

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 17-DCC-153 du 19 septembre 2017
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Les Canards
d’Auzan par CA Holding**

L’Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 25 août 2017, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Les Canards d’Auzan par CA Holding, formalisée par un protocole d’accord en date du 11 juillet 2017 ;

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. CA Holding, contrôlée par CA Animation et ultimement par M. Antoine d’Espous, est active dans le secteur de la production et de la commercialisation de plats cuisinés et de produits à base de canards gras *via* les sociétés Jean Larnaudie et Occitane Plats Cuisinés. Le groupe CA Animation développe également, à travers ses filiales CA Traiteur et Salaisons et Répertoire Culinaire Holding, une activité de production et de commercialisation de charcuterie fine, de produits traiteurs, de produits d’épicerie à destination des professionnels ainsi que de distribution de produits gastronomiques français et européens à l’international auprès d’hôtels et restaurants haut de gamme¹.
2. La société Les Canards d’Auzan (ci-après « Canards d’Auzan ») est active dans la production de produits à base de canards gras, notamment les foies gras et la viande de canard (magrets, aiguillettes). Préalablement à l’opération, Canards d’Auzan est contrôlée par Les Délices d’Auzan, elle-même contrôlée par le groupe Agromousquetaires.

¹ La part de marché de l’acquéreur sur ces marchés (hors produits à base de canards gras) étant inférieure à 5 %, quelles que soient les segmentations retenues, ces marchés ne seront pas analysés ci-après.

3. L'opération envisagée consiste en l'acquisition par CA Holding de 65 % des titres et des droits de vote de Canards d'Auzan². En effet, au terme du protocole d'accord en date du 11 juillet 2017, outre l'acquisition de 54,55 % des titres et des droits de vote, CA Holding souscrira à une augmentation de capital de Canards d'Auzan, concomitante à l'opération, pour détenir *in fine* 65 % des titres et des droits de vote de Canards d'Auzan.
4. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Canards d'Auzan par CA Holding, l'opération notifiée 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 (CA Holding : [...] d'euros pour l'exercice 2015/2016³ ; Canards d'Auzan : [...] d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (CA Holding : [...] d'euros pour l'exercice 2015/2016 ; Canards d'Auzan : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2016). 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. La chaîne de valeur du secteur de la volaille comprend différentes activités : la collecte de volailles vivantes en vue de l'abattage, la commercialisation de viande fraîche et la commercialisation de produits élaborés.
7. Les parties sont simultanément actives sur les marchés des produits élaborés à base de viande et spécifiquement sur les marchés des produits élaborés à base de foie gras et des produits élaborés à base de viande de palmipèdes gras. Canards d'Auzan commercialise également de la viande fraîche de canard gras, marché analysé au titre des effets verticaux.

A. LE MARCHÉ DE LA VIANDE FRAÎCHE DE VOLAILLE

1. MARCHÉ DE PRODUITS

8. L'Autorité de la concurrence distingue les marchés de la viande fraîche de volaille des produits surgelés⁴ en s'appuyant, d'une part, sur la nécessité pour les acteurs de disposer de lignes de

² Au préalable, la société Les Délices d'Auzan aura apporté son fonds de commerce de transformation et de conservation de la viande de volaille et ses actifs immobiliers à Canards d'Auzan.

³ Le chiffre d'affaires de CA Holding doit « prendre en compte toutes les activités du groupe et non celles des seules filiales directement impliquées dans l'opération ou celles relatives aux marchés concernés ou affectés par l'opération » (paragraphe 92 des Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relative au contrôle des concentrations). Il a été calculé en prenant en compte le chiffre d'affaires de CA Holding et de l'ensemble des filiales du groupe CA Animation, pour lesquelles les dates de clôture des comptes diffèrent.

⁴ 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.

congélation/surgélation supplémentaires 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.

9. 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 goût⁵. Elle opère ainsi une distinction entre la viande de dinde, la viande de canard et la viande de poulet.
10. L'Autorité segmente également le marché de la viande fraîche de volaille selon l'existence ou non d'un label⁶. Les volailles sous label possèdent de meilleures qualités organoleptiques et sont vendues à un prix supérieur à celui des volailles dites « standard ». L'Autorité a également envisagé l'existence de marchés de la viande fraîche de volaille biologique⁷.
11. 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 »)⁸.
12. 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 MDF⁹.
13. Concernant plus particulièrement la viande de canard, la pratique décisionnelle¹⁰ a envisagé une segmentation entre canard gras et canard maigre en distinguant les magrets, filets et foie gras issus de canards gras (produits découpés crus et foie gras crus) du marché de la viande fraîche de canard maigre.
14. Canards d'Auzan commercialise de la viande fraîche de canard gras, en particulier à destination de l'IAA.
15. 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.

⁵ 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.

⁶ 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.

⁷ Voir les décisions n° 10-DCC-119, n° 10-DCC-122 et n° 13-DCC-13 précitées.

⁸ Ibid.

⁹ Ibid.

¹⁰ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-DCC-42 du 16 septembre 2009 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Les Fermiers Landais par la société Maisadour, la décision n° 11-DCC-65 du 2 mai 2011 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Alfesca par la société coopérative Lur Berri et la décision n° 11-DCC-190 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle conjoint de Financière de Kiel par LBO France Gestion et Lur Berri. .

2. MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

16. Selon la pratique décisionnelle¹¹, 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.
17. 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* »¹².
18. 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.

B. LE MARCHÉ DES PRODUITS ÉLABORÉS À BASE DE VIANDE DE VOLAILLE

1. MARCHÉ DE PRODUITS

19. La pratique décisionnelle¹³ a défini les produits à base de viande comme des produits à base de viandes de mammifères ou d'oiseaux crues, séchées, fumées ou cuites, contenant des ingrédients tels que du sel ou des épices.
20. La pratique décisionnelle a analysé plus spécifiquement les marchés des produits élaborés à base de viande de volaille¹⁴. Comme pour les marchés de la viande fraîche, la pratique décisionnelle¹⁵ segmente le marché des produits élaborés selon le canal de distribution (GMS, IAA, RHF et BCA). Le rôle des marques, le conditionnement et le mode de commercialisation des produits sont en effet très différents sur chacun de ces canaux.
21. En outre, la pratique décisionnelle nationale¹⁶ a considéré qu'il convenait de segmenter en fonction du type de « spécialités », en opérant une distinction entre 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 confits.

¹¹ 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.

¹² Voir la décision n° 15-DCC-14 précitée.

¹³ Voir les lettres du ministre de l'économie C 2007-30, en date du 27 juin 2007 au président du directoire de la société Socopa relative à une concentration dans le secteur de la charcuterie industrielle, C 2007-167 du 26 décembre 2007, au conseil de la société Bigard, relative à une concentration dans le secteur de l'industrie de transformation de la viande et C 2008-100 du 17 février 2009, au conseil de la société Bigard, relative à une concentration dans le secteur de la viande et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-22 du 8 mars 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Spanghero par la société coopérative Lur Berri.

¹⁴ Voir la lettre du ministre de l'économie C 2008-27 du 19 mai 2008 aux conseils de la société Gastronomer, relative à une concentration dans le secteur de la commercialisation de viande de poulet et de dinde et les décisions n° 09-DCC-67, n° 15-DCC-14 et n° 16-DCC-33 précitées.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

22. Elle a, en outre, 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 MDF¹⁷.
23. Enfin, l'Autorité de la concurrence a envisagé une sous-segmentation des marchés des produits élaborés à base de viande de volaille, qui distinguerait les produits frais des produits surgelés, aux motifs que les produits surgelés nécessitent une ligne de congélation/surgélation supplémentaire et que les produits de viande de volaille frais ou surgelés ne sont pas substituables du point de vue de la demande¹⁸.
24. La pratique décisionnelle nationale¹⁹ a également analysé plus spécifiquement les marchés des produits issus de palmipèdes gras et a envisagé de les segmenter en fonction :
 - i. des caractéristiques des produits : produits à base de foie gras, d'une part, et produits à base de viande de palmipèdes à foie gras, d'autre part. Une segmentation en fonction de l'espèce animale (oie ou canard) dont les produits sont issus a été envisagée. Pour les produits à base de foie gras, une sous-segmentation plus fine a été envisagée entre (i) les produits à base de foie gras cru et (ii) les produits à base de foie gras cuits ou mi-cuits avec une possible distinction au sein de ce segment entre le foie gras entier et les autres produits à base de foie gras (bloc, mousse de foie gras). Pour les produits à base de viande de palmipèdes gras, une sous-segmentation plus fine a été envisagée entre (i) les produits découpés crus comprenant les magrets et filets, (ii) les produits élaborés et (iii) le confit de canard ;
 - ii. du circuit de distribution : GMS, RHD ;
 - iii. du positionnement commercial des produits : MDF et MDD.
25. En l'espèce, les parties sont simultanément actives en tant que vendeurs sur les marchés des produits élaborés à base de viande de volaille et plus spécifiquement des produits à base de foie gras et de viande de palmipèdes gras. S'agissant des produits élaborés à base de foie gras cru, CA Holding est également acheteur de ces produits.
26. Il n'est pas nécessaire de se prononcer sur la délimitation exacte de ces marchés, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la délimitation retenue.

2. MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

27. Les autorités de concurrence nationale et européenne ont retenu une dimension nationale pour les marchés de produits élaborés à base de viande tout comme pour les marchés du foie gras, dans la mesure où les produits à base de foie gras et la viande de palmipèdes gras constituent des produits traditionnels de terroir essentiellement fabriqués et consommés de manière uniforme en France.
28. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la dimension nationale des marchés concernés à l'occasion de la présente opération.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Voir notamment les décisions n° 11-DCC-190 du 16 décembre 2011 relative à l'acquisition du contrôle conjoint de Financière de Kiel par LBO France Gestion et Lur Berri et 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 Maisadour.

III. Analyse concurrentielle

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

29. D'après les estimations des parties à l'opération, sur les marchés des produits élaborés à base de viande de volaille, à l'exception des marchés décrits ci-dessous, la nouvelle entité détiendra une part de marché inférieure à 5 %, quelle que soit la segmentation retenue.
30. Sur le marché du confit de volaille, la part de marché de la nouvelle entité sera inférieure à 25 %, quelle que soit la segmentation retenue. Celle-ci sera confrontée à la concurrence de nombreux opérateurs. Euralis et Maisadour détiennent chacun une part de marché comprise entre [20-30] %, Lur Berri détient une part de marché comprise entre 10 et 20 %, La Quercynoise et Procanar détiennent chacun une part de marché comprise entre 5 et 10 %
31. Sur les marchés des produits élaborés à base de foie gras et des produits élaborés à base de viande de palmipèdes gras, la part de marché de la nouvelle entité sera inférieure à 25 %, quelle que soit la segmentation retenue.
32. Sur ces marchés, la nouvelle entité restera confrontée à de nombreux opérateurs. S'agissant des produits élaborés à base de foie gras et à base de viande de palmipèdes gras, Euralis et Maisadour détiennent une part de marché respective comprise entre [20-30] %, Lur Berri détient une part de marché comprise entre 10 et 20 %, La Quercynoise et Procanar détiennent une part de marché respective comprise entre 5 et 10 %²⁰. De nombreux acteurs de plus petite taille sont également présents sur ces marchés.
33. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux, sur l'ensemble de ces marchés.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

34. Une concentration verticale est susceptible de porter atteinte à 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, 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.
35. En l'espèce, l'opération permet à CA Holding d'être présent en tant que vendeur de produits découpés crus de canards gras et de foie gras crus à destination de l'IAA. Le groupe étant déjà présent en tant qu'acheteur sur ce segment, l'opération est susceptible de renforcer son intégration verticale.
36. Or, l'Autorité rappelle que le risque que le renforcement vertical engendré par une opération de concentration entraîne un effet de verrouillage est généralement considéré comme peu probable lorsque la part de marché de la nouvelle entité est inférieure à 30 %²¹.

²⁰ Selon les estimations des parties.

²¹ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, paragraphe 453.

37. En l'espèce, Canards d'Auzan ne représente qu'une part de marché inférieure à [5-10] % sur le marché des produits découpés crus de canard gras à destination de l'IAA et CA Holding représente moins de [5-10] % des achats sur ce marché. S'agissant du foie gras cru, Canards d'Auzan détient une part de marché de [20-30] % sur le marché du foie gras cru à destination de l'IAA et CA Holding représente moins de [10-20] % des achats sur ce marché.
38. En conséquence, la présente opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur les marchés de la viande fraîche de volaille et des produits élaborés à base de viande de volaille et, en particulier, de palmipèdes gras.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 17-158 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva

© Autorité de la concurrence