

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 15-DCC-190 du 28 décembre 2015  
relative à la prise de contrôle exclusif de Sobraquès Distribution par le  
groupe Even**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 25 novembre 2015, relatif à la prise de contrôle exclusif par le groupe Even de Sobraquès Distribution SAS, formalisé par un protocole d'accord en date du 20 octobre 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 ;

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 Coopérative Even** est la société mère du groupe coopératif agricole et agroalimentaire Even (ci-après « groupe Even ») qui regroupe environ 1 500 adhérents agriculteurs implantés en Bretagne. Le groupe est organisé en trois pôles d'activité : un pôle « Amont » qui comprend l'ensemble des activités de conseils et services à la conduite des exploitations (production laitière, agrofourniture et libre-service agricole, nutrition animale) ; un pôle « Lait » structuré autour de la société Laïta qui produit et commercialise notamment des produits laitiers de grande consommation sous les marques Paysan Breton, Mamie Nova et Regilait ; et un pôle « Distribution » qui regroupe une trentaine de filiales actives dans le secteur de la distribution alimentaire auprès de professionnels de la restauration hors domicile (ci-après « RHD ») et de la vente à domicile.
2. **Sobraquès Distribution SAS** est un grossiste spécialisé dans la distribution de produits alimentaires (frais, surgelés, glaces et épicerie) et non alimentaires (hygiène, bazar et arts de la table) historiquement implanté à Perpignan dans les Pyrénées-Orientales (66). Les produits distribués sont destinés principalement aux professionnels de la RHD. Par ailleurs, Sobraquès Distribution a une activité marginale dans le secteur de la commercialisation des produits frais

carnés, charcuterie et salaisons auprès des bouchers, charcutiers et traiteurs (ci-après « BCT »)<sup>1</sup>.

3. Sobraquès Distribution est membre du réseau de distribution Relais d'Or Miko (ci-après « Relais Rom ») spécialisé dans la distribution de produits surgelés et glaces, de produits frais et d'épicerie à destination des professionnels de la RHD. Sobraquès Distribution est lié par un contrat de commissionnement avec la société Coditour SAS qui est la centrale de référencement disposant des droits d'exploitation des produits de la marque Relais d'Or. En outre, en tant qu'adhérent du Relais Rom Sobraquès Distribution assure la distribution des glaces Miko (marques Ben & Jerry's, Carte d'Or, Cornetto et Magnum) à destination de la RHD dans sa zone d'activité dans le cadre d'un contrat de concession exclusive conclu avec le groupe Unilever.
4. L'opération notifiée, formalisée par un protocole d'accord en date du 20 octobre 2015 signé entre M. Laurent Sobraquès et la société SFGE, holding du groupe Even, porte sur la cession de 100 % du capital de Sobraquès Distribution ainsi que des titres détenus par M. Sobraquès dans trois SCI liées aux activités de la société de distribution.
5. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Sobraquès Distribution par le groupe Even, l'opération notifiée constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaire hors taxe total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (groupe Even : 2,16 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; Sobraquès Distribution: 59,9 millions d'euros pour ce même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé en France un chiffre d'affaire supérieur à 50 millions d'euros (groupe Even : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; Sobraquès Distribution : [...] d'euros pour ce même exercice). 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**

7. Le groupe Even et Sobraquès Distribution sont simultanément présents sur les marchés intermédiaires de la distribution de produits alimentaires vendus à la RHD, et plus particulièrement de produits frais et de produits surgelés et glaces, ainsi que sur les marchés amont de l'approvisionnement de ces produits.
8. En revanche, dans la zone de chalandise de Sobraquès Distribution, le groupe Even (réseau Krill) n'est pas présent sur les marchés aval de la distribution de boissons et de produits secs. Il peut donc d'ores et déjà être conclu que l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur ces marchés au niveau local, lesquels ne feront donc pas l'objet d'une analyse plus détaillée dans le cadre de la présente décision.

