



**Décision n° 17-DCC-23 du 17 février 2017
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Brient par
la coopérative agricole Agrial**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 17 janvier 2017, relatif à l'acquisition par la coopérative agricole Agrial de la société Brient, formalisée par un contrat de cessions d'actions en date du 6 janvier 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. **Agrial** est la société mère du groupe coopératif agricole et agroalimentaire Agrial qui regroupe environ 14 000 exploitations agricoles implantées principalement dans 19 départements, de la Normandie au sud de la Loire et dans le sud-est de la France. Le groupe Agrial intervient dans plusieurs secteurs agricoles et agroalimentaires : lait, viandes, céréales, légumes, boissons, etc. La coopérative fournit par ailleurs à ses adhérents des produits et services tels que semences, alimentation animale, agrofourniture, équipement agricole, distribution rurale. La coopérative Agrial détient un grand nombre de filiales actives dans ces divers secteurs. Elle détient en particulier, par le biais d'Agrial entreprise (qu'elle détient à [...] %) puis de Sofia BVA* (détenue à [...] % par Agrial entreprise), le contrôle exclusif sur deux entreprises, Cosme et Maître Jacques, toutes deux actives dans le secteur de la transformation et commercialisation de viande. Sofia BVA* détient [...] % du capital de Maître Jacques et [...] % du capital de Cosme, sur laquelle elle exerce, avec la famille Cosme, un contrôle conjoint.

* Rectification d'erreur matérielle.

2. **Brient** est une société active dans le secteur de la fabrication et la commercialisation de viandes de porcs de 4^{ème} transformation, en produits de charcuterie uniquement. Ces productions sont commercialisées exclusivement auprès de la GMS, sous marque de fabricant (« Brient ») et sous marque de distributeur, auprès des grossistes et d'opérateurs de la restauration hors foyer, ainsi qu'auprès d'opérateurs de l'industrie agroalimentaire. Brient possède deux sites de production en Ile-et-Vilaine et emploie 400 salariés.
3. Aux termes d'un accord de cession d'actions en date du 6 janvier 2017, l'opération consiste en l'acquisition de 100 % du capital et des droits de vote de Brient par la coopérative Agrial, par l'intermédiaire des sociétés Agrial entreprise et Sofia BV. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Brient par Agrial, l'opération constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
4. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total hors taxes sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Agrial : [...] d'euros pour l'exercice 2015 ; Brient : [...] d'euros pour le même exercice). En France, les entreprises concernées ont réalisé un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Agrial : [...] d'euros ; Brient : [...] d'euros). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

5. Dans le secteur de la transformation et de la commercialisation de viandes, la pratique décisionnelle opère une segmentation entre les différents stades de transformation de la viande, qui correspondent au cycle de traitement des animaux et de leur viande. La première transformation comprend la collecte d'animaux vivants en vue de l'abattage, à l'issue de laquelle sont obtenus et vendus les carcasses et les coproduits. La deuxième transformation comprend le désossage et la découpe des carcasses. La troisième transformation consiste en la mise sous barquettes de viande prête à cuire, destinée au consommateur final. Enfin, la quatrième transformation correspond à la fabrication de produits élaborés à base de viande¹.
6. Les parties sont simultanément actives sur les marchés de la charcuterie salaison de porc, marchés de la quatrième transformation (B). Par l'intermédiaire de sa filiale Cosme, Agrial est par ailleurs présente sur les marchés de la deuxième et troisième transformation (A). Elle est enfin présente sur le marché de la quatrième transformation pour les autres types viandes que la viande de porc (principalement bœuf, veaux et volailles), par l'intermédiaire de sa filiale Maître Jacques ainsi que pour les produits élaborés à base de viande de porcs, hors charcuterie salaison (B).

¹ Voir les décisions 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, n°10-DCC-31 de l'Autorité de la concurrence du 14 avril 2010, relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Bigard par la société C2 Développement (groupe Terrena) ; ; n°11-DCC-68 du 26 mai 2011 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Poujol Frères et Poujol Froid par la société Arcadie Sud-Ouest ; n°11-DCC-154 du 24 octobre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société financière du Forest, holding du groupe GAD, par la société Centrale Coopérative Agricole Bretonne et n°13-DCC-116 du 28 août 2013 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe VanDrie de la société Tendriade-Collet S.A.S.

A. LES MARCHÉS DE LA DEUXIÈME ET DE LA TROISIÈME TRANSFORMATION

1. MARCHÉ DE PRODUITS

7. Sont appelées « viandes issues de la deuxième transformation » des viandes découpées et/ou désossées, souvent présentées sous vide pour une meilleure conservation, et commercialisées auprès de différents types de clients², qui procéderont à une transformation ultérieure de cette marchandise en vue de sa présentation à la vente.
8. En matière de viande fraîche, la pratique décisionnelle considère qu'il existe un marché par espèce animale³. Le marché a aussi été segmenté par canaux de distribution : GMS, BCA, IAA et RHD⁴.
9. En ce qui concerne plus spécifiquement la viande bovine, la pratique décisionnelle⁵ a considéré qu'il pouvait être pertinent de distinguer la viande vendue sous la forme de muscle et celle vendue sous la forme de minerai. Le muscle provient en effet d'un même animal et a en général pour destination la fabrication de pièces de viande portant des appellations différentes selon le muscle concerné (bavette, paleron, etc.), tandis que le minerai, qui constitue la matière première du steak haché, est composé d'un ensemble de divers muscles et est souvent le résultat du mélange de viandes d'animaux différents.
10. S'agissant enfin de la viande porcine, la pratique décisionnelle⁶ a envisagé de faire des marchés de la deuxième et troisième transformations un marché unique, tout en laissant la question ouverte.
11. Sont appelés « viandes issues de la troisième transformation » des viandes prêtes à cuire, conditionnées sous la forme d'Unités de Vente Consommateur Industrielles (« UVCI ») et directement présentables à la vente. Les marchés de la viande issue de la troisième transformation sont segmentés selon l'espèce et selon le canal de distribution⁷.
12. Concernant la viande bovine vendue sous UVCI, la pratique décisionnelle a considéré que les steaks hachés constituaient une catégorie particulière de produits, compte tenu de la place prépondérante qu'ils occupent dans les ventes totales de viande bovine. En outre, elle a opéré une distinction entre les steaks hachés frais et les steaks hachés surgelés, en raison de l'existence de différences de prix, de contraintes sanitaires de production et de modes de conservation entre ces deux types de produits⁸.

² *Ibid.*

³ Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.1313 Danish Crown / Vestjyske Slagterier du 9 mars 1999, ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence 09-DCC-52 du 19 octobre 2009 relative à la prise de contrôle de la société Brocéliande ALH SA par le groupe Cooperl Arc Atlantique, n°10-DCC-31 du 14 avril 2010 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Bigard par la société C2 Développement et n° 16-DCC-178 du 15 novembre 2016 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Dufour Sisteron, Ovimpex et Ovimpex Distribution par la coopérative Arterris.

⁴ Voir notamment la décision de la Commission européenne COMP/M.3968, Sovion/Südfleisch du 21 décembre 2005, ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence et n°13-DCC-116 et n° 16-DCC-178 précitées.

⁵ Voir notamment la décision du ministre de l'économie C2008-100 du 17 février 2009, au conseil de la société BIGARD, relative à une concentration dans le secteur de la viande, ainsi que les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-31 et n° 10-DCC-22 précitées.

⁶ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 15-DCC-33 du 20 mars 2015 relative à la prise de contrôle exclusif de certains actifs du groupe Gad par la Société Vitreenne d'Abattage Jean Roze et n° 11-DCC-154 précitée.

⁷ Voir la décision du ministre de l'économie C2008-100 précitée et les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 15-DCC-33 et n° 11-DCC-68 précitées.

⁸ Voir la décision du ministre de l'économie C2008-100 précitée et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-68 précitée.

13. Enfin, s'agissant des ventes à destination de la GMS, la pratique décisionnelle a envisagé, tout en laissant la question ouverte, une segmentation selon le positionnement du produit (marque de fabricant ou MDF, marque de distributeur ou MDD, marque de hard discount ou MHD et marque de premier prix ou MPP)⁹. En l'espèce toutefois, la question d'une segmentation du marché de la viande vendue sous UVCI selon le positionnement commercial peut être laissée ouverte, dans la mesure où, quelle que soit l'hypothèse retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.
14. En l'espèce, seul l'acquéreur est actif sur les marchés de la deuxième et troisième transformation. Ces marchés ne seront pris en compte qu'au titre de l'analyse des effets verticaux et congloméraux.

2. MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

15. La pratique décisionnelle européenne a considéré que les marchés de la viande fraîche (deuxième et troisième transformations) étaient de dimension nationale. Cependant, elle a également noté, pour la viande porcine, la tendance à l'augmentation des flux commerciaux transnationaux, ce qui suggérerait une dimension géographique plus large que nationale¹⁰.
16. Au cas d'espèce, l'analyse sera menée au niveau national. La question de la dimension géographique de ces marchés peut rester ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.

B. LES MARCHÉS DE LA QUATRIÈME TRANSFORMATION

1. MARCHÉ DE PRODUITS

17. La quatrième transformation correspond aux produits élaborés à base de viande. La Commission européenne¹¹ a ainsi défini ces produits comme des viandes de mammifères ou d'oiseaux crues, séchées, fumées ou cuites, contenant des ingrédients tels que du sel ou des épices. Cette définition a été reprise par l'Autorité de la concurrence¹².
18. Les autorités de concurrence nationales ont analysé plus spécifiquement les marchés de la charcuterie¹³, qui concernent principalement la viande de porc. Pour ces marchés, la pratique décisionnelle a opéré une segmentation en fonction de la famille à laquelle appartient le produit et du canal de distribution (GMS, IAA et RHF) et, pour les GMS, a envisagé une sous segmentation en fonction du mode de distribution (libre-service ou à la coupe) et du positionnement des produits¹⁴.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Voir notamment les décisions l'Autorité de la concurrence n° 15-DCC-33 précitée.

¹¹ Décision de la Commission européenne COMP/M.1313 Danish Crown / Vestjyske Slagterier.

¹² Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-31 ; n°10-DCC-22 ; n°11-DCC-68 ; n°11-DCC-154, n°13-DCC-116 précitées et 15-DCC-33.

¹³ Voir la lettre du ministre de l'économie C2007-153 du 15 février 2008, Pierre Schmidt ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence 09-DCC-52 du 12 octobre 2009 relative à la prise de contrôle de la société Brocéliande ALH SA par le groupe Cooperl Arc Atlantique.

¹⁴ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence 09-DCC-52 et n°11-DCC-154 précitées.

19. S'agissant de la segmentation par famille de produits, l'INSEE, le ministère de l'agriculture et la Fédération Française des Industriels Charcutiers, Traiteurs, Transformateurs de Viandes (FICT) utilisent une nomenclature qui distingue vingt-trois familles de produits regroupés selon leur mode de préparation (crus ou cuits), la technologie employée (salage, séchage, fumage, cuisson, conserve, surgelés) et la nature de la viande employée (porc, volaille, bœuf, gibier, etc.). La pertinence de cette segmentation en vingt-trois familles de produits, n'a, à ce jour, pas été mise en cause, les opérations examinées ne posant pas de problèmes de concurrence même à ce niveau très fin de segmentation¹⁵.
20. S'agissant de la segmentation, pour les GMS, selon le positionnement des produits¹⁶, entre, d'une part, les marques de fabricant (« MDF ») et, d'autre part, les marques de distributeur (« MDD »), marques de premier prix (« MPP ») et marques hard discount (« MHD ») (ci-après désignées ensemble sous l'abréviation « MDD »), la pratique décisionnelle européenne et nationale s'est interrogée sur sa pertinence pour les marchés de la charcuterie salaison de porc, tout en laissant la question ouverte¹⁷.
21. Au cas d'espèce, il n'est pas nécessaire de se prononcer sur la délimitation exacte des marchés, les conclusions de l'analyse demeurant inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.
22. Par l'intermédiaire de la société Maître Jacques, l'acquéreur est seul présent sur les marchés de la quatrième transformation relatifs aux autres viandes que la viande de porc ainsi que sur les marchés des produits autres que les produits de charcuterie appartenant aux familles de produits FICT. En revanche, l'acquéreur et la cible sont tous deux présents sur le marché de la quatrième transformation, pour les produits appartenant aux familles FICT.

2. MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

23. Les autorités de concurrence nationales et communautaires ont retenu une dimension nationale pour les marchés de la quatrième transformation.
24. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la dimension nationale des marchés concernés à l'occasion de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

25. Les effets horizontaux (A) ainsi que les effets verticaux (B) et congloméraux (C) de l'opération seront analysés successivement.

