement par la société Mayr-Melnhof Karton Aktiengesellschaft (ci-après « Mayr-Melnhof Karton »), société cotée à la bourse de Vienne. Mayr-Melnhof Karton est ultimement contrôlée et détenue à 59 % par les familles des descendants de la famille fondatrice, regroupées au sein d'une structure commune. Le reste du capital est détenu par des investisseurs institutionnels basés aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, en Suisse et en Autriche. Par le biais de ses deux sociétés opérationnelles, MMK et MMPI, Mayr-Melnhof Karton est active dans le secteur de la production et de fourniture de planches de carton et de la la production et la commercialisation d'étuis pliants en carton.
2. La société Alliora est détenue à 99,99 % par la société Iléos, dont le capital est intégralement détenu par la société d'investissements Oaktree Capital Group LLC.. Alliora détient par ailleurs 99,99 % du capital de la société Packetis. Alliora et Packetis sont actives dans la production et la commercialisation d'étuis pliants en carton, d'étiquettes, de notices et de systèmes de calage.

3. Aux termes du contrat de cession en date du 22 juillet 2015, MMPI acquerra l'intégralité du capital des sociétés Alliora et Packetis.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif des sociétés Alliora et Packetis par la société MMPI, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées ont réalisé ensemble un chiffre d'affaires hors taxes consolidé sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Mayr-Melnhof Karton : [...] d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; Alliora et Packetis : [...] d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2014). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Mayr-Melnhof Karton : [...] d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; Alliora et Packetis : [...] d'euros au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2014). Compte tenu des chiffres d'affaires des entreprises concernées, elle ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés à l'article L. 430-2-I du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce.

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

6. Les parties sont simultanément actives sur les marchés de la production et de la commercialisation d'étuis pliants en carton et de la production et commercialisation de notices à destination de l'industrie pharmaceutique. En outre, Mayr-Melnhof Karton est active sur le marché de la production et la fourniture de planches de carton, sur lequel s'approvisionne Packetis pour la fabrication des systèmes de calage qu'elle commercialise à destination de l'industrie pharmaceutique. Ces marchés seront donc analysés au titre des effets verticaux.

### **A. LE MARCHE AMONT DE LA PRODUCTION ET DE LA FOURNITURE DE PLANCHES DE CARTON**

#### **1. MARCHE DE PRODUITS**

7. La pratique décisionnelle européenne<sup>1</sup> a pu identifier, en amont du secteur de l'emballage secondaire, l'existence d'un marché de la production et de la fourniture de planches de carton destinées à l'emballage des biens de consommation, distinct de celui des planches de carton destinées au transport de marchandises, tout en laissant ouverte la délimitation exacte de ce marché.
8. Au cas d'espèce, seule Mayr-Melnhof Karton est active sur ce marché, par le biais de sa société opérationnelle MMK.

---

<sup>1</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.3935 Jefferson Smurfit/Kappa du 10 novembre 2005.

9. La question de la délimitation exacte du marché de la production et de la fourniture de planches de carton peut être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation envisagée, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

## **2. MARCHE GEOGRAPHIQUE**

10. La pratique décisionnelle européenne<sup>2</sup> a laissé ouverte la question de la délimitation géographique du marché de la production et de la fourniture de planches de carton.
11. La partie notifiante considère que ce marché est de dimension européenne. Elle précise que Mahr-Melnhof Karton, par le biais de MMK, fournit des clients en France même si elle n'y dispose pas de site de production.
12. La question de la délimitation géographique du marché de la production et de la fourniture de planches de carton peut être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation envisagée, nationale ou européenne, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