---

<sup>1</sup> Cette activité représente [...] % du chiffre d'affaires de Sobraquès Distribution.

## A. MARCHÉS DE PRODUITS ET DE SERVICES

### 1. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS ALIMENTAIRES

9. En qui concerne les marchés « amont » de l'approvisionnement, la pratique décisionnelle délimite autant de marchés pertinents que de groupes de produits<sup>2</sup>. S'agissant des produits alimentaires frais, sont ainsi distingués<sup>3</sup> : les produits laitiers, la charcuterie et les produits traiteurs, les produits de la mer, les fruits et légumes et les produits carnés. L'Autorité de la concurrence a également identifié un marché de l'approvisionnement en produits surgelés et en glaces et a envisagé, au sein de celui-ci, un marché spécifique de l'approvisionnement en glaces, crèmes glacées et sorbets<sup>4</sup>.
10. La pratique décisionnelle européenne<sup>5</sup> a par ailleurs envisagé une segmentation des marchés amont de l'approvisionnement en fonction des canaux de distribution. Dans sa décision *Carrefour/Promodès*, la Commission européenne<sup>6</sup> avait ainsi relevé qu'« *il existe des indices sérieux permettant de penser que certains marchés de l'approvisionnement peuvent également être définis en fonction des canaux de distribution, de telle sorte que l'approvisionnement du secteur du commerce de détail à dominante alimentaire pourrait constituer un marché autonome* ». L'Autorité de la concurrence<sup>7</sup> a également effectué des analyses concurrentielles sur le seul canal de la grande distribution et des commerces à dominante alimentaire (ci-après « GMS ») et envisagé l'existence de marchés distincts de l'approvisionnement en produits surgelés destinés à la RHD.
11. La question de la délimitation précise des marchés pertinents peut toutefois rester ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées quelles que soient les segmentations envisagées.
12. En l'espèce, les parties sont simultanément actives en qualité d'acheteurs sur les marchés de l'approvisionnement de chaque groupe de produits alimentaires qu'elles commercialisent à l'aval, à savoir les produits laitiers, les produits carnés, les produits de la mer, les fruits et légumes, les produits surgelés, les produits traiteurs et la charcuterie.

### 2. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ALIMENTAIRES À LA RHD

13. En aval, s'agissant de la distribution en gros de produits alimentaires, la pratique décisionnelle<sup>8</sup> a retenu à plusieurs reprises l'existence de marchés distincts par canal de

---

<sup>2</sup> Décision de la Commission COMP/M.2115 du 28 septembre 2000 - Carrefour/GB.

<sup>3</sup> Décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-158 du 22 novembre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de neuf sociétés du groupe Van de Woestyne par le groupe Les Maîtres Laitiers du Cotentin.

<sup>4</sup> Décision de l'Autorité de la concurrence n°15-DCC-80 du 26 juin 2015 relative à la prise de contrôle par Pomona SA de huit adhérents du réseau Relais d'Or Miko et de la société Lux Frais.

<sup>5</sup> Décision de la Commission européenne COMP/M.1221 du 3 février 1999 - Rewe / Meinel.

<sup>6</sup> Décision de la Commission européenne COM/M.1684 du 25 janvier 2000 - Carrefour / Promodès.

<sup>7</sup> Décisions de l'Autorité de la concurrence 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 ; n° 14-DCC-173 du 21 novembre 2014 relative à la prise de contrôle de la société Dia France SAS par la société Carrefour France SAS ; n° 15-DCC-80 du 26 juin 2015, précitée.

<sup>8</sup> Décisions de la Commission européenne COMP/M.1802 du 08 mars 2000 - Unilever/Amora Maille et COMP/M.1990 du 28 septembre 2000 - Unilever/Bestfoods ; décisions de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-158 du 22 novembre 2010 et n°15-DCC-80 du 26 juin 2015, précitées.

distribution : la GMS, la RHD et l'industrie agro-alimentaire. En l'espèce, les parties sont actives dans le secteur de la distribution de produits alimentaires sur le canal de la RHD.