¹⁵ Voir notamment les décisions précitées 09-DCC-52 et 11-DCC-154.

¹⁶ Voir notamment les décisions précitées 09-DCC-52 et 11-DCC-154 ainsi que la décision du ministre C2007-153 du 15 février 2008 /lettre aux conseils du groupe Pierre Schmidt relative à une concentration dans le secteur de la charcuterie et des produits traiteurs.

¹⁷ Voir notamment les décisions précitées 09-DCC-52 et 11-DCC-154 ainsi que la décision de la Commission européenne COMP/M.4257 Smithfield/oaktree/Sara Lee Foods Europe du 28 juillet 2006.

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX SUR LES MARCHÉS DE LA QUATRIÈME TRANSFORMATION DE VIANDE PORCINE

26. En matière de charcuterie et salaison de porc, l’Autorité de la concurrence a retenu une segmentation basée sur la nomenclature élaborée et utilisée par l’INSEE, le Ministère de l’Agriculture et la FICT (Fédération des industries charcutières, traiteurs et transformatrices de viandes), laquelle distingue vingt-trois familles de produits regroupés selon leur mode de préparation (crus ou cuits), la technologie employée (salage, séchage, fumage, cuisson, conserve, surgelés) et la nature de la viande employée (porc, volaille, bœuf, gibier, etc.). Ces différentes familles sont par ailleurs distribuées par les parties dans les canaux traditionnels, GMS, IAA et RHF. Le tableau suivant, représente les segments sur lesquels les parties sont présentes individuellement et simultanément (la présence simultanée est représentée par un X).

Catégorie FICT	GMS	RHF/ Grossistes	IAA
Jambons avec os	Agrial	Agrial	
Jambons désossés			
Epaules, palettes avec os	Agrial		
Epaules, palettes désossées			
Poitrines et leurs morceaux salés, saumurés, séchés ou fumés	Agrial	Agrial	
Autres viandes de porc salées, saumurées, séchées ou fumées	Agrial	Agrial	
Viandes de bœuf salées, séchées ou fumées			
Viandes, abats de volailles et/ou gibier salés, s., s. ou f.	Agrial		
Jambons cuits	X	X	Brient
Epaules cuites			
Autres pièces cuites	X	X	Brient
Saucisses et saucissons secs			
Saucissons cuits ou à cuire	X	X	Brient
Saucisses cuites ou à cuire	Agrial	Agrial	Brient
Andouilles, andouillettes, boudins	X	X	Brient
Saucisses et saucissons de foie			
Pâtés et préparations diverses à base de foie	X	X	Brient
Autres prép. et conserves à base de porc, yc. les mélanges	X	X	Brient
Pâtés et préparations diverses à base de volaille ou de gibier	X	X	Brient
Préparations et conserves à base de boeuf, boeuf et mélanges	X	X	
Charcuteries pâtisseries			
Plats cuisinés à base de porc, y compris les mélanges	X	Brient	Brient
Saindoux	Agrial		

27. En matière de GMS tout d’abord, les parties ont distingué, pour les marchés sur lesquels il existe des chevauchements, les produits disponibles en libre-service des produits disponibles à la coupe d’une part, et d’autre part, les produits distribués en MDD des produits distribués en MDF.
28. Selon cette segmentation, il apparaît que, même sur les segments sur lesquels Brient dispose des parts de marché les plus importantes ([5-10] % sur le segment MDD de la famille « autres pièces cuites » vendue en libre-service, ou [5-10] % sur la famille « andouilles, andouillettes

et boudins » commercialisée à la coupe), la position de la nouvelle entité demeurera inférieure à [10-20] % avec un incrément toujours inférieur à [0-5] %.

29. S’agissant du canal de distribution de la RHF et des grossistes, les parts de marché de Brient sont plus importantes et peuvent se situer entre [20-30] % et [20-30] % sur certaines familles de produits, comme le montre le tableau suivant.

En volume - 2015	RHF / Grossistes		
	Agrial	Brient	Total
Jambons cuits	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
Autres pièces cuites	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%
Saucissons cuits ou à cuire	[0-5]%	[20-30]%	[20-30]%
Andouilles, andouillettes, boudins	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%
Pâtés et préparations diverses à base de foie	[0-5]%	[20-30]%	[20-30]%
Autres prép. et conserves à base de porc, yc. les mélanges	[0-5]%	[20-30]%	[20-30]%
Pâtés et préparations diverses à base de volaille ou de gibier	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%
Préparations et conserves à base de bœuf, bœuf et mélanges	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

30. Sur ces segments néanmoins, l’activité de l’acquéreur est extrêmement marginale de sorte que l’incrément d’activité apporté par l’opération restera inférieur à [0-5] % sur ce canal de distribution.
31. Par ailleurs, sur l’ensemble des canaux de distribution, la nouvelle entité fera face à la concurrence de groupes puissants, disposant pour certains d’une image de marque forte, de parts de marché élevées et de vastes portefeuilles de produits. Ainsi, sur les segments des GMS, les parties estiment que les groupes Nestlé/Herta et Fleury Michon, disposeraient chacun de parts de marché comprises entre 10 % et 20 %. S’agissant de segment de la RHF, les parties estiment que Cooperl/Broceliande disposerait d’une part de marché comprise entre 5 % et 10 %, et constatent que les groupes les plus importants du secteur sont également actifs sur ce canal de distribution (Nestlé/Herta, Fleury Michon, Turenne Lafayette et Euralis/Jean Stalaven), de même que sur celui de l’IAA.
32. Compte tenu de ces éléments, l’opération n’est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d’effets horizontaux sur les marchés de la charcuterie salaison, marché de la quatrième transformation de viande de porc.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

33. 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 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. La stratégie

de verrouillage peut également concerner les produits des fabricants actifs en amont et réduire ainsi leurs débouchés commerciaux. L'Autorité considère néanmoins qu'il est peu probable qu'une entreprise ayant une part de marché inférieure à 30 % sur un marché donné puisse verrouiller un marché en aval ou en amont de celui-ci¹⁸.

34. Contrairement à l'acquéreur, la cible, n'est pas présente en amont, sur les marchés de la deuxième et troisième transformation de viande de porc. Pour sa production de charcuterie, Brient s'approvisionne auprès de fournisseurs tiers. L'appartenance de Brient à un groupe verticalement intégré est donc susceptible de modifier ses conditions d'approvisionnement et potentiellement de restreindre les débouchés de ses fournisseurs.
35. Il apparaît cependant que les achats de Brient en matière de porcs sont repartis entre plusieurs fournisseurs, chacun ne représentant qu'une part relativement faible¹⁹ des besoins de l'entreprise. D'autre part, le poids de Brient sur le marché national des achats en matière de porc, reste extrêmement faible. Les parties estiment ainsi que Brient représente moins de [0-5] % des achats sur les marchés de la deuxième transformation de viande de porc, seul marché sur lequel Brient s'approvisionne.
36. Enfin, cette intégration verticale pourrait être de nature à léser les concurrents de Brient sur les marchés de la charcuterie salaison, dans l'hypothèse où l'acquéreur déciderait de réduire, voire de suspendre ses ventes de produits de porcs issus de la deuxième et troisième transformation à des concurrents de Brient situés en aval. Sur ces marchés de la deuxième et troisième transformation néanmoins, Agrial estime que ses parts de marchés restent inférieures à [0-5] %, quel que soit le segment considéré. Une telle inflexion dans la politique commerciale d'Agrial au profit de Brient ne serait donc pas susceptible de restreindre la capacité d'approvisionnement de ses concurrents.
37. Dans ces conditions, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence dans le secteur de la charcuterie salaison, par le biais d'effets verticaux.

C. ANALYSE DES EFFETS CONGLOMÉRAUX

38. Une concentration est également 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.
39. 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.
40. En l'espèce, les parties estiment que sur l'ensemble des segments de marché de la deuxième et troisième transformation, pour les produits autres que ceux issus du porc, leurs parts de marchés demeurent inférieures à [0-5] %. Les parties indiquent enfin que sur les différents

¹⁸ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, point 453.

¹⁹ 18 % au maximum (cf. annexe 12).

segments du marché de la quatrième transformation, pour les produits à base de porcs ne faisant pas partie des familles FICT, leurs parts de marché sont également inférieures à [0-5] %.

41. Dans ces circonstances, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de la charcuterie salaison par le biais d'effets congloméraux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 17-005 est autorisée.

La vice-présidente,

Claire Favre

© Autorité de la concurrence