## **B. LE MARCHE AVAL DES ETUIS PLIANTS EN CARTON**

### **1. MARCHE DE PRODUITS**

13. La pratique décisionnelle nationale<sup>3</sup> et européenne<sup>4</sup> a identifié un marché des étuis pliants en carton. Les étuis pliants en carton sont des étuis de carton multicouches qui sont imprimés/glacés puis découpés. Les découpes de carton font également apparaître des plis, qui permettent de former la boîte qui emballera les produits. Ils sont utilisés pour emballer un large éventail de produits tels que des cosmétiques, des cigarettes, des céréales, des produits pharmaceutiques, des chocolats, *etc.*
14. La pratique décisionnelle<sup>5</sup> a envisagé une sous-segmentation au sein du marché des étuis pliants en carton en fonction de l'utilisation finale des produits. Elle a considéré que les étuis pliants en carton destinés à certaines industries ont, tant du point de vue de l'offre que de la demande, des caractéristiques spécifiques qui les différencient des étuis pliants en carton destinés à d'autres industries. L'Autorité de la concurrence s'est notamment interrogée sur l'existence de marchés distincts d'étuis pliants en carton destinés à l'industrie pharmaceutique, à l'industrie de la parfumerie, à l'industrie de la cosmétique ou à l'industrie des vins et spiritueux.
15. La partie notifiante considère pour sa part qu'il existe un marché global des étuis pliants en carton et qu'il n'y a pas lieu d'envisager différentes sous-segmentations en fonction de

<sup>2</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.3935 Jefferson Smurfit/Kappa du 10 novembre 2005.

<sup>3</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-201 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Financière Vivaldi SAS par Oaktree Capital Group LLC. Voir également la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-03 du 29 avril 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Bopack Labels NV par le groupe Autajon.

<sup>4</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.1792 – Ahlstrom / Capman / Folding Carton Partners du 17 janvier 2000. Voir également la décision de la Commission européenne COMP/M.2843 – Amcor/Schmlbach-Lubeca, du 26 juin 2002 et la décision de la Commission européenne n°COMP/M.5599 - AMCOR / ALCAN du 14 décembre 2009.

<sup>5</sup> Voir notamment les décisions de la Commission européenne COMP/M.1792 – Ahlstrom / Capman / Folding Carton Partners du 17 janvier 2000 ; COMP/M.2843 – Amcor/Schmlbach-Lubeca, du 26 juin 2002 ; COMP/M.5599 - AMCOR / ALCAN du 14 décembre 2009 ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-201 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Financière Vivaldi SAS par Oaktree Capital Group LLC

l'utilisation finale des étuis en raison de la substituabilité de l'offre. Elle soutient que les différences dans la fabrication des étuis sont très faibles et qu'ils peuvent donc être produits dans les mêmes ateliers, quelle que soit leur utilisation finale.

16. Au cas d'espèce, les parties sont simultanément actives sur ce marché. Mayr-Melnhof Karton, par le biais de MMPI, produit et commercialise des étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique, de l'industrie du parfum, de l'industrie des cosmétiques et de l'industrie des vins et spiritueux. Alliora et Packetis produisent et commercialisent des étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique, de l'industrie des cosmétiques, de l'industrie du parfum et de l'industrie des vins et spiritueux.
17. Il n'est cependant pas nécessaire de se prononcer sur la délimitation précise du marché des étuis pliants en carton, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse demeureront inchangées.

## 2. MARCHE GEOGRAPHIQUE

18. La pratique décisionnelle<sup>6</sup> considère que les marchés des étuis pliants en carton sont de dimension au moins nationale. La Commission a notamment observé que les livraisons étaient effectuées dans un rayon qui n'excédait pas généralement 500 kilomètres des usines<sup>7</sup>.
19. La partie notifiante soutient que le marché des étuis pliants en carton revêt une dimension européenne. Selon elle il n'existerait pas de spécificités nationales de la demande de matériaux de conditionnement imprimés. Elle relève que le coût de transport des étuis pliants en carton est faible, ce qui permet de les transporter sur des distances de plus de 1000 km. La partie notifiante considère également que le segment des étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique est de dimension européenne, au motif que l'approvisionnement des grands groupes pharmaceutiques européens, voire mondiaux, est largement globalisé et s'effectue de plus en plus sur une base paneuropéenne. De plus, l'implantation géographique des fabricants dans le pays de livraison n'est pas nécessairement un critère d'attribution des appels d'offres. Par ailleurs, il n'existerait pas de différence substantielle de coûts de transport selon que le produit est livré en France ou à l'étranger.
20. Au cas d'espèce, il n'est cependant pas nécessaire de se prononcer sur la délimitation géographique précise du marché des étuis pliants en carton, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, nationale ou européenne, les conclusions de l'analyse demeureront inchangées.