14. La RHD est traditionnellement composée de professionnels indépendants (café, hôtels, restaurants, ci-après « CHR »), de chaînes de restauration (restauration d'entreprises, etc.) et de collectivités (hôpitaux, armée, établissements scolaires, etc.) dont l'activité consiste à élaborer et proposer à leur clientèle un mode particulier de restauration formant un menu et comprenant généralement une entrée, un plat de résistance, un fromage et/ou un dessert.
15. Par ailleurs, une segmentation par type de clients a été envisagée<sup>9</sup>, en distinguant les « *grands comptes* » (chaînes de restauration et certaines collectivités) « *qui négocient des achats globalisés sur une base nationale* » et les clients de taille réduite (CHR notamment) « *dont les approvisionnements s'effectuent sur la base d'une périodicité très courte* ». Toutefois, l'Autorité de la concurrence<sup>10</sup> a relevé que, dans la mesure où les produits commercialisés et les conditions de livraison étaient identiques pour ces deux catégories de clientèle, il n'y avait pas lieu de retenir deux marchés distincts.
16. En outre, dans sa pratique décisionnelle antérieure, l'Autorité de la concurrence a considéré qu'il convenait de distinguer les entrepôts de libre-service de gros (ci-après « *Cash and Carry* ») du commerce de gros traditionnel compte tenu des différences constatées tant du côté de la demande que du côté de l'offre. Elle a néanmoins observé récemment l'existence d'une pression concurrentielle croissante des *Cash and Carry* sans que celle-ci soit suffisamment importante pour remettre en cause la délimitation établie<sup>11</sup>.
17. Enfin, la pratique décisionnelle nationale<sup>12</sup> distingue quatre grandes familles de produits au sein du commerce de gros de produits alimentaires : les produits frais (1), les boissons (2), les produits surgelés et glaces (3), et les produits d'épicerie et la confiserie (4) (ci-après, les « produits secs »). La demande de la RHD porte généralement sur l'ensemble de ces produits et les grossistes peuvent proposer un large assortiment de produits. Néanmoins, beaucoup d'entre eux concentrent leur activité sur une de ces familles.
18. En l'espèce, les parties distribuent uniquement des produits frais (a), des produits surgelés et glaces (b), et des produits secs (c)<sup>13</sup>.

#### **a) Les marchés de la distribution de produits frais à la RHD**

19. Au sein du marché de la distribution de produits frais, la pratique décisionnelle française considère que les fruits et légumes, les produits de la mer et les produits traiteurs constituent autant de marchés distincts. Elle a par ailleurs envisagé de distinguer, parmi les produits frais, les marchés des produits laitiers (Beurre-Œuf-Fromage, ci-après « BOF ») et des produits carnés.

#### ***Le marché de la distribution de fruits et légumes***

---

<sup>9</sup> Lettre du ministre de l'économie C2006-158 du 28 mars 2007, au conseil de la société Maîtres Laitiers du Cotentin, relative à une concentration dans le secteur des produits laitiers et de matières premières pour boulangerie-pâtisserie à destination des professionnels.

<sup>10</sup> Décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-158 du 22 novembre 2010, précitée.

<sup>11</sup> Décision de l'Autorité de la concurrence n°15-DCC-80 du 26 juin 2015, précitée.

<sup>12</sup> Voir par exemple la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-D-50 du 1er octobre 2009 relative à l'acquisition du groupe Team Ouest par la société France Frais.

<sup>13</sup> Le groupe Even n'est pas présent sur le marché de la distribution de boissons à la RHD. Cette activité est par ailleurs marginale chez Sobraquès Distribution [...] % de son chiffre d'affaires en 2014).

20. En matière de distribution alimentaire, la pratique décisionnelle<sup>14</sup> a considéré qu'il convenait de distinguer, au sein du marché des produits frais, le commerce de fruits et légumes, dans la mesure où celui-ci est spécifique en termes notamment de conditions de transport ou de fixation de prix. La pratique décisionnelle<sup>15</sup> opère également 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<sup>ère</sup> gamme), les fruits et légumes appertisés (2<sup>ème</sup> gamme), les fruits et légumes surgelés (3<sup>ème</sup> gamme), les fruits et légumes frais, crus, lavés et épluchés (4<sup>ème</sup> gamme) ainsi que les fruits et légumes stérilisés et pasteurisés sous vide (5<sup>ème</sup> 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 produits.
21. Au cas d'espèce, les parties fournissent toutes deux des fruits et légumes de 2<sup>ème</sup>, 3<sup>ème</sup>, 4<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup> gammes à la RHD.

#### ***Le marché de la distribution de produits de la mer***

22. La pratique décisionnelle a relevé l'existence d'un marché de la distribution à la RHD de produits de la mer (ou « produits aquatiques »), c'est-à-dire de poissons, coquilles et crustacés. Au sein de cette activité, la pratique décisionnelle a écarté la pertinence d'une éventuelle segmentation en fonction de la nature des produits vendus, dans la mesure où les offreurs comme les demandeurs (GMS, entreprises de la restauration commerciale et de la restauration collective, poissonniers et traiteurs) proposent à la fois des poissons, coquilles et crustacés et ne sont donc pas spécialisés dans la vente d'un type de produit en particulier<sup>16</sup>.
23. En l'espèce, les parties sont toutes les deux actives sur le marché de la distribution en gros de produits de la mer à la RHD.

#### ***Le marché de la distribution de produits traiteurs frais***

24. S'agissant des GMS, la pratique décisionnelle opère une segmentation du marché de la distribution de produits traiteurs en fonction des catégories de produits et recettes, en distinguant les entrées, les plats cuisinés, les tartes salées, les pâtes ménagères, les pâtes et sauces, les salades traiteur, les panés, les snacks et autres<sup>17</sup>. La question de la pertinence d'une telle segmentation pourrait également se poser pour le marché de la distribution de produits traiteurs à la RHD. Elle peut néanmoins être laissée ouverte au cas d'espèce dans la mesure où elle ne modifie pas les conclusions de l'analyse concurrentielle.
25. En l'espèce, les parties proposent une gamme de produits qui couvrent l'ensemble des catégories de produits traiteurs frais proposés à la RHD.

#### ***Les marchés de la distribution de produits laitiers (BOF) et de produits carnés***

26. L'Autorité de la concurrence<sup>18</sup> a envisagé de distinguer au sein du marché de la distribution de produits frais, tout en laissant la question ouverte, un marché de la distribution de produits

---

<sup>14</sup> Lettre du ministre C2008-67 du 4 septembre 2008 et décisions de l'Autorité n° 09-DCC-50 du 1<sup>er</sup> octobre 2009 et n° 10-DCC-158 du 22 novembre 2010, précitées.

<sup>15</sup> Décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-04 du 14 janvier 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Les Crudettes par la société Financière SDH.

<sup>16</sup> Lettre du ministre de l'économie du 21 juin 2004 au conseil de la société Charly Guennec Entreprises, relative à une concentration dans le secteur du mareyage et du commerce de gros et de demi-gros de produits aquatiques ; décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-152 du 11 octobre 2011 relative à la prise de contrôle du groupe Mariteam par la société Perceva.

<sup>17</sup> Les produits traiteurs « autres » regroupent les sandwiches, les desserts et autres préparations cuisinées (lettre du ministre de l'économie C2008-28, précitée).

<sup>18</sup> Décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-158 du 22 novembre 2010, précitée.

BOF et un marché de la distribution des produits carnés. Elle a ainsi relevé que les professionnels du secteur continuent à différencier ces produits et qu'il demeure une part importante de distributeurs spécialisés dans chacune de ces catégories.

27. En l'espèce, les parties sont toutes les deux actives sur les marchés de la distribution de produits BOF et de produits carnés à la RHD.

#### **b) Le marché de la distribution de produits surgelés et de glaces à la RHD**

28. La pratique décisionnelle européenne<sup>19</sup> et nationale<sup>20</sup> a procédé à une analyse spécifique d'un marché comprenant les glaces, crèmes glacées et sorbets, distinct du marché des produits surgelés en général. Ce marché, qui comprend l'ensemble des denrées alimentaires livrées surgelées et consommées par le consommateur final sous la même forme, se distingue des autres produits surgelés, y compris les autres desserts surgelés, qui sont livrés surgelés mais doivent être décongelés pour être propres à la consommation. Elle a en outre relevé que la vente de glaces, crèmes glacées et sorbets est une activité largement saisonnière.
29. La question de la pertinence d'une telle segmentation peut toutefois être laissée ouverte au cas d'espèce dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle restent inchangées quelle que soient les segmentations envisagées.
30. La pratique décisionnelle retient que le secteur des glaces, crèmes glacées et sorbets doit être segmenté en fonction du lieu de consommation du produit :
- le marché des glaces destinées à la consommation à domicile, sur lequel se rencontrent l'offre des producteurs de glaces et la demande des centrales d'achat des hypermarchés et supermarchés, ainsi que celle des magasins spécialisés dans les produits surgelés ;
  - le marché des glaces destinées à la consommation sur le lieu de vente ou dans la rue, sur lequel se rencontrent l'offre des producteurs de glaces et la demande des opérateurs gérant ces différents lieux de vente, notamment les boulangeries, les kiosques, les cinémas ainsi que les grossistes ; et
  - le marché des glaces destinées à la consommation en restauration ou collectivités (RHD) sur lequel se rencontre l'offre des producteurs de glaces et la demande des restaurateurs, des collectivités et de leurs grossistes (ci-après, « marché de la glace en restauration »).
31. La pratique décisionnelle retient que cette distinction ne résulte pas des caractéristiques techniques de production du produit qui demeurent globalement les mêmes mais des caractéristiques propres à chaque mode de commercialisation, compte tenu de différentes considérations, liées notamment à la plus ou moins grande saisonnalité de la demande du consommateur final, des prix, du mode de conditionnement, des circuits de distribution.
32. En l'espèce, l'analyse concurrentielle sera menée à la fois sur un marché de la distribution à la RHD des produits surgelés, incluant les glaces, crèmes glacées et sorbets, et sur un marché de la distribution à la RHD limité aux glaces, crèmes glacées et sorbets.

#### **c) Le marché de la distribution de produits secs à la RHD**

---

<sup>19</sup> Décision de la Commission européenne n° IV/M.422 du 15 mars 1994 - Unilever / Ortiz Miko.

<sup>20</sup> Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-60 du 14 juin 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Soparo (groupe Rolland) par le groupe R&R Ice Cream ; n° 15-DCC-80 et n° 15-DCC-141, précitées.

33. L'Autorité de la concurrence<sup>21</sup> s'est interrogée sur la pertinence d'une segmentation plus fine du marché de la distribution en gros de produits secs entre notamment la confiserie, le snacking salé ou le snacking sucré. Elle a relevé que ces produits sont soumis aux mêmes conditions de conservation, de stockage et de transport. De plus, elle a indiqué que les professionnels de la RHD doivent disposer d'une gamme de produits complète et que, par ailleurs, la totalité des grossistes, sauf exceptions très spécifiques, est en mesure de proposer et de vendre ces trois catégories. Elle n'a cependant pas définitivement établi la pertinence d'une telle segmentation.
34. La question d'une segmentation plus fine du marché de la distribution en gros de produits secs peut également être laissée ouverte au cas d'espèce dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées quelles que soient les délimitations envisagées.
35. En l'espèce, seule Sobraquès Distribution est présente sur le marché local de la distribution de produits secs à la RHD.

## **B. MARCHÉS GEOGRAPHIQUES**

### **1. LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS ALIMENTAIRES**

36. La pratique décisionnelle<sup>22</sup> considère que les marchés amont de l'approvisionnement en produits alimentaires sont de dimension nationale. Elle a ainsi constaté que les préférences, goûts et habitudes alimentaires des consommateurs, les différences de prix, les variations des parts de marché détenues par les principaux opérateurs selon les Etats membres et la présence de marques de fabricants ou de distributeurs commercialisées uniquement au plan national ne permettait pas de retenir une dimension européenne du marché.
37. La partie notifiante n'a pas remis en cause cette délimitation.

### **2. LES MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ALIMENTAIRES À LA RHD**

38. La pratique décisionnelle<sup>23</sup> considère que les marchés de la distribution de produits alimentaires à la RHD revêtent une double dimension : une dimension nationale, résultant des caractéristiques de la demande des grands comptes de la RHD, qui négocient leurs conditions d'approvisionnement au niveau national ; et une dimension locale conduisant à déterminer des zones de chalandise sur lesquelles les grossistes sont en concurrence pour répondre à la demande des CHR et des commerces de proximité. La pratique décisionnelle<sup>24</sup> a ainsi pu analyser les effets des opérations de concentration dans un rayon autour des plateformes estimé entre 60 et 300 kilomètres selon les cas.

---

<sup>21</sup> Décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-01 du 2 janvier 2014, précitée.

<sup>22</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne n°COMP/M.2115 du 28 septembre 2000, précitée et les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-158 du 22 novembre 2010, précitée ; n° 12-DCC-11 du 6 février 2012 relative à l'acquisition de la société des Etablissements Jean Didier et Cie par la société Pro-à-Pro Distribution SA et la décision n° 14-DCC-01 du 2 janvier 2014 et n° 15-DCC-80 du 26 juin 2015, précitées.

<sup>23</sup> Voir l'ensemble des décisions de l'Autorité de la concurrence précitées.

<sup>24</sup> Décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-158 du 22 novembre 2010, précitée ; lettre du ministre de l'économie C2008-119 du 4 décembre 2008, au Directeur de la société France Frais, relative à une concentration dans le secteur de la distribution de produits alimentaires.

39. Au cas d'espèce, les parts de marché des parties ont été calculées à partir du territoire d'activité de Sobraquès Distribution adhérent du Relais Rom, tel que défini dans le contrat de concession exclusive conclu avec Unilever pour la distribution des glaces. Le tracé de ce territoire est repris dans le contrat de commissionnement liant Sobraquès Distribution et la société Coditour qui est la centrale de référencement disposant des droits d'exploitation des produits de la marque Relais d'Or<sup>25</sup>.
40. En l'espèce, le territoire d'activité de Sobraquès Distribution recouvre principalement les départements des Pyrénées-Orientales (66), de l'Aude (10) et une partie de l'Hérault (34)<sup>26</sup>.

### **III. Analyse concurrentielle**

#### **A. ANALYSE HORIZONTALE SUR LES MARCHÉS AMONT DE L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS ALIMENTAIRES**

41. La partie notifiante a précisé qu'à l'issue de l'opération Sobraquès Distribution cessera ses flux d'affaires avec la centrale de référencement du Relais Rom et adhèrera à la centrale de référencement Even Distribution sauf pour les produits laitiers et carnés frais pour lesquels Sobraquès Distribution pourra librement continuer à s'approvisionner auprès de la centrale Unifrais, d'une part, et pour les produits régionaux pour lesquels Sobraquès Distribution continuera à s'approvisionner auprès de ses fournisseurs locaux.
42. La partie notifiante n'a pas été en mesure de fournir les parts de marché de la nouvelle entité sur les marchés amont de l'approvisionnement, tous canaux de distribution confondus, au niveau national. Elle indique cependant que celles-ci sont nécessairement négligeables compte tenu des parts de marchés très limitées sur les marchés aval par catégories de produits, ce que confirme l'instruction menée au cas présent. Ainsi, sur le marché de l'approvisionnement en surgelés et en glaces, sa part de marché cumulée à l'amont n'excèdera pas [0-5] %.
43. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement en produits alimentaires.

#### **B. ANALYSE HORIZONTALE SUR LES MARCHÉS AVANT DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ALIMENTAIRES À LA RHD**

##### **1. LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS FRAIS À LA RHD**

44. Les activités des parties se recoupent sur les marchés de produits suivants : les fruits et légumes, les produits de la mer, les produits traiteurs, les BOF et les produits carnés. Sur chacun de ces marchés, la part de marché de la nouvelle entité au niveau national sera très inférieure à 5 %, à l'exception du marché des produits carnés sur lequel la nouvelle entité détiendra une part de marché de [5-10] %. Au niveau local, la nouvelle entité disposera d'une

---

<sup>25</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 15-DCC-80 du 26 juin 2015, précitée, point 49.

<sup>26</sup> Le contrat de concession exclusive couvre également la Principauté d'Andorre et un canton situé en Ariège (09) qui sont exclus du périmètre de l'analyse concurrentielle.



part de marché inférieure à 10 % dans la zone de chalandise de Sobraquès Distribution sur le marché des produits frais tous segments confondus. L'incrément de parts de marché résultant de l'opération restera limité au maximum à [0-5] % dans cette zone.

45. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la distribution de produits frais à la RHD.

## **2. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS SURGELÉS ET DE GLACES À LA RHD**

46. Sur le marché national de la distribution de produits surgelés et de glaces à la RHD, la nouvelle entité disposera d'une part de marché de l'ordre de [0-5] %, l'incrément résultant de l'opération étant d'environ [0-5] %. Sur ce marché, le groupe Even fait face à la concurrence d'autres opérateurs nationaux plus puissants disposant d'un maillage sur l'ensemble ou une grande partie du territoire français : Pomona (environ [20-30] %), Davigel-Brake (environ [20-30] %), Relais d'Or Miko (environ [5-10] %) et Transgourmet (environ [5-10] %).
47. Sur un marché de la distribution à la RHD limité aux glaces, crèmes glacées et sorbets, la part de marché du groupe Even est de l'ordre de [5-10] %. Le groupe Even fait face à la concurrence d'autres opérateurs nationaux plus importants tels que Pomona et Davigel-Brake<sup>27</sup>.
48. Au niveau local, la présence du groupe Even est en réalité marginale puisque les ventes de produits surgelés et de glaces réalisées par la société Krill (réseau Krill) sur les départements de la zone de chalandise de Sobraquès Distribution représentaient moins de [0-5] % du chiffre d'affaires de cette société en 2013. Ainsi, le groupe Even au travers de son réseau Krill est en réalité très peu présent dans la zone de chalandise de Sobraquès Distribution, dont la part de marché au niveau local est estimée à [10-20] % antérieurement à l'opération. De plus, dans cette zone, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence de nombreux opérateurs de taille importante dont la localisation des entrepôts et la gamme de produits constituent une offre concurrente, à savoir Pomona (Passion froid et Terre Azur), France Frais, Pro-à-Pro et Back Europ France.
49. Il résulte de ce qui précède que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la distribution de produits surgelés et de glaces à la RHD.

## **3. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS SECS À LA RHD**

50. Sur le marché national de la distribution en gros de produits secs, l'opération aura un impact extrêmement limité sur la concurrence dans la mesure où la part de marché de la nouvelle entité restera inférieure à [0-5] %.
51. Il résulte de ce qui précède que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de la distribution de produits secs à la RHD.

---

<sup>27</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 15-DCC-80 et 15-DCC-141, précitées.

**DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 15-192 est autorisée.

La vice-présidente,

Claire Favre

---

© Autorité de la concurrence