

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 17-DCC-10 du 27 janvier 2017
relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Duc par le groupe
Plukon**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 14 décembre 2016, déclaré complet le 30 décembre 2016, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Duc SA par la société Aurelia Investments BV, formalisée par un protocole de conciliation homologué par le Tribunal de commerce d'Évry le 16 décembre 2016 ;

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 et R. 461-1 ;

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. Le groupe Plukon (ci-après « Plukon ») est actif dans le secteur des poulets qu'il achète vivants en vue de les abattre dans ses abattoirs¹ et de les commercialiser sous forme de viande fraîche ou de produits élaborés. La société Aurelia Investments BV, créée pour les besoins de la présente opération, est contrôlée indirectement par la société Plukon Food Group BV, elle-même détenue à 100 % par la société Bankiva BV qui est à la tête de Plukon.
2. Le groupe Duc (ci-après « Duc ») est un des principaux producteurs de viande de poulet en France. Dans les années 1990, Duc a créé une filière intégrée s'agissant du poulet certifié, qui comprend l'ensemble des étapes de sa chaîne de valeur, de la fabrication d'aliments pour volaille à sa transformation en produits finis². Duc est composé de la société Duc SA et de ses filiales, les sociétés Charolles Accoupage, Drôme Accoupage, Nutri-Bourgogne, Foncière Duc, SCEA de Varennes, SCI de Varennes, Omega, DRB et Volefi, qu'elle contrôle exclusivement.

¹ Le groupe Plukon exploite 8 abattoirs en Europe, aucun n'étant situé sur le territoire français.

² Selon les parties, le poulet certifié se distingue du poulet standard, du poulet Label Rouge ou encore du poulet « Agriculture Biologique ». C'est un poulet de « moyenne gamme ».

La société Duc SA est principalement détenue par le groupe Verneuil (68,24 %) et la coopérative CECAB (16,82 %)³.

3. Duc connaît d'importantes difficultés financières depuis 2012. Une procédure de conciliation a été ouverte le 5 décembre 2016 et s'est conclue le 16 décembre 2016 par un jugement du Tribunal de commerce d'Évry homologuant un protocole de conciliation en date du 14 décembre 2016, qui prévoit l'acquisition de la quasi-totalité des actions de la société Duc SA par la société Aurelia Investments BV⁴.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Duc par Plukon, l'opération constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
5. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxes total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Plukon : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; Duc : [...] d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Plukon : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 ; Duc : [...] d'euros pour le 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

6. En France, les activités des parties se chevauchent principalement sur les marchés de la commercialisation de viande de volaille, sous forme de viande fraîche et de produits élaborés⁵.

A. LES MARCHÉS DE PRODUITS

1. LA COMMERCIALISATION DE VIANDE FRAICHE DE VOLAILLE

7. L'Autorité de la concurrence distingue les marchés de la viande fraîche de volaille des produits surgelés⁶, en s'appuyant d'une part sur la nécessité pour les acteurs de disposer de lignes de congélation/surgélation supplémentaire, et d'autre part, sur le manque de substituabilité du point de vue de la demande entre les produits frais de viande de volaille et les produits surgelés.
8. La pratique décisionnelle considère par ailleurs que le marché de la viande fraîche de volaille peut être segmenté selon l'espèce concernée, notamment au regard des différences de prix et de

³ Une partie du capital social de la société est flottant (10,31 %) et le solde est auto-détenu (4,63 %).

⁴ L'opération sera réalisée d'une part par le biais d'une augmentation de capital de la société Duc à hauteur de 11 millions d'euros, entièrement souscrite par la société Aurelia Investments BV, et d'autre part, par l'acquisition par cette dernière de la totalité des actions détenues par les autres actionnaires de la société Duc SA, hors flottant. Aurelia Investments BV détiendra alors 97,75 % du capital de la société Duc SA.

⁵ Bien que les parties soient toutes les deux actives en matière de collecte et d'abattage de volailles, les marchés géographiques où elles sont actives ne se chevauchent pas.

⁶ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 15-DCC-14 du 24 février 2015 relative à la prise de contrôle conjoint de la société Gastronomes Condom par les sociétés Euralis COOP, SCA Vivadour, Terrena et Maisadour.

goût⁷. Elle opère notamment une distinction entre la viande de dinde, la viande de canard et la viande de poulet.