---

<sup>6</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-03 du 29 avril 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Bopack Labels NV par le groupe Autajon et la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-201 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Financière Vivaldi SAS par Oaktree Capital Group LLC.

<sup>7</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.1792 – Ahlstrom / Capman / Folding Carton Partners du 17 janvier 2000. Voir également la décision de la Commission européenne COMP/M.2843 – Amcor/Schmlbach-Lubeca, du 26 juin 2002 et la décision de la Commission européenne n°COMP/M.5599 - AMCOR / ALCAN du 14 décembre 2009.

## C. LE MARCHÉ AVAL DES SYSTÈMES DE CALAGE A DESTINATION DE L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE

### 1. MARCHÉ DE PRODUITS

21. La pratique décisionnelle nationale<sup>8</sup> a envisagé l'existence d'un marché des systèmes de calage à destination de l'industrie pharmaceutique. Les systèmes de calage sont des structures en carton permettant de stocker et de protéger des objets cylindriques, principalement des ampoules en verre, utilisés dans le secteur de la pharmacie.
22. La partie notifiante indique que les systèmes de calage en carton, tels que ceux produits par Packetis, sont en concurrence avec ceux produits en plastique thermoformé pour lesquels les risques de contamination sont moindres, car ils ne présentent aucun risque de contamination par la poussière, très présente dans les systèmes en carton. Elle indique également que les fabricants de systèmes de calage en plastique thermoformé proposent des services complémentaires comme celui de sceller les produits dans un emballage plastique afin d'en assurer la préservation et en garantir la sécurité, ce qui renforce leur attrait pour l'industrie pharmaceutique.
23. Les réponses obtenues dans le cadre du test de marché réalisé à l'occasion de la présente opération ne permettent pas de confirmer que les systèmes de calage en plastique thermoformé exercent une pression concurrentielle significative sur les systèmes en carton, tels que ceux produits par Packetis.
24. Au cas d'espèce, Packetis produit et commercialise uniquement des systèmes de calage en carton à destination de l'industrie pharmaceutique.
25. La question de l'existence d'un marché distinct des systèmes de calage et son éventuelle sous-segmentation en fonction du matériau utilisé et du secteur pour lesquels ils sont destinés peut cependant être laissée ouverte au cas d'espèce, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse demeureront inchangées.

### 2. MARCHÉ GEOGRAPHIQUE

26. La pratique décisionnelle nationale<sup>9</sup> a pu considérer que le marché des systèmes de calage revêtait une dimension nationale, tout en laissant ouverte la question de la délimitation géographique précise de ce marché.
27. La partie notifiante considère que ce marché est de dimension européenne au motif que la demande est harmonisée et que les échanges peuvent se faire sur tout le territoire européen.
28. La délimitation géographique pertinente des systèmes de calage peut néanmoins être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation géographique retenue, nationale ou européenne, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

---

<sup>8</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-201 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Financière Vivaldi SAS par Oaktree Capital Group LLC.

<sup>9</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-201 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Financière Vivaldi SAS par Oaktree Capital Group LLC et la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-03 du 29 avril 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Bopack Labels NV par le groupe Autajon.

## **D. LE MARCHÉ AVAL DES NOTICES À DESTINATION DE L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE**

### **1. MARCHÉ DE PRODUITS**

29. La pratique décisionnelle nationale<sup>10</sup> a envisagé l'existence d'un marché des notices explicatives, distinct des autres documents imprimés. Elle s'est également interrogée sur la pertinence d'une sous-segmentation du marché des notices en fonction de leur utilisation finale. Elle a notamment relevé que les notices pharmaceutiques répondaient à des exigences particulières (exigences légales de visibilité, taille de caractère minimum imposée, mentions légales obligatoires) qui contraignaient leurs conditions de production ainsi que la qualité du papier utilisé.
30. Au cas d'espèce, les parties sont simultanément présentes sur le marché des notices à destination de l'industrie pharmaceutique. Les cibles sont également actives sur le marché des notices à destination des cosmétiques.
31. En l'espèce, la question de l'existence d'un marché distinct des notices et son éventuelle sous-segmentation en fonction du secteur auquel elles sont destinées peut être laissée ouverte, dans la mesure où les conclusions de l'analyse demeurent inchangées quelle que soit l'hypothèse considérée.

### **2. MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE**

32. La pratique décisionnelle nationale<sup>11</sup> a analysé le marché des notices aussi bien au niveau national qu'europpéen.
33. La partie notifiante considère pour sa part que le marché des notices, et plus particulièrement celui des notices à destination de l'industrie pharmaceutique, est de dimension européenne. Elle relève que les laboratoires ont recours à des appels d'offres au niveau européen pour leur approvisionnement. Elle soutient également que les opérateurs disposent de la capacité technique de livrer des clients situés à l'étranger et de fournir des notices en plusieurs langues. En outre, la partie notifiante précise que les prix des notices sont relativement homogènes et que les coûts de transport au niveau national et européen ne sont pas sensiblement différents.
34. Au cas d'espèce, il n'est cependant pas nécessaire de se prononcer sur la délimitation géographique précise des marchés des notices, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation géographique retenue, nationale ou européenne, les conclusions de l'analyse demeureront inchangées.

---

<sup>10</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-201 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Financière Vivaldi SAS par Oaktree Capital Group LLC.

<sup>11</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-201 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Financière Vivaldi SAS par Oaktree Capital Group LLC.

## E. LE MARCHÉ AVAL DES ÉTIQUETTES

### 1. MARCHÉ DE PRODUITS

35. La pratique décisionnelle nationale<sup>12</sup> a envisagé différentes segmentations possibles du secteur de l'étiquette : (i) une segmentation entre les étiquettes industrielles et viticoles ; (ii) une segmentation selon les caractéristiques techniques de l'étiquette ; (iii) une segmentation des étiquettes industrielles selon le secteur d'activité des clients (agroalimentaire, pharmacie, cosmétique, chimie, automobile, spiritueux, *etc.*) ; (iv) une segmentation des étiquettes industrielles selon la taille des opérateurs (grands comptes et autres).
36. La segmentation entre les étiquettes industrielles et viticoles, s'explique dans la mesure où la demande provient d'une clientèle différente : d'un côté de grands groupes industriels qui commandent d'importantes quantités d'étiquettes, de l'autre de viticulteurs, de coopératives et de négociants qui commandent de petites quantités. L'offre provient également de fabricants différents puisque les producteurs d'étiquettes viticoles sont principalement des opérateurs de petite taille, implantés sur des zones françaises de production viticole qui ne fabriquent pas d'étiquettes industrielles et ne disposent pas des équipements nécessaires à leur production. Enfin, les supports d'impression sont différents : le principal support utilisé pour les étiquettes viticoles est le papier (étiquettes sèches) alors qu'il s'agit généralement de films polypropylènes ou polyéthylènes (étiquettes adhésives) pour les étiquettes industrielles.
37. La segmentation selon les caractéristiques techniques de l'étiquette vise : (i) les étiquettes sèches, (ii) les étiquettes adhésives, (iii) les étiquettes dites « intelligentes » ou RFID (étiquette destinée à recevoir un signal radio et à renvoyer immédiatement en réponse un signal radio différent contenant une information pertinente), (iv) les étiquettes IML qui sont fusionnées directement sur l'emballage grâce à un processus de moulage et (v) les manchons rétractables. Du point de vue de la demande, chaque type d'étiquettes tend à répondre à une demande particulière (en termes de prix, de qualité, de résistance, *etc.*) du client. De plus, les fabricants sont spécialisés dans la fabrication d'un type d'étiquette du fait de l'utilisation de techniques différentes d'impression, de découpe et de conditionnement, même si l'on constate une tendance à la diversification.
38. La pratique décisionnelle européenne<sup>13</sup> a également envisagé une segmentation supplémentaire entre les étiquettes adhésives en papier et en film plastique du fait des différences pour les clients en termes de prix, de qualité et de caractéristiques physiques, mais a finalement laissé ouverte la définition précise des marchés en cause.
39. Au cas d'espèce, seules les cibles sont actives sur le marché des étiquettes et produisent et commercialisent exclusivement des étiquettes industrielles adhésives en papier et en plastique à destination de l'industrie pharmaceutique.
40. Cependant, il n'est pas nécessaire de se prononcer sur une délimitation précise du marché, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse demeureront inchangées.

---

<sup>12</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-201 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Financière Vivaldi SAS par Oaktree Capital Group LLC. Voir également la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-03 du 29 avril 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Bopack Labels NV par le groupe Autajon.

<sup>13</sup> Voir la décision de la Commission européenne n°COMP/M.2867 – UPM – Kymmene Corporation / Morgan Adhesives Company du 16 octobre 2002.

## 2. MARCHE GEOGRAPHIQUE

41. La pratique décisionnelle nationale<sup>14</sup> a considéré que les marchés des étiquettes étaient de dimension au moins nationale, dans la mesure où les principaux opérateurs sont implantés sur l'ensemble du territoire national, de même que les principaux clients d'étiquettes industrielles. La délimitation géographique précise des marchés des étiquettes cependant été laissée ouverte.
42. La pratique décisionnelle européenne<sup>15</sup> a pour sa part considéré que le marché était de dimension européenne, puisque les principaux fournisseurs vendent leurs produits dans plusieurs pays européens, que les coûts de transports représentent moins de 5 % du prix des produits, qu'il existe des courants d'importation et d'exportation et que les prix des produits et les caractéristiques techniques des produits sont relativement homogènes entre les Etats membres. La partie notifiante considère également que le marché des étiquettes revêt une dimension européenne.
43. Au cas d'espèce, il n'est cependant pas nécessaire de se prononcer sur la délimitation géographique précise des marchés des étiquettes, dans la mesure où, quelle que soit la délimitation géographique retenue, nationale ou européenne, les conclusions de l'analyse demeureront inchangées.

## III. Analyse concurrentielle

44. Les activités des parties se chevauchent sur deux marchés : (i) le marché des étuis pliants en carton et (ii) le marché des notices à destination de l'industrie pharmaceutique.
45. De plus, la société Mayr-Melnhof Karton est active sur le marché de la production et de la fourniture de planches de carton qui présente un lien vertical avec les marchés des étuis pliants en carton d'une part (i) et des systèmes de calage à destination de l'industrie pharmaceutique d'autre part (ii), sur lesquels sont actives les sociétés Alliora et Packetis.
46. Enfin, la société Mayr-Melnhof Karton et les sociétés Alliora et Packetis sont actives sur des marchés susceptibles de présenter entre eux des liens congloméraux : (i) le marché des étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique et le marché des notices à destination de l'industrie pharmaceutique d'une part, et (ii) le marché des étuis pliants en carton et le marché des étiquettes industrielles d'autre part.

---

<sup>14</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-201 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Financière Vivaldi SAS par Oaktree Capital Group LLC. Voir également la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-03 du 29 avril 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Bopack Labels NV par le groupe Autajon.

<sup>15</sup> Voir la décision de la Commission européenne n°COMP/M.2867 – UPM – Kymmene Corporation / Morgan Adhesives Company du 16 octobre 2002.



## A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

### 1. SUR LE MARCHÉ DES ÉTUIS PLIANTS EN CARTON

47. Mayr-Melnhof Karton, par le biais de MMPI, et Alliora et Packetis produisent et commercialisent simultanément des étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique, de l'industrie des cosmétiques et de l'industrie des vins et spiritueux. Leurs parts de marché sont présentées dans le tableau suivant :

	Niveau européen			Niveau national		
	MMPI	Alliora et Packetis	Total	MMPI	Alliora et Packetis	Total
Marché global des étuis pliants en carton	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
Marché des étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[20-30] %	[30-40] %
Marché des étuis pliants en carton à destination de l'industrie des cosmétiques	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[10-20] %	[10-20] %
Marché des étuis pliants en carton à destination de l'industrie des vins et spiritueux	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[10-20] %	[10-20] %

48. A l'issue de l'opération la position de la nouvelle entité demeurera inférieure à [10-20] % sur les différents marchés des étuis pliants en carton à l'exception des étuis destinés à l'industrie pharmaceutique au niveau national. Sur ce marché MMPI détiendra une position estimée à [30-40] % avec toutefois un incrément particulièrement modéré ([0-5] point). Elle fera face à la pression concurrentielle de plusieurs opérateurs dont LGR ([30-40] % de part de marché), MPS ([10-20] % de part de marché), Autajon ([5-10] % de part de marché) et Lefrancq ([0-5] % de part de marché).
49. Compte tenu de ce qui précède, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés des étuis pliants en carton.

### 2. SUR LE MARCHÉ DES NOTICES A DESTINATION DE L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE

50. Mayr-Melnhof Karton, par le biais de MMPI, et Alliora et Packetis produisent et commercialisent simultanément des notices à destination de l'industrie pharmaceutique. L'opération emporte un chevauchement uniquement au niveau européen MMPI n'étant pas active au niveau national.
51. La partie notifiante estime que la part de marché au niveau européen de l'entité combinée s'élèvera à [10-20] % (MMPI : [0-5] % ; Alliora et Packetis : [10-20] %), l'incrément de part de marché dû à l'opération représentant [0-5] %.

52. Elle fera face à la pression concurrentielle d'autres opérateurs tels que Edelman, Contego, Faller et Eukerdruck ainsi que MPS.
53. En conséquence, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché européen des notices à destination de l'industrie pharmaceutique.

## **B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX**

### **1. LE MARCHÉ DE LA PRODUCTION ET DE LA FOURNITURE DE PLANCHES DE CARTON ET LE MARCHÉ DES ÉTUIS PLIANTS EN CARTON**

54. Mayr-Melnhof Karton, par le biais de sa société opérationnelle MMK, est active sur le marché de la production et de la fourniture de planches de carton, utilisées par Mayr-Melnhof Karton, par l'intermédiaire de MMPI, et par Alliora et Packetis, pour la fabrication d'étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique, de l'industrie du parfum, de l'industrie des cosmétiques et de l'industrie des vins et spiritueux.
55. Une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant potentiellement les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Ce verrouillage peut viser les marchés aval, lorsque l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval, ou les marchés amont, lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux. La pratique décisionnelle écarte en principe les risques de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.
56. Au cas d'espèce, la partie notifiante estime que, sur le marché amont de la production et de la fourniture de planches de carton destinées à l'emballage des biens de consommation, la part de marché de Mayr-Melnhof Karton s'élève à [10-20] % au niveau européen et à [10-20] % au niveau national. Sur le marché global de la production et de la fourniture de planches de carton, englobant le segment des planches de carton destinées au transport, la partie notifiante estime que la part de marché de Mayr-Melnhof Karton s'élève à [0-5] % au niveau européen et à [0-5] % au niveau national.
57. Sur les marchés aval des étuis pliants en carton, la partie notifiante estime que la position de la nouvelle entité demeurera inférieure à [10-20] % quel que soit le segment envisagé à l'exception des étuis destinés à l'industrie pharmaceutique pour lesquels MMPI détiendra au niveau national une part de marché estimée à [30-40] %. Sur ce marché, les producteurs de planches de cartons continueront néanmoins de disposer de débouchés alternatifs auprès d'autres producteurs d'étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique ou d'autres industries.
58. L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence, par le biais d'effets verticaux entre le marché de la production et de la fourniture de planches de carton et le marché des étuis pliants en carton.

## **2. LE MARCHÉ DE LA PRODUCTION ET DE LA FOURNITURE DE PLANCHES DE CARTON ET LE MARCHÉ DES SYSTÈMES DE CALAGE A DESTINATION DE L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE**

59. Mayr-Melnhof Karton, par le biais de sa société opérationnelle MMK, est active sur le marché de la production et de la fourniture de planches de carton, utilisées par Packetis pour produire des systèmes de calage à destination de l'industrie pharmaceutique.
60. Comme indiqué ci-dessus, la partie notifiante estime que, sur le marché de la production et de la fourniture de planches de carton destinées à l'emballage des biens de consommation, la part de marché de Mayr-Melnhof Karton s'élève à [10-20] % au niveau européen et à [10-20] % au niveau national.
61. Sur le marché global des systèmes de calage à destination de l'industrie pharmaceutique, englobant les systèmes de calage en carton et ceux en plastique thermoformé, la partie notifiante estime que la part de marché de Packetis s'élève à [10-20] % au niveau national et à [0-5] % au niveau européen. Sur le seul segment des systèmes de calage en carton à destination de l'industrie pharmaceutique, la part de marché de Packetis s'élève à [40-50] % au niveau national et à [10-20] % au niveau européen. La partie notifiante estime néanmoins que tout risque de verrouillage d'accès à la clientèle peut être écarté sur ce marché.
62. Elle considère tout d'abord que le marché des systèmes de calage est en déclin, en raison d'une part d'une diminution de l'utilisation des ampoules dans le secteur pharmaceutique, et, d'autre part, compte tenu de la préférence des clients pour des produits en plastique. En effet, la partie notifiante constate que l'industrie pharmaceutique préfère aux systèmes de calage en carton, tels que ceux produits par Packetis, des systèmes de calage en plastique thermoformé pour lesquels les risques de contamination sont moindres. En outre, les fabricants de systèmes de calage en plastique thermoformé proposent des services complémentaires comme celui de sceller les produits dans un emballage plastique afin d'en assurer la préservation et en garantir la sécurité, ce qui renforce leur succès.
63. La partie notifiante observe également que sur le segment des systèmes de calage en carton à destination de l'industrie pharmaceutique, MMPI demeurera soumise à la concurrence de plusieurs opérateurs, tel que le groupe Körber, qui constituent autant de débouchés alternatifs pour les producteurs de planches de carton.
64. Elle relève enfin que les planches de carton fournies aux fabricants de systèmes de calage sont les mêmes que celles fournies aux producteurs d'étuis pliants en carton, ce qui constitue ainsi une source de débouchés alternatifs pour les fabricants de planches de carton utilisées pour la fabrication de systèmes de calage.
65. Le test de marché réalisé à l'occasion de la présente opération n'a pas confirmé que le marché des systèmes de calage en carton était en déclin. Les réponses obtenues ne permettent pas non plus de confirmer que les systèmes de calage en plastique thermoformé et les systèmes de calage en carton sont substituables. Néanmoins, les résultats du test de marché confirment l'existence de débouchés alternatifs pour les fournisseurs de planches de carton. Selon les informations recueillies les planches de carton utilisées pour la production de systèmes de calage à destination de l'industrie pharmaceutique peuvent également être utilisées pour d'autres usages aussi bien alimentaires (suremballage) que non-alimentaires (notamment pour les grandes surfaces de bricolage). Ainsi MMPI n'aurait pas la capacité de restreindre la concurrence en amont sur le marché de la fourniture de planches de carton, par un refus de s'approvisionner auprès de ses concurrents pour la production de systèmes de calage.
66. Il ressort de l'ensemble de ces éléments que l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence, par le biais d'effets verticaux.

## C. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMERAUX

### 1. LE MARCHE DES ETUIS PLIANTS EN CARTON ET LE MARCHE DES NOTICES A DESTINATION DE L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE

67. Mayr-Melnhof Karton, par le biais de MMPI, et Alliora et Packetis produisent et commercialisent des étuis pliants en carton et des notices à destination de l'industrie pharmaceutique. La pratique décisionnelle nationale<sup>16</sup> a envisagé l'existence de liens congloméraux entre ces deux activités.
68. 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 renvoient, à cet égard, à un seuil de 30 % de parts de marché.
69. Au cas d'espèce l'opération permet à MMPI de renforcer sa position sur les marchés des étuis pliants en carton et des notices à destination de l'industrie pharmaceutique. Sur le segment des étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique, la partie notifiante estime que la part de marché de l'entité combinée s'élèvera à [0-5] % au niveau européen (MMPI : [0-5] % ; Alliora et Packetis : [0-5] %) et à [30-40] % au niveau national (MMPI : [0-5] % ; Alliora et Packetis : [20-30] %). Sur le segment des notices à destination de l'industrie pharmaceutique, la partie notifiante estime que la part de marché de l'entité combinée s'élèvera à [10-20] % au niveau européen (MMPI : [0-5] % ; Alliora et Packetis : [10-20] %) et à [30-40] % au niveau national, représentant uniquement la part de marché d'Alliora et Packetis, MMPI n'étant pas active au niveau national.
70. Les étuis et les notices peuvent être liés soit techniquement soit commercialement. D'un point de vue technique, ces produits peuvent être proposés ensemble dans le cadre de solutions globales. Alliora et Packetis ont ainsi développé une solution technique dénommée « Packinsert » liant les étuis pliants en carton et les notices. Cette solution consiste à déposer la notice lors de l'étape de collage de l'étui, affranchissant ainsi le client du pliage et de l'insertion de la notice dans l'étui. Cette solution est toutefois utilisée pour un nombre limité de produits pharmaceutiques, dont les caractéristiques peuvent rendre problématique l'insertion ultérieure de la notice dans l'étui. Il s'agit soit de médicaments ayant une notice particulièrement volumineuse, soit de médicaments complexes qui sont délivrés avec deux notices, une pour le patient et une pour le médecin.
71. Depuis 2010, les volumes vendus par Alliora et Packetis avec cette solution ont augmenté mais restent néanmoins très limités par rapport au total de leurs ventes (moins de 1 %). La partie notifiante précise que les cibles continuent à proposer les étuis et les notices séparément et que les clients conservent toujours le choix de ne pas recourir à cette technique. Elle indique également que certains concurrents, dont LGR Packaging, proposent également ce type de solution.
72. Les étuis et les notices peuvent également être liés commercialement, sans qu'aucune solution globale ne soit proposée. Néanmoins, les parties indiquent ne pas être en mesure de lier commercialement la vente d'étuis en carton et de notices dans la mesure où, au sein des

