

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 17-DCC-24 du 21 février 2017  
relative à la prise de contrôle exclusif de Yéo Frais par le groupe  
Les Maîtres Laitiers du Cotentin**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 19 janvier 2017, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Yéo Frais par le groupe Les Maîtres Laitiers du Cotentin, formalisée par un contrat de transfert de titres en date du 22 novembre 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 ;

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 Agricole Laitière Les Maîtres Laitiers du Cotentin (ci-après « MLC ») est une société coopérative agricole, tête du groupe MLC. MLC est actif dans le secteur de la collecte de lait et de la fabrication de produits laitiers frais. MLC collecte du lait auprès de [...] exploitations basées en Normandie, presque exclusivement dans le département de la Manche. Elle utilise le lait collecté pour fabriquer essentiellement de la crème, du beurre, du lait de consommation, des fromages frais et des fromages à pâtes pressées à destination des secteurs du commerce de détail, de la restauration hors domicile (ci-après « RHD ») et de manière marginale à destination de l'industrie agroalimentaire (ci-après « IAA »). Elle exerce également une activité de sous-traitance de fabrication de fromage pour le compte de [confidentiel]. MLC détient à 100 % la société holding France Frais dont les filiales sont actives dans le secteur de la distribution en gros de produits alimentaires et notamment de produits laitiers auprès des acteurs de la RHD. MLC exerce également de manière marginale une activité de commerce de détail de produits laitiers dans des crèmeries situées en région parisienne et à Lyon.
2. Yéo Frais est une société par actions simplifiée active dans le secteur des yaourts et de la crème fraîche. Les produits qu'elle fabrique sont essentiellement commercialisés auprès des

commerces de détail en grandes et moyennes surfaces (ci-après « GMS ») et magasins de proximité sous marque de distributeur ainsi qu'auprès du secteur de la RHD. Elle commercialise également des yaourts sous marque propre auprès des magasins bio et de la crème auprès de l'industrie agro-alimentaire. Enfin, elle fabrique des yaourts à base de lait de brebis et de lait de chèvre pour le compte de [confidentiel] qui les commercialise sous sa propre marque. Yéo Frais est contrôlée exclusivement par le groupe Sodial.

3. Au terme du contrat de transfert de titres en date du 22 novembre 2016, l'opération consiste en l'acquisition de 100 % des titres de la société Yéo Frais par MLC. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif de Yéo Frais par MLC, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du Code de commerce.
4. Les entreprises concernées ont réalisé ensemble un chiffre d'affaires hors taxes consolidé sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros au dernier exercice clos (Les Maîtres Laitiers du Cotentin : [...] d'euros au 31 mars 2016 ; Yéo Frais : [...] d'euros au 31 décembre 2015). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Les Maîtres Laitiers du Cotentin : [...] d'euros au 31 mars 2016 ; Yéo Frais : [...] d'euros au 31 décembre 2015). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au point I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

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

5. Les parties à l'opération sont simultanément actives sur le marché aval de transformation et de commercialisation de crème auprès de différents canaux de distribution. MLC est présente sur le marché amont de la collecte de lait et sur le marché aval du commerce de gros de produits laitiers via sa filiale France Frais. Yéo est pour sa part présente sur le marché connexe de la fabrication de yaourts.
6. Dans le secteur du lait, la pratique décisionnelle opère de manière constante une distinction entre (i) les marchés amont de la collecte de lait et (ii) les marchés aval de la commercialisation du lait de consommation et d'autres produits dérivés du lait.

### **A. LES MARCHÉS AMONT DE LA COLLECTE DE LAIT**

#### **1. LES MARCHÉS DE PRODUITS**

7. La pratique décisionnelle communautaire<sup>1</sup> et nationale<sup>2</sup> considère que les marchés de la collecte de lait doivent être distingués selon le type de lait concerné (lait de vache, lait de

---

<sup>1</sup> Voir notamment la décision de la Commission européenne n° COMP/M.4344 - Lactalis/Nestlé/JV(II)

<sup>2</sup> Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 16-DCC-59 du 19 avril 2016 relative à la prise de contrôle exclusif des coopératives Colarena Presqu'Île, Poitouaine, UCAL-CP, Laiterie Coopérative du Pays de Gâtine, Coopérative Fromagerie de Chaunay, Monts Laitis et Val Sud par la coopérative agricole Agrial, n° 13-DCC-162 du 15 novembre 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la

brebis etc.). Il a également été envisagé des segmentations plus fines isolant notamment le lait issu de l'agriculture biologique<sup>3</sup> ou le lait destiné à la fabrication de produits sous appellation d'origine contrôlée<sup>4</sup> ou protégée (« AOC » ou « AOP »).