9. L'Autorité segmente également le marché de la viande fraîche de volaille selon l'existence ou non d'un label⁸. Les volailles sous label possèdent de meilleures qualités organoleptiques et sont vendues à un prix supérieur à celui des volailles dites « standard ». L'Autorité⁹ a également envisagé l'existence de marchés de la viande fraîche de volaille biologique. Par ailleurs, compte tenu de la spécificité de la filière des volailles certifiées, dans laquelle Duc est active, le segment des poulets certifiés pourrait faire l'objet d'un examen spécifique. Ainsi, au cas d'espèce, les poulets standards, certifiés, label et bio seront considérés comme des segments distincts.
10. Par ailleurs, une segmentation supplémentaire, selon les canaux de distribution, a été envisagée en matière de viande fraîche dans la mesure où il existe des besoins différents selon le type d'acheteurs : les grandes et moyennes surfaces alimentaires (ci-après « GMS »), les bouchers et charcutiers artisans (ci-après « BCA »), l'industrie agro-alimentaire (ci-après « IAA ») et la restauration hors foyer (ci-après « RHF »)¹⁰.
11. Enfin, l'Autorité considère qu'en matière de viande fraîche de volaille, il n'est pas pertinent d'opérer une segmentation des marchés entre la viande vendue sous marque de distributeur (ci-après « MDD ») et celle vendue sous marque de fabricant (ci-après « MDF »), dans la mesure où, à ce jour, il n'existe pas d'écart de qualité substantielle entre ces deux types de produits, les différences de prix résultant essentiellement des coûts marketing ou commerciaux supportés par les MDF¹¹.
12. Au cas d'espèce, la question de la délimitation exacte de ces marchés peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées, quelles que soient les segmentations envisagées.

2. LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS ÉLABORÉS À BASE DE VIANDE DE VOLAILLE

13. L'Autorité distingue les marchés de la viande fraîche et les marchés des produits élaborés à base de viande¹². Ces derniers sont définis par la Commission européenne¹³ comme des viandes de mammifères ou d'oiseaux, crues, séchées, fumées ou cuites contenant des ingrédients tels que du sel ou des épices. Un marché des produits élaborés à base de viande de volaille a ainsi été identifié par l'Autorité¹⁴.
14. Au sein du marché des produits élaborés à base de viande de volaille, l'Autorité distingue les produits frais et les produits surgelés, aux motifs que ces derniers nécessitent une ligne de

⁷ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-67 du 23 novembre 2009 relative à l'acquisition de la société Arrivé par la société LDC Volailles, n°10-DCC-119 du 17 septembre 2010 relative à la création d'une entreprise commune de plein exercice, Fermiers du Sud-Ouest, par les sociétés Maisadour et Terrena, n°10-DCC-122 du 17 septembre 2010 relative à la prise de contrôle conjoint de la société Gastronomes Condom par les sociétés Euralis COOP, SCA Vivadour, Terrena et Maisadour, n°13-DCC-13 du 12 février 2013 relative à prise de contrôle de certains actifs du groupe Doux par la société Glon Sanders Holding, n°15-DCC-14 précitée, et n° 16-DCC-33 du 24 février 2016 relative à l'acquisition par LDC Volaille des actifs d'abattage, de commercialisation et de transport de volailles du groupe Agrial.

⁸ Voir les décisions n°09-DCC-67, n°10-DCC-119, n°10-DCC-122, n°13-DCC-13 et n°15-DCC-14 précitées.

⁹ Voir les décisions n°10-DCC-119, n°10-DCC-122 et n°13-DCC-13 précitées.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid.

¹² Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n° 16-DCC-26 du 15 février 2016 relative à la prise de contrôle exclusif de Doux par Terrena et les décisions n° 15-DCC-14 et n° 16-DCC-33 précitées.

¹³ Voir la décision de la Commission européenne n° IV/M.1313 Danish Crown/Vestfjyske du 9 mars 1999.

¹⁴ Voir les décisions n° C2008-27, n° 09-DCC-67 et n° 15-DCC-14 précitées.

congélation/surgélation supplémentaire et que ces deux types de produits ne sont pas substituables du point de vue de la demande¹⁵.

15. A l'instar de la pratique décisionnelle en matière de viande fraîche, le marché des produits élaborés peut également être segmenté selon le canal de distribution (GMS, IAA, RHF et BCA)¹⁶. Le rôle des marques, le conditionnement et le mode de commercialisation des produits diffèrent en effet fortement pour chacun de ces canaux.
16. En outre, la pratique décisionnelle nationale a considéré qu'il convenait de segmenter en fonction du type de « spécialités », en distinguant les produits élaborés crus à base de viande de volaille, les produits élaborés cuits à base de viande de volaille, la charcuterie de volaille et les confits¹⁷.
17. Enfin, elle a estimé qu'en raison de différences de prix, de goût, de qualité et de niveau d'élaboration, les produits élaborés cuits vendus sous MDD n'appartenaient pas au même marché que les produits vendus sous MDF¹⁸. En revanche, une telle distinction n'est pas envisagée en matière de produits élaborés crus¹⁹.
18. Au cas d'espèce, la question de la délimitation exacte de ces marchés peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées, quelles que soient les segmentations envisagées.

B. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

1. LA COMMERCIALISATION DE VIANDE FRAICHE DE VOLAILLE

19. Selon la pratique décisionnelle²⁰, la concurrence sur les marchés de la viande fraîche de volaille s'exerce au niveau national en raison des contraintes de production, de conservation et de livraison.
20. Néanmoins, l'augmentation importante des importations dans la filière de la volaille est susceptible d'élargir la dimension géographique de ces marchés. Comme l'Autorité l'a déjà relevé dans une décision récente, « *les répondants au test de marché s'accordent pour considérer que le marché est appelé, au moins à terme, à revêtir une dimension européenne. Les concurrents actifs sur le marché ont en outre unanimement souligné l'augmentation des importations de produits de viande fraîche dans le secteur, expliquant cette tendance par une meilleure compétitivité des fournisseurs étrangers* »²¹.
21. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause la délimitation géographique de ces marchés, qui seront analysés à l'échelon national.

¹⁵ Voir la décision n° 15-DCC-14 précitée.

¹⁶ Voir les décisions n° 10-DCC-119, n° 10-DCC-122 et n° 15-DCC-14 précitées.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Voir les décisions n° 15-DCC-14, n° 16-DCC-26 et n° 16-DCC-33 précitées.

²⁰ Voir les décisions n° 09-DCC-67, n° 10-DCC-119, n° 10-DCC-122, n° 13-DCC-13 et n° 15-DCC-14 précitées.

²¹ Voir la décision n° 15-DCC-14 précitée.

2. LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS ÉLABORÉS À BASE DE VIANDE DE VOLAILLE

22. La pratique décisionnelle²² estime que les marchés de la commercialisation de produits élaborés à base de viande de volaille sont de dimension nationale. Néanmoins, au vu d'une évolution comparable à celle observée sur le marché de la commercialisation de viande fraîche de volaille, il n'est pas exclu que la dimension géographique de ces marchés soit plus large.
23. En l'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause la délimitation géographique de ces marchés qui seront analysés à l'échelon national.

III. Analyse concurrentielle

24. L'opération emporte des effets horizontaux sur les marchés de la commercialisation de viande fraîche de volaille (A) et de produits élaborés à base de viande de volaille (B), ainsi que des effets congloméraux sur les marchés de la commercialisation de viande de volaille compte tenu de la complémentarité des produits commercialisés par les parties (C).

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX SUR LES MARCHÉS DE LA COMMERCIALISATION DE VIANDE FRAICHE DE VOLAILLE

25. Sur le marché français de la commercialisation de viande fraîche de volaille, sur lequel la nouvelle entité détiendra une part de marché cumulée inférieure à [10-20] %, les activités des parties se chevauchent, d'une part, en matière de poulets standards frais à destination des GMS et, d'autre part, de poulets standards frais à destination de l'IAA.
26. S'agissant de la commercialisation de poulets standards frais à destination des GMS, les parts de marché de Plukon et de Duc sont estimées respectivement à environ [10-20] % et [5-10] %, soit une part de marché cumulée de [10-20] %.
27. S'agissant de la commercialisation de poulets standards frais à destination de l'IAA, les parts de marché de Plukon et de Duc sont estimées respectivement à environ [0-5] % et [10-20] %, soit une part de marché cumulée de [10-20] %.
28. Sur ces deux marchés, les parties font face à une forte concurrence de la part d'acteurs européens et nationaux, tels que, notamment, les groupes Wiesenhof et LDC qui disposent de parts de marché plus importantes que les parties au niveau européen.
29. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés de la commercialisation de viande fraîche de volaille.