<sup>16</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-201 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Financière Vivaldi SAS par Oaktree Capital Group LLC.

laboratoires pharmaceutiques les plus importants, l'approvisionnement en étuis en carton et en notices est géré par des acheteurs différents et fait, en tout état de cause, l'objet d'appels d'offres séparés, quelle que soit l'importance du laboratoire. Elle précise également que les étuis en carton et les notices suivent des cycles d'approvisionnement différents puisque les laboratoires pharmaceutiques commandent des étuis avec un délai de 4 à 6 semaines et les notices correspondantes avec un délai de 5 à 20 jours.

73. Enfin, ainsi qu'il a été exposé préalablement dans l'analyse des effets horizontaux sur les marchés des étuis pliants en carton et des notices pharmaceutiques destinés au secteur pharmaceutique, les parties continueront, sur chacun de ces segments, à faire face en France à la concurrence de plusieurs concurrents significatifs.
74. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

## **2. LE MARCHÉ DES ETUIS PLIANTS EN CARTON ET LE MARCHÉ DES ÉTIQUETTES INDUSTRIELLES À DESTINATION DE L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE**

75. Mayr-Melnhof Karton, par le biais de MMPI, et Alliora et Packetis sont actives sur le marché des étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique. Alliora et Packetis sont également actives sur le segment des étiquettes industrielles à destination de l'industrie pharmaceutique. La pratique décisionnelle nationale<sup>17</sup> a envisagé l'existence de liens congloméraux entre ces deux activités.
76. Sur le segment des étuis pliants en carton à destination de l'industrie pharmaceutique, la partie notifiante estime que la part de marché de l'entité combinée s'élèvera à [0-5] % au niveau européen (MMPI : [0-5] % ; Alliora et Packetis : [0-5] %) et à [30-40] % au niveau national (MMPI : [0-5] % ; Alliora et Packetis : [20-30] %). Sur le segment des étiquettes industrielles à destination de l'industrie pharmaceutique, seules Alliora et Packetis sont actives. Sur ce segment, la partie notifiante estime que la part de marché de l'entité combinée s'élèvera à moins de [0-5] % au niveau européen et à moins de [0-5] % au niveau national aussi bien sur le marché global, que sur le segment des étiquettes en papier et sur le segment des étiquettes en plastique.
77. Les étiquettes vendues par Packetis n'ont toutefois pas vocation à être apposées sur les étuis pliants qu'elle commercialise, mais sur des produits tels que des seringues ou des bouteilles de sirop. Par ailleurs, la partie notifiante estime ne pas avoir la capacité de mettre en œuvre une stratégie de vente liée compte tenu du fort pouvoir de négociation des laboratoires pharmaceutiques, qui sélectionnent leurs fournisseurs par voie d'appels d'offres dont le principal critère est le prix.
78. Il ressort de l'ensemble de ces éléments que l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence, par le biais d'effets congloméraux.

---

<sup>17</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-03 du 29 avril 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Bopack Labels NV par le groupe Autajon.

**DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 15-113 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

---

© Autorité de la concurrence