8. En l'espèce, MLC est présente sur le marché de la collecte de lait de vache conventionnel. La question de la délimitation précise de ces marchés peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées, quelles que soient les délimitations retenues.

## 2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

9. Dans les États membres concernés par les opérations qu'elle a examinées, la Commission européenne a estimé que les marchés de la collecte de lait avaient une dimension nationale<sup>5</sup>. Elle a néanmoins relevé que « *si le lait cru classique peut théoriquement être transporté sur de longues distances, la distance moyenne entre les exploitations et les unités de transformation est d'approximativement 40 à 50 km* »<sup>6</sup>. Pour la France, les autorités de la concurrence ont aussi retenu un rayon d'environ 50 kilomètres autour des laiteries et analysé les opérations au niveau régional, départemental ou infra-départemental<sup>7</sup>.
10. En l'espèce, MLC a estimé ses parts de marché en matière de collecte de lait de vache conventionnel aux niveaux national, régional et départemental, ses adhérents étant situés dans le département de la Manche en Normandie.

## B. LES MARCHÉS AVAL DE LA TRANSFORMATION ET DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS LAITIERS

### 1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

11. À l'occasion de sa décision COMP/M.5046, Friesland Foods/Campina, la Commission européenne<sup>8</sup> a distingué, au sein du marché de la fabrication et de la commercialisation des produits laitiers, dix principaux segments de marché distincts : (i) les produits laitiers de base (lait, yaourt), (ii) le fromage, (iii) le beurre, (iv) les yaourts à valeur ajoutée et le fromage blanc, (v) les boissons lactées aromatisées, (vi) les desserts lactés frais, (vii) la crème, (viii) les blanchisseurs liquides de café, (ix) les émulsions sèches en bombe et (x) le lactose. Elle a envisagé des sous-segmentations au sein de chacun de ces marchés.

---

*société coopérative agricole Alliance Agro Alimentaire Coopérative par la société coopérative Sodiaal Union, n°13-DCC-47 du 17 avril 2013 relative à la prise de contrôle de la coopérative Les Fromageries de Blâmont par la coopérative Sodiaal Union, n° 12-DCC-83 du 13 juin 2012 relative à la fusion entre Nordmilch eG, Humana Milchunion eG et Molkereigenossenschaft Bad Bibra eG, n° 11-DCC-150 du 10 octobre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la coopérative Elle-et-Vire par le groupe coopératif Agrial et n° 10-DCC-110 du 1<sup>er</sup> septembre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Entremont par le groupe Sodiaal.*

<sup>3</sup> Voir notamment la décision n° 12-DCC-83 précitée et la décision de la Commission européenne n° COMP/M.5046 - Friesland Foods/Campina du 17 décembre 2008.

<sup>4</sup> Voir la lettre du ministre n°C2005-78 du 28 octobre 2005 aux conseils des sociétés Finance et Management, Entremont, Unicopa.

<sup>5</sup> Décisions de la Commission européenne n° COMP/M. 5046 précitée ; n° COMP/M.3130 - Arla Foods / Express Dairies du 10 juin 2003 ; n°COMP/M. 4344 précitée.

<sup>6</sup> Décision de la Commission européenne n° COMP/M. 5046 précitée.

<sup>7</sup> Voir notamment les décisions n° 10-DCC-110, n°11-DCC-150, n° 12-DCC-83 et n°13-DCC-47 précitées

<sup>8</sup> Voir la décision de la Commission européenne n° COMP/M.5046 précitée.

12. Au cas d'espèce, les parties à l'opération sont simultanément présentes sur le marché de la crème. La question de la délimitation exacte du marché de la crème peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelles que soient les délimitations retenues.

**a) Distinction par type de produit**

*(i) La crème laitière*

13. Les autorités de concurrence française<sup>9</sup> et européenne<sup>10</sup> ont envisagé de distinguer la crème laitière fraîche de la crème laitière longue conservation (« crème UHT »). S'agissant du segment de la crème laitière fraîche, par analogie avec la collecte de lait, il a été envisagé de distinguer la crème fraîche biologique de la crème fraîche conventionnelle.
14. En l'espèce, les parties à l'opération sont simultanément présentes sur le marché de la crème fraîche non biologique, seule Yéo est également présente sur le marché de la crème fraîche biologique. Toutefois, la question de la délimitation exacte des marchés de la crème peut être laissée ouverte, l'analyse demeurant inchangée quelle que soit l'hypothèse retenue.

*(ii) Les yaourts et fromages blancs*

15. Dans une décision portant notamment sur le marché français, la pratique décisionnelle communautaire a distingué les yaourts d'une part, des fromages frais et fromages blancs d'autre part<sup>11</sup>. Dans une décision plus récente, elle a envisagé la pertinence d'une segmentation supplémentaire au sein des yaourts entre yaourts nature et yaourts à valeur ajoutée<sup>12</sup>. Elle a ultérieurement envisagé au sein du segment des yaourts dits à valeur ajoutée de distinguer ceux du segment « santé » au bifidus de ceux du segment « gourmandise » ainsi que parmi les fromages blancs lissés et suisses, ceux du segment « santé » et ceux du segment « gourmandise » tout en laissant ces questions ouvertes<sup>13</sup>.
16. Enfin, la distinction envisagée entre les yaourts au lait de chèvre des yaourts au lait de vache a été jugée pertinente du fait de l'existence d'allergies et d'intolérances au lait de vache par certains consommateurs, et en raison des fortes différences de goût et de prix avec les yaourts à base de lait de vache<sup>14</sup>. Une segmentation entre produits laitiers biologiques et conventionnels a également été envisagée pour les yaourts<sup>15</sup>.
17. En l'espèce, Yéo commercialise des yaourts de lait de vache biologique et non biologique. MLC n'est pour sa part pas actif sur ces marchés.

**b) Distinction en fonction du canal de distribution**

---

<sup>9</sup> Voir les lettres du ministre C2007-61 du 28 juin 2007 aux conseils de la société GLAC, C2006-51 du 24 août 2006 aux conseils de la société Sodial et C2005-1 du 2 février 2005 au conseil de la société Cedilac.

<sup>10</sup> Voir la décision COMP/M.5046 précitée.

<sup>11</sup> Voir la décision COMP/M.4344 précitée.

<sup>12</sup> Voir la décision M.5046 précitée.

<sup>13</sup> Voir la décision COMP/M.6441 Senoble/Agrial/Senagral JV du 20 février 2012.

<sup>14</sup> Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-97 du 22 juillet 2013 relative à la prise de contrôle conjoint des sociétés Eurial SAS et Filae SAS par les groupes coopératifs Agrial et Eurial.

<sup>15</sup> Voir la décision n° 13-DCC-97 précitée ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence n° 16-DCC-59 du 19 avril 2016 relative à la prise de contrôle exclusif des coopératives Colarena Presqu'île Poitouvaire, UCAL-CP, Laiterie Coopérative du Pays de Gâtine, Coopérative Fromagerie de Chaunay, Monts Laits et Val Sud par la coopérative agricole Agrial..

18. S'agissant des produits alimentaires, la pratique décisionnelle nationale<sup>16</sup> a envisagé une segmentation selon le canal de distribution, en distinguant les produits destinés aux GMS, les produits destinés à la RHF et enfin les produits vendus à l'IAA. Cette distinction se justifie notamment par l'existence de besoins différents selon le type d'acheteur (notamment en termes de volumes, de conditionnement, de diversité de gamme etc.)
19. Au cas d'espèce, les parties sont simultanément présentes sur le marché de la distribution de crème à destination des GMS, de la RHF et de l'IAA. S'agissant de la production et de la commercialisation de yaourt, Yéo commercialise uniquement des yaourts au lait de vache auprès de la RHF, et plus précisément des yaourts nature et à valeur ajoutée biologiques et non biologiques. La question de la délimitation exacte des marchés de la crème et du yaourt en fonction du canal de distribution peut toutefois rester ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soient les délimitations retenues.

**c) Pour les produits destinés aux GMS, distinction selon le positionnement commercial des produits**

20. Sur le marché de la commercialisation de crème en GMS, les parties à l'opération fabriquent des crèmes commercialisés uniquement sous marques de distributeur (ci-après « MDD »).
21. Conformément à la pratique décisionnelle relative à d'autres marchés de produits alimentaires<sup>17</sup>, il convient de s'interroger sur la pertinence d'une segmentation du marché de la vente de crème aux GMS selon le positionnement commercial des produits et d'apprécier si le fournisseur détenant une position importante sur l'un de ces segments serait en mesure d'exercer un pouvoir de marché vis-à-vis des distributeurs ou si ce pouvoir de marché serait confronté à la concurrence des fournisseurs présents sur les autres segments.
22. S'agissant des crèmes commercialisées par les parties, comme pour les produits laitiers tels que les fromages, les fromages blancs et certains desserts lactés (crèmes desserts notamment), la pratique décisionnelle tant nationale que communautaire<sup>18</sup> a relevé des indices de substituabilité entre les produits vendus sous MDD et ceux vendus sous MDF tout en laissant la question ouverte.
23. L'Autorité a relevé que, dans le secteur des produits laitiers frais, les taux de pénétration des produits vendus sous MDD, variables selon les produits, étaient compris entre 50 et 60 %<sup>19</sup> pour la crème fraîche et entre 26 et 30 % pour les yaourts<sup>20</sup>.
24. En l'espèce, les parties à l'opération ont donné une estimation de leurs parts de marché sur le marché global de la vente de crème tous canaux confondus ainsi que sur le segment des ventes de crème sous MDD à la GMS. La question de la segmentation du marché de la crème selon son positionnement commercial peut toutefois rester ouverte, dans la mesure où quelle que soit l'hypothèse envisagée, l'analyse concurrentielle demeure inchangée.

---

<sup>16</sup> Voir la Lettre du ministre n° C 2005-78 et la décision n° 10-DCC-110 précitées.

<sup>17</sup> Voir par exemple les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-92 du 02 juillet 2012 relative à l'acquisition de six sociétés du groupe Patriarche par la société Castel Frères SAS, n° 11-DCC-187 du 13 décembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Quartier Français Spiritueux par la Compagnie Financière Européenne de Prise de Participation, ou encore n° 11-DCC-150 du 10 octobre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la coopérative Elle-et-Vire par le groupe coopératif Agrial, n° 10-DCC-110 du 1er septembre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe Entremont par le groupe Sodiaal.

<sup>18</sup> Voir la décision M.6441 précitée et la décision de la Commission européenne COMP/M.4761 Bongrain / Sodiaal / JV du 18 octobre 2007.

<sup>19</sup> Voir la décision 13-DCC-97 précitée ainsi que la décision de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-162 du 15 novembre 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société coopérative agricole Alliance Agro Alimentaire Coopérative par la société coopérative Sodiaal Union.

<sup>20</sup> Voir la décision n° 13-DCC-97 précitée, §40 à 48.

## **2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES**

25. Dans le domaine alimentaire, les autorités de concurrence considèrent généralement que la concurrence s'exerce au niveau national<sup>21</sup>. Les préférences, les goûts et les habitudes des consommateurs, les différences de prix, les variations de parts de marché des opérateurs dans les différents pays, et la forte présence de marques nationales justifient cette délimitation.
26. Ainsi, les marchés géographiques de la crème laitière<sup>22</sup>, des produits laitiers ultra-frais incluant les yaourts, les fromages blancs frais ainsi que les desserts lactés<sup>23</sup> ont été reconnus comme étant de dimension nationale par les autorités de concurrence française et communautaire.
27. En l'espèce, les effets de l'opération sur les marchés des produits laitiers (crèmes et yaourts) seront ainsi examinés sur des marchés de dimension nationale. La question de la délimitation exacte des marchés sera toutefois laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées, quelle que soient les délimitations retenues.

## **III. Analyse concurrentielle**

### **A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX**

28. Les parties à l'opération sont simultanément actives sur le marché de la transformation et commercialisation de crème fraîche non biologique. Sur ce marché, tous canaux de distribution confondus, la part de marché de la nouvelle entité sera inférieure à [5-10] % selon les estimations des parties. Elle restera par ailleurs soumise à la concurrence exercée par les principaux opérateurs du secteur, notamment Yoplait, Lactalis, Senegal et Savencia.
29. Sur le marché de la transformation et commercialisation de crème fraîche non biologique segmenté selon le canal de distribution et le positionnement commercial du produit, la part de marché de la nouvelle entité demeurera inférieure à [10-20] % quel que soit le segment considéré. Elle restera par ailleurs soumise à la concurrence exercée par les principaux opérateurs du secteur cités ci-dessus.
30. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la crème par le biais d'effets horizontaux.

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

31. Une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant potentiellement les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Deux types de

---

<sup>21</sup> Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-48 dans le secteur des produits Traiteur, n°10-DCC-21 dans le secteur des légumes et champignons, n°10-DCC-60 dans le secteur des crèmes glacées.

<sup>22</sup> Voir la lettre C2007-61 précitée.

<sup>23</sup> Voir M.4344 précitée.

verrouillages sont clairement distingués. Dans le premier cas, l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval ou alors le leur fournit à un prix élevé, dans des conditions défavorables ou à un niveau de qualité dégradé (verrouillage du marché des intrants). Dans le second cas, la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter ou de distribuer les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux (verrouillage de l'accès à la clientèle). La pratique décisionnelle des autorités de concurrence écarte en principe ces risques de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.

32. En l'espèce MLC est présente sur les marchés de la collecte de lait de vache situés en amont de l'activité de Yéo. MLC pourrait ainsi, à l'issue de l'opération, réserver ses volumes de lait au seul bénéfice de Yéo et en priver les concurrents de cette dernière. La position de MLC sur le marché de la collecte de lait de vache est toutefois limitée puisqu'elle représente [0-5] % des volumes collectés au niveau national, [10-20] % en Normandie et [20-30] % dans la Manche. Une telle position sur les marchés amont n'est pas de nature à permettre une forclusion de l'accès à la ressource laitière pour les concurrents de Yéo.
33. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur les marchés en concernés.

#### **DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 16-277 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva

---