²² Voir les décisions n°09-DCC-67 et n° 15-DCC-14 précitées.

B. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX SUR LE MARCHÉ DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS ÉLABORÉS À BASE DE VIANDE DE VOLAILLE

30. Sur le marché français de la commercialisation de produits élaborés à base de viande de volaille, les activités des parties se chevauchent uniquement en matière de produits crus distribués en GMS²³.
31. La part de marché de Plukon est estimée à 5 % au maximum et celle de Duc est comprise entre 5 % et 10 %, de sorte que la nouvelle entité détiendra une part de marché comprise entre 10 % et 15 % sur ce marché.
32. Compte tenu de cette position limitée, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la commercialisation de produits élaborés à base de viande de volaille.

C. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMÉRAUX

33. 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. Certaines concentrations conglomérales peuvent en effet produire des effets restrictifs de concurrence lorsqu'elles permettent de lier, techniquement ou commercialement, les ventes des produits de la nouvelle entité de façon à verrouiller le marché et à en évincer les concurrents.
34. 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. Les lignes directrices renvoient, à cet égard, à un seuil de 30 % de parts de marché pour l'appréciation de cette position de marché.
35. En l'espèce, l'opération est susceptible de conférer à la nouvelle entité une gamme élargie de produits dans le secteur de la commercialisation de viande de volaille dans la mesure où les activités des parties sont essentiellement complémentaires. Duc est actif sur le marché de la commercialisation de viande fraîche de poulets certifiés et Plukon commercialise essentiellement des poulets standards.
36. Au niveau national, les parts de marché de Plukon restent limitées et, en tout état de cause, elles demeurent inférieures à 15 % selon les segments considérés. Les parts de marché les plus élevées de Duc concernent les segments des poulets frais certifiés (environ [20-30] %) et des dindes certifiées (environ [30-40] %) distribués en GMS.
37. En tout état de cause, l'hypothèse d'un scénario de forclusion par le biais d'effets congloméraux peut être écartée. Comme l'Autorité l'a relevé dans une décision récente, « *le test de marché a en effet fait ressortir qu'il n'était pas nécessaire de disposer d'une gamme de produits étendue pour être compétitif. En outre, plusieurs concurrents des parties à la concentration [...] proposent une gamme étendue de produits et apparaissent en mesure de répliquer une éventuelle stratégie d'offres groupées et/ou liées de la nouvelle entité. Enfin, le fort pouvoir de marché de la GMS doit être pris en considération* »²⁴.

²³ Pour mémoire, la pratique décisionnelle n'envisage pas de distinction entre MDD et MDF s'agissant des produits crus distribués en GMS.

²⁴ Voir la décision n° 16-DCC-26 précitée.

38. En l'espèce, même si Duc dispose sur deux segments de marché de positions légèrement supérieures au seuil à partir duquel un effet de levier peut être identifié, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence d'acteurs qui proposent également une gamme étendue de produits et qui sont en mesure de répliquer une éventuelle stratégie d'offres groupées et/ou liées de la nouvelle entité. Il s'agit notamment des sociétés LDC et Galliance²⁵. De plus, les clients concernés par ces éventuels effets congloméraux sont les GMS qui disposent d'un contre-pouvoir important par le biais de centrales d'achat puissantes, d'autant plus qu'elles disposent de la capacité à mettre les produits des parties en concurrence avec des produits importés d'Europe.
39. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 16-266 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva

© Autorité de la concurrence

²⁵ Galliance est le pôle volaille du groupe Terrena, regroupant les activités de Gastronomes et de Doux à la suite de la prise de contrôle exclusif de la société Doux par la société Terrena, autorisée par l'Autorité le 15 février 2016.