

**Décision n° 26-DCC-155 du 17 juillet 2026
relative à la fusion des groupes coopératifs agricoles Euralis et
Maïsadour**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 20 avril 2026, relatif à la fusion des groupes coopératifs Euralis et Maïsadour, formalisée par un protocole d'accord préliminaire du 2 décembre 2024 ;

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 notifiantes au cours de l'instruction ;

Vu les engagements déposés le 20 avril 2026 et modifiés en dernier lieu le 16 juillet 2026 par les parties notifiantes ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Adopte la décision suivante :

SOMMAIRE

I.	LES ENTREPRISES CONCERNEES ET L'OPERATION.....	6
II.	DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS.....	7
A.	LES MARCHES DE LA FILIERE CANARD GRAS	9
1.	PRESENTATION DE LA FILIERE ET DES ACTIVITES DES PARTIES	9
a)	Présentation de la filière	9
b)	Activités des parties dans la filière canard gras	12
2.	MARCHES AMONT DE LA COLLECTE DE CANARDS GRAS EN VUE DE L'ABATTAGE 14	
a)	Marchés de produits	14
	<i>Rappel de la pratique décisionnelle.....</i>	<i>14</i>
	<i>Position des parties.....</i>	<i>14</i>
	<i>Appréciation de l'Autorité</i>	<i>14</i>
b)	Marchés géographiques	16
	<i>Rappel de la pratique décisionnelle.....</i>	<i>16</i>
	<i>Position des parties.....</i>	<i>16</i>
	<i>Appréciation de l'Autorité</i>	<i>16</i>
3.	MARCHES DE LA PRESTATION D'ABATTAGE DE CANARDS GRAS POUR COMPTE DE TIERS.....	17
4.	MARCHES AVAL DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS DE CANARDS GRAS 17	
a)	Marchés de produits	17
	<i>Rappel de la pratique décisionnelle.....</i>	<i>17</i>
	<i>Position des parties.....</i>	<i>19</i>
	<i>Appréciation de l'Autorité</i>	<i>21</i>
b)	Marchés géographiques	27
5.	MARCHES AVAL DE LA COMMERCIALISATION DE COPRODUITS DE CANARD	27
B.	LES MARCHES DE LA FILIERE VOLAILLE (HORS CANARDS).....	28
1.	MARCHES DE PRODUITS	28
2.	MARCHES GEOGRAPHIQUES	29
C.	LES MARCHES DE L'ACCOUVAGE	30
a)	Marchés de produits	30
	<i>Rappel de la pratique décisionnelle.....</i>	<i>30</i>
	<i>Position des parties.....</i>	<i>30</i>
	<i>Appréciation de l'Autorité</i>	<i>30</i>
b)	Marchés géographiques	31

D.	LES MARCHES DES CEREALES, OLEAGINEUX ET PROTEAGINEUX (COP)	32
1.	PRESENTATION DU SECTEUR.....	32
1.	LES MARCHES AMONT DE LA COLLECTE DE COP	36
a)	Marchés de produits	36
	<i>Rappel de la pratique décisionnelle.....</i>	<i>36</i>
	<i>Position des parties.....</i>	<i>37</i>
	<i>Appréciation de l'Autorité</i>	<i>37</i>
b)	Marchés géographiques	38
	<i>Rappel de la pratique décisionnelle.....</i>	<i>38</i>
	<i>Position des parties.....</i>	<i>38</i>
	<i>Appréciation de l'Autorité</i>	<i>38</i>
2.	LES MARCHES INTERMEDIAIRES DES SILOS DE STOCKAGE PORTUAIRES	39
a)	Marchés de produits	39
b)	Marchés géographiques	40
E.	LES MARCHES AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL DE PRODUITS D'AGROFOURNITURE.....	40
a)	Marchés de produits	41
	<i>Rappel de la pratique décisionnelle.....</i>	<i>41</i>
	<i>Position des parties.....</i>	<i>42</i>
	<i>Appréciation de l'Autorité</i>	<i>42</i>
b)	Marchés géographiques	42
F.	LES MARCHES DES ALIMENTS COMPLETS POUR ANIMAUX	43
1.	MARCHES DE PRODUITS	44
	<i>Rappel de la pratique décisionnelle.....</i>	<i>44</i>
	<i>Position des parties.....</i>	<i>44</i>
	<i>Appréciation de l'Autorité</i>	<i>44</i>
2.	MARCHES GEOGRAPHIQUES	45
G.	LES MARCHES DES FRUITS ET LEGUMES	45
1.	PRESENTATION DE LA FILIERE ET DES ACTIVITES DES PARTIES	45
2.	DEFINITIONS DES MARCHES	46
a)	Marchés de produits	46
	<i>Rappel de la pratique décisionnelle.....</i>	<i>46</i>
	<i>Position des parties.....</i>	<i>46</i>
	<i>Appréciation de l'Autorité</i>	<i>47</i>
b)	Marchés géographiques	49
III.	ANALYSE CONCURRENTIELLE.....	50

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX	51
1. SUR LES MARCHES DE LA FILIERE CANARD GRAS	51
a) Marchés amont de la collecte de canards en vue de l’engraissement. 52	
b) Marchés amont de la collecte de canards gras en vue de l’abattage .. 54	
<i>Dans le Sud-Ouest.....</i>	<i>55</i>
<i>Dans le Grand Ouest.....</i>	<i>57</i>
c) Marchés de la prestation d’abattage pour compte de tiers de canards gras	59
d) Marchés aval de la commercialisation de produits et de coproduits de canard gras	59
<i>Sur le canal GMS.....</i>	<i>60</i>
<i>Sur le canal RHF.....</i>	<i>78</i>
2. SUR LES MARCHES DE LA FILIERE VOLAILLE	81
3. SUR LES MARCHES DES COP.....	83
a) Marchés amont de la collecte de COP.....	83
<i>Analyse des zones.....</i>	<i>85</i>
4. SUR LE MARCHE DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS D’AGROFOURNITURE	88
<i>Marchés des produits destinés à la polyculture</i>	<i>89</i>
<i>Marchés des produits destinés au maraîchage</i>	<i>89</i>
5. SUR LES MARCHES DE LA NUTRITION ANIMALE	92
6. SUR LES MARCHES DE L’APPROVISIONNEMENT EN LEGUMES	95
B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX.....	97
1. ENTRE LES MARCHES DE LA PRODUCTION ET DE LA COMMERCIALISATION D’ALIMENTS COMPLETS (NUTRITION ANIMALE) ET LES MARCHES DES FILIERES CANARD GRAS ET VOLAILLE	98
2. ENTRE LES MARCHES DE L’ACCOUVAGE ET LES MARCHES DES FILIERES CANARD GRAS ET VOLAILLE	100
a) Verrouillage par les intrants	100
b) Verrouillage de la clientèle.....	101
c) Conclusion.....	102
3. ENTRE LES MARCHES DE LA COLLECTE DE CANARDS GRAS EN VUE DE L’ABATTAGE ET CEUX DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS DE CANARDS GRAS.....	102
4. ENTRE LES MARCHES INTERMEDIAIRES DU STOCKAGE PORTUAIRE ET LES MARCHES DES COP.....	104
IV. ENGAGEMENTS	106
A. LES ENGAGEMENTS DANS LE SECTEUR DES CANARDS GRAS	107
1. PRESENTATION DES ENGAGEMENTS DANS LE SECTEUR DES CANARDS GRAS	107
2. APPRECIATION DE L’AUTORITE	110

b) Concernant l'Engagement n° 1	112
c) Concernant l'Engagement n° 2	113
d) Concernant l'Engagement n° 3	116
e) Concernant l'Engagement n° 4	116
f) Le rôle du mandataire	116
B. LES ENGAGEMENTS DANS LE SECTEUR DE LA NUTRITION ANIMALE	117
1. PRESENTATION DES ENGAGEMENTS DANS LE SECTEUR DE LA NUTRITION ANIMALE	117
2. APPRECIATION DES ENGAGEMENTS	117
C. LES ENGAGEMENTS DANS LES SECTEURS DES COP ET DE L'AGROFOURNITURE	119
1. PRESENTATION DES ENGAGEMENTS DANS LES SECTEURS DES COP ET DE L'AGROFOURNITURE	119
a) Les engagements structurels	119
b) Les engagements comportementaux.....	120
<i>Dans le secteur des COP</i>	<i>120</i>
<i>Dans le secteur de l'agrofourriture</i>	<i>121</i>
2. APPRECIATION DES ENGAGEMENTS	121
a) Les engagements structurels	121
b) Les engagements comportementaux.....	123
<i>Dans le secteur des COP</i>	<i>123</i>
<i>Dans le secteur de l'agrofourriture</i>	<i>124</i>
c) Le rôle du mandataire	124
DÉCIDE	126

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Euralis est un groupe coopératif agricole et agroalimentaire dont le siège social est situé à Lescar (Pyrénées-Atlantiques). Euralis, qui regroupe environ 5 300 agriculteurs adhérents et compte par ailleurs 4 450 salariés, est actif, par le biais de ses filiales, dans plusieurs secteurs de l'agroalimentaire, tant en France qu'à l'étranger. Il est notamment présent dans les filières animales, en particulier celle du canard gras, dans les productions végétales (semences, céréales, oléagineux, protéagineux, légumes), et plus généralement dans les activités liées à l'agriculture et à l'élevage (agrofourmiture, nutrition animale).
2. Maïsadour est un groupe coopératif agricole et agroalimentaire dont le siège social est situé à Haut-Mauco (Landes). Regroupant environ 5 000 agriculteurs adhérents et comptant près de 4 300 salariés, Maïsadour est notamment actif, par le biais de ses filiales en France et à l'étranger, dans les filières avicoles du canard gras et de la volaille, l'aquaculture, dans les productions végétales (semences, céréales, oléagineux, protéagineux, fruits, légumes) et dans les activités liées à l'agriculture et à l'élevage (agrofourmiture, accoupage, nutrition animale).
3. L'opération notifiée consiste en une fusion d'Euralis et de Maïsadour, matérialisée par un protocole d'accord préliminaire du 2 décembre 2024¹.
4. En ce qu'elle se traduit par la fusion de l'ensemble des activités d'Euralis et de Maïsadour, 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 total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Euralis : 1,59 milliard d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2025 ; Maïsadour : 1,41 milliard d'euros pour l'exercice clos le 30 juin 2025). Chacune de ces entreprises réalise en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Euralis : ≥ 50 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 août 2025 ; Maïsadour : ≥ 50 millions] d'euros pour l'exercice clos le 30 juin 2025). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne². En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au 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, relatives à la concentration économique.

¹ Cette opération intervient après un précédent projet de concentration, abandonné en 2023 durant la phase d'examen approfondi de l'Autorité, qui visait à rapprocher les seules filières canard gras d'Euralis et Maïsadour.

² Euralis et Maïsadour réalisent chacun plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires européen à l'intérieur d'un seul et même Etat membre, la France.

II. Délimitation des marchés pertinents

6. Les parties exercent leurs activités dans plusieurs secteurs, en grande majorité dans le Sud-Ouest de la France³.
7. Dans le secteur des **productions animales** :
 - Maïsadour et Euralis sont deux acteurs importants de la filière canard gras. À ce titre, ils collectent, abattent et transforment des canards gras fournis majoritairement par les producteurs qui leur sont liés et, plus marginalement, par des tiers, dont ils commercialisent ensuite les produits qui en sont issus via notamment leurs filiales respectives, Delpeyrat et Euralis Gastronomie. Le canard gras représente approximativement [0-20] % du chiffre d'affaires de Maïsadour et [20-40] % du chiffre d'affaires d'Euralis ;
 - Maïsadour est un acteur important de la filière volaille, au sein de laquelle il collecte, abat et transforme des volailles (poulets notamment) des producteurs qui lui sont liés, ainsi que des tiers, dont il commercialise ensuite les produits qui en sont issus via, notamment, les sociétés Fermiers du Sud-Ouest (ci-après, « FSO »), Fermiers du Gers, Fermiers du Périgord et Les Fermiers Landais. La volaille représente approximativement [0-20] % du chiffre d'affaires de Maïsadour. Dans cette filière, Euralis intervient uniquement à l'amont, par le biais de ses producteurs coopérateurs, en tant que producteur de volailles. Celles-ci sont vendues aux groupes détenteurs d'abattoirs en vue de leur transformation, dont Maïsadour. La volaille représente approximativement [0-20] % du chiffre d'affaires d'Euralis ;
 - Maïsadour est également un acteur important de l'accoupage au travers des sociétés Sud-Ouest Accoupage (ci-après « SOA »), Mulor et Caringa Sud-Ouest. À ce titre, il produit des animaux d'un jour (canetons et poussins notamment) pour le compte de ses propres activités dans les filières canard gras et volaille, mais également pour le compte de tiers, dont Euralis qui ne dispose pas d'activité d'accoupage. L'activité d'accoupage représente approximativement [0-20] % du chiffre d'affaires de Maïsadour.
 - Euralis intervient enfin, plus marginalement, dans la filière bovine. Il intervient uniquement à l'amont, par le biais de ses producteurs coopérateurs, en tant que producteur de bovins en vue de leur engraissement et de leur abattage. Les bovins représentent approximativement [0-20] % de son chiffre d'affaires. Maïsadour n'est pas actif dans cette filière⁴.

³ La circonscription territoriale de la coopérative Euralis s'étend sur les départements des Pyrénées-Atlantiques, des Landes, du Gers, des Hautes-Pyrénées, de l'Ariège, du Lot-et-Garonne, de la Gironde, de la Haute-Garonne, du Tarn, du Tarn-et-Garonne et de l'Aude, et dans certaines communes des départements de la Charente-Maritime, de la Dordogne et des Pyrénées-Orientales. Celle de Maïsadour s'étend sur les départements des Landes, des Pyrénées-Atlantiques, de la Dordogne, du Lot et de la Gironde, ainsi que sur certaines communes de la Corrèze, de la Charente-Maritime, de la Haute-Vienne, du Lot-et-Garonne, du Gers et des Hautes-Pyrénées.

⁴ En l'absence de chevauchement d'activité entre les parties et comme cette activité ne représente qu'une part marginale du chiffre d'affaires d'Euralis, qui n'est pas un acteur majeur sur ces marchés, les marchés de la filière bovine ne feront pas l'objet d'une présentation détaillée dans le cadre de la présente opération.

8. Dans le secteur des **productions végétales** :

- Maisadour et Euralis sont deux acteurs importants de la collecte et commercialisation de céréales, oléagineux et protéagineux (ci-après, « COP »). Ils collectent, à ce titre, les productions de leurs adhérents coopérateurs, ou de producteurs tiers non-adhérents (indépendants, ou rattachés à d'autres organismes) et commercialisent ensuite ces grains auprès de débouchés internes (tels que la nutrition animale) ou externes (industries agro-alimentaires, exportations, etc.). Les COP représentent approximativement [0-20] % du chiffre d'affaires de Maisadour et [0-20] % du chiffre d'affaires d'Euralis ;
 - Maisadour et Euralis disposent tous deux d'une activité de semences et interviennent à ce titre dans l'obtention, la multiplication, la production et la commercialisation de semences au travers notamment de leurs filiales respectives, Mas Seeds (Maisadour) et Lidéa (Euralis). Les semences représentent approximativement [0-20] % du chiffre d'affaires de Maisadour et [20-40] % du chiffre d'affaires d'Euralis⁵ ;
 - Maisadour et Euralis sont deux fournisseurs importants de légumes. Par le biais de leurs adhérents coopérateurs, ils produisent des légumes (notamment du maïs doux) destinés aux usines d'industriels transformateurs. Maisadour co-contrôle, via le groupe Priméale, la société Primeurs du Sud-Ouest, active dans la transformation et le conditionnement de légumes tandis qu'Euralis co-contrôle, avec le groupe General Mills, la société Seretram active dans la transformation de maïs doux. Les légumes représentent approximativement [0-20] % du chiffre d'affaires de Maisadour et [0-20] % du chiffre d'affaires d'Euralis.
9. Maisadour et Euralis sont deux distributeurs importants de produits d'**agrofourniture**. Ces produits (matériel d'élevage, intrants nécessaires aux productions végétales tels que les engrais, les semences et les produits phytosanitaires) sont distribués à leurs adhérents coopérateurs et à des producteurs tiers. L'agrofourniture représente [0-20] % du chiffre d'affaires de Maisadour et [0-20] % du chiffre d'affaires d'Euralis.
10. Maisadour et Euralis sont deux acteurs importants de la **nutrition animale**. Par le biais des usines de leurs filiales⁶, ils approvisionnent en aliments les producteurs de leurs filières canard gras et volaille, mais également des tiers, actifs sur les mêmes filières ou d'autres (filieres porcines, ovines, caprines, etc.). L'activité de nutrition animale représente [0-20] % du chiffre d'affaires de Maisadour et [0-20] % du chiffre d'affaires d'Euralis.
11. Les parties exercent enfin diverses activités annexes, lesquelles ne feront pas l'objet d'une analyse détaillée dans le cadre de cette décision, les positions des parties étant limitées ou ne se chevauchant pas :
- Maisadour est actif en matière de **sauriserie**, et transforme à ce titre des saumons et des truites produites par ses filiales (Piscicultures de Langolen et de la Douffine, Delmas), en vue de leur commercialisation sous forme de produits fumés, via

⁵ Ces marchés ne feront pas l'objet d'une présentation détaillée dans le cadre de la présente décision. En effet, tout risque d'atteinte à la concurrence a pu être écarté, notamment en raison des parts de marché cumulées des parties sur ces marchés, inférieures à 25 %, quels que soient les segments envisagés (production, commercialisation ou multiplication).

⁶ Ces filiales sont contrôlées exclusivement (comme celles de Maisadour : Sud-Ouest Aliments, ci-après « SOAL », L'Isle Mash ou Sud-Ouest Mash, notamment) ou co-contrôlées (notamment la société Sanders-Euralis, contrôlée conjointement par Euralis et le groupe Avril).

Delpeyrat notamment. Cette activité représente [0-20] % du chiffre d'affaires de Maïsadour. Euralis n'exerce pas cette activité ;

- Euralis est actif en matière de commercialisation de **produits traiteurs** par le biais du groupe Stalaven. Cette activité représente [0-20] % du chiffre d'affaires d'Euralis. Maïsadour n'exerce pas cette activité ;
 - Euralis est actif en matière de commercialisation de produits de **charcuterie** et de **salaison** par le biais des sociétés STB et Teyssier Verdun. Cette activité représente moins de [0-20] % du chiffre d'affaires d'Euralis. Maïsadour n'exerce pas cette activité ;
 - enfin, Maïsadour et Euralis exploitent tous deux des magasins de **distribution au détail d'articles de jardinage, bricolage, animalerie et aménagement extérieur**. Cette activité représente moins de [0-20] % du chiffre d'affaires de Maïsadour et [0-20] % du chiffre d'affaires d'Euralis.
12. L'Autorité de la concurrence (ci-après, « l'Autorité ») procède ci-après à la définition des principaux marchés affectés par l'opération : ceux de la filière canard gras (**A**), de la filière volaille (**B**), de l'accoupage (**C**), des COP (**D**), de l'agrofourniture (**E**), des animaux complets pour animaux (**F**) et des légumes (**G**).

A. LES MARCHES DE LA FILIERE CANARD GRAS

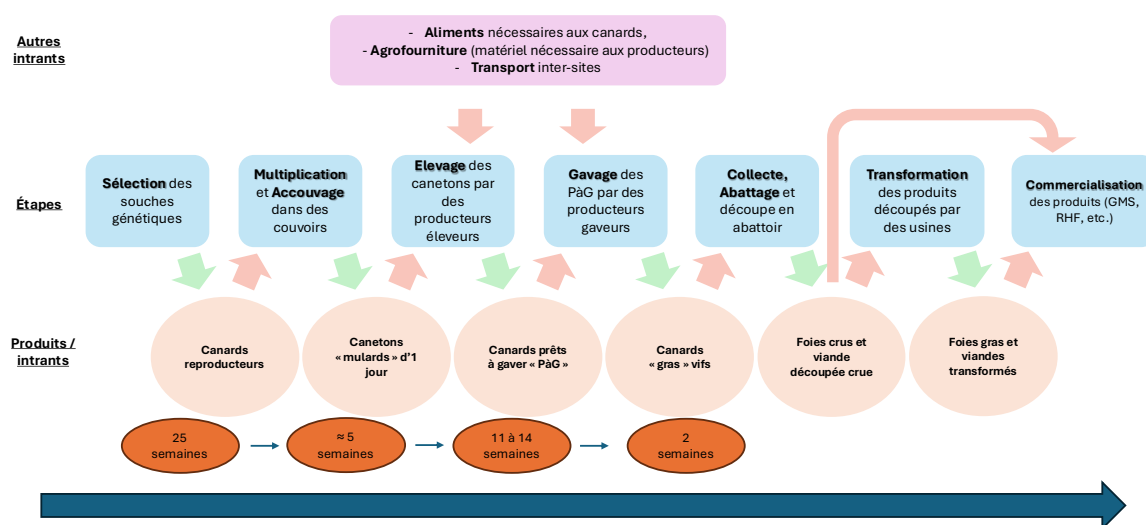
13. Les activités des parties se chevauchent dans la filière des palmipèdes à foie gras (ci-après, « palmipèdes gras »).
14. Il existe historiquement deux grands types de palmipèdes gras : les oies et les canards. Les canards à foie gras (ci-après, « canards gras »), sur lesquels portera l'analyse, constituent aujourd'hui l'essentiel des volumes de foie gras produits et consommés en France et des activités des parties⁷.

1. PRESENTATION DE LA FILIERE ET DES ACTIVITES DES PARTIES

a) Présentation de la filière

15. Avant d'être commercialisé auprès du consommateur final, un produit fini de canard gras est issu d'un circuit spécifique, composé de nombreux maillons constituant la chaîne de valeur de la filière. La figure ci-après présente ces différents maillons.

⁷ Les oies grasses représentent moins de 1 % des palmipèdes à foie gras produits en France. Il n'existe aucun chevauchement d'activités entre les parties en ce qui concerne les oies, seul Maïsadour étant présent sur cette activité au demeurant très marginale pour lui.



Cycle complet de la production de canards gras : environ 50 semaines

Figure 1 : Schéma de la filière canard gras (Source : services d'instruction)

16. A l'amont de la chaîne de valeur se situent les sélectionneurs, dont le rôle est de choisir les souches génétiques de canards adéquates aux besoins des acteurs de la filière au moyen de croisements, ceci afin de sélectionner les « parentaux reproducteurs ».
17. Ces derniers sont ensuite soit cédés à des filiales chargées de l'accoupage au sein des groupes sélectionneurs, soit vendus à des tiers disposant d'une activité d'accoupage.
18. Dans le cadre de l'activité de multiplication et d'accoupage, les croisements des parentaux sont effectués dans des fermes de reproduction, autrement appelées fermes de « multiplication » afin de donner naissance à des canetons infertiles dits « mulards ». Plus de 90 % de la production de canards gras en France est réalisée à partir de canards mulards de sexe masculin⁸, en raison de la qualité de leur foie et de leur viande.
19. Les œufs issus de ces croisements sont incubés dans des couvoirs généralement situés à proximité des fermes de multiplication : il s'agit du processus d'accoupage. Les canetons sont ensuite commercialisés par les accoueurs aux organisations de production (ci-après, « OP ») qui les rétrocèdent à leurs producteurs de canards gras.
20. Le cycle de production d'un canard gras comporte deux étapes successives :
 - une phase d'élevage (croissance des canards, préparation au gavage), d'une durée comprise entre 11 et 14 semaines, réalisée par les éleveurs ;
 - une phase de gavage (ou engraissement des canards), d'une durée de 10 à 14 jours, réalisée par les engraisseurs (ou « gaveurs »).
21. Comme dans la plupart des filières avicoles, des OP jouent un rôle d'interface entre les éleveurs et les gaveurs (ensemble, « les producteurs »), les couvoirs, les fabricants d'aliments et les abattoirs.

⁸ Les canetons mâles sont valorisés en priorité car le cahier des charges IGP autorise uniquement le gavage de canards mâles pour la production de produits IGP.

22. D'une part, les OP gèrent les plannings d'élevage et de gavage, accompagnent les producteurs dans le pilotage technique et économique de leurs exploitations et organisent la production des canards, en tenant compte notamment des besoins et débouchés identifiés à l'aval. Les contrats de production, signés entre les OP et les producteurs, prévoient en général un apport total de la production aux OP au terme de la phase d'élevage ou d'engraissement. Les OP sont donc les cocontractants des producteurs pour la production et l'achat de canards « prêts-à-engraisser » (issus de la phase d'élevage) et « gras » (issus de la phase de gavage).
23. D'autre part, les OP peuvent fournir aux producteurs les intrants nécessaires à leur production, notamment les aliments, les canetons (nécessaires aux éleveurs), les canards prêts-à-engraisser (nécessaires aux gaveurs) et, selon les besoins des producteurs, le matériel d'agrofourniture : elles sont donc également les cocontractantes des producteurs pour la vente d'intrants.
24. Les OP sont principalement de deux types : celles dans lesquelles les producteurs ne détiennent pas de parts sociales (il s'agit alors d'entreprises industrielles ou commerciales, le plus souvent appelées « intégrateurs ») et celles dans lesquelles les producteurs détiennent des parts sociales, à savoir des coopératives ou encore des « organisations de producteurs » au sens du code rural et de la pêche maritime⁹.
25. Au terme de la phase de production, les OP vendent aux abattoirs les canards élevés et engraisés par les producteurs dont elles sont le prolongement. S'ouvrent alors les étapes de collecte, d'abattage et de découpe. Les abattoirs collectent les canards gras auprès des gaveurs. Bien qu'ils achètent parfois des canards gras auprès d'OP n'appartenant pas au même groupe, les industriels de la filière abattent majoritairement les canards gras fournis par les OP de leurs groupes.
26. Les étapes d'abattage puis de « découpe » conduisant à récupérer les différentes pièces comme les foies, les magrets ou les cuisses peuvent avoir lieu pour le compte du groupe ou de plus petits acteurs, uniquement transformateurs, contre rémunération. Ces prestations pour le compte de tiers permettent de contribuer à un meilleur taux d'utilisation des outils industriels.
27. La « pesée » qui a lieu à l'abattoir en lien avec la vérification du respect du cahier des charges de l'OP et de l'abattoir, permet de fixer la rémunération des producteurs : les éleveurs sont ainsi rémunérés, notamment, selon le poids de la carcasse du canard¹⁰, tandis que les gaveurs sont rémunérés principalement en fonction du poids du seul foie gras. Les informations remontent de l'abattoir vers les OP qui paient leurs producteurs en conséquent.
28. Les produits issus des abattoirs sont soit fournis à des usines en vue de leur transformation ultérieure, soit commercialisés directement, sous forme de produits crus, aux clients (après conditionnement éventuel). C'est le cas, notamment, des foies gras et des magrets, mais aussi d'autres pièces de viande de canard gras.
29. L'étape de la transformation consiste en un éventail de procédés techniques appliqués aux produits de foie ou de viande crus, tels que l'ajout de condiments, la cuisson, le séchage ou encore le fumage.

⁹ Articles L. 521-1 et suivants du code rural et de la pêche maritime.

¹⁰ Le terme « carcasse » s'entend dans la filière comme le corps de l'animal écorché et éviscéré, dont la viande est prête à être découpée.

30. Les principaux groupes de la filière transforment la matière crue fournie par leurs abattoirs. Aux côtés de ces grands groupes détenteurs d'abattoirs coexistent de plus petits acteurs, de type PME, non-intégrés verticalement et travaillant sur de petits volumes, tels que des « conserveurs ». Ceux-ci sont amenés à s'approvisionner en matière première auprès des groupes détenteurs d'abattoirs.
31. Les produits transformés sont ensuite, comme les produits crus, commercialisés. Les principaux produits valorisés par la filière sont les foies gras entiers¹¹ et ceux sous forme de blocs ou blocs morceaux¹², les magrets, commercialisés crus ou transformés (magrets tranchés fumés-séchés par exemple) et les produits dits « confits » tels que des confits de cuisses de canards gras.
32. Il existe trois grands types de débouchés pour les produits transformés de canard gras : la grande distribution (les grandes et moyennes surfaces, ci-après « GMS », et les hard-discounters) et les grossistes adressant la clientèle professionnelle de la restauration hors foyer (ci-après « RHF ») qui représentent chacun environ 40 % des débouchés, ainsi que les épicerie-fines et l'export (approximativement 20 % des débouchés).
33. Historiquement, la filière était constituée d'entreprises spécialisées à chacune des étapes de la chaîne de valeur (en bleu sur le schéma). Du fait de leur complémentarité, certaines des entreprises du secteur se sont intégrées verticalement. La majorité des grands acteurs de la filière sont désormais intégrés.
34. D'un point de vue géographique, la filière canard gras s'est majoritairement structurée autour de deux bassins de production : le Sud-Ouest (régions Nouvelle-Aquitaine et Occitanie¹³) où sont produits en forte majorité des canards gras selon les cahiers des charges IGP¹⁴ ou Label Rouge¹⁵ et dans une moindre mesure, le Grand Ouest (régions Pays de la Loire et Bretagne notamment¹⁶). Les canards provenant du Grand Ouest ne sont pas produits selon les cahiers des charges IGP ou Label Rouge (on parle alors de « canards standards »).

b) Activités des parties dans la filière canard gras

35. **Maïsadour** a pour spécificité d'être verticalement intégré sur la quasi-totalité de la chaîne de valeur ; il est notamment le seul industriel à avoir intégré le maillon de l'accoupage en canards gras.

¹¹ Un produit de foie gras est dit « entier » s'il est issu d'une préparation composée d'un foie gras entier ou d'un ou plusieurs lobes entiers de foie gras et d'un assaisonnement.

¹² Les blocs sont des préparations composées de foies gras reconstitués et d'un assaisonnement. Lorsque des morceaux de lobes sont inclus, il est d'usage de parler de « blocs de foie gras avec morceaux ».

¹³ Ces deux régions concentrent 75 % des mises en élevage de canards gras et 78 % des abattages en 2024, selon les informations du Comité Interprofessionnel des Palmipèdes à Foie Gras (ci-après, « CIFOG »).

¹⁴ Indication Géographique Protégée. Il s'agit du principal label utilisé dans la profession. L'IGP « Canards à Foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy) » est l'IGP la plus courante au sein de la filière. Ce label est une garantie officielle d'origine et de qualité, assurant que les canards ont été élevés, préparés et conditionnés dans le Sud-Ouest.

¹⁵ Les canards gras Label Rouge bénéficient également de l'appellation IGP.

¹⁶ Ces deux régions concentrent 23 % des mises en élevage de canards gras et 22 % des abattages en 2024, selon les informations du CIFOG.

- À l'étape de l'accoupage, Maïsadour contrôle les sociétés Sud-Ouest Accoupage et Mulor, lesquelles fournissent en canetons ses OP (donc les éleveurs rattachés à ces OP), mais également des OP tierces.
 - À l'étape de la production, Maïsadour travaille avec trois grands types d'intervenants : des adhérents-coopérateurs, des adhérents non-coopérateurs et des OP tierces. Ceux-ci ont permis à Delpeyrat, la filiale de Maïsadour en charge de l'abattage et de la transformation, d'abattre, en 2024, environ [confidentiel] millions de canards gras pour son compte.
 - À l'étape de l'abattage, Maïsadour, via Delpeyrat, exploite un seul abattoir situé dans le Sud-Ouest, à Gibret (Landes), d'une capacité annuelle de [confidentiel] millions de têtes¹⁷.
 - À l'étape de la commercialisation, Maïsadour, via Delpeyrat, approvisionne principalement le canal GMS (lequel représente environ [confidentiel] % de ses ventes de produits de canards), via des produits vendus sous marque de fabricant (ci-après, « MDF »), principalement sous la marque Delpeyrat, mais également via des produits vendus sous marque de distributeur (ci-après, « MDD »). Maïsadour dispose, via notamment la marque Sarrade, d'une activité plus marginale en RHF (environ [confidentiel] % de ses ventes).
36. **Euralis** détient, pour sa part, la plus forte capacité de production de la filière canard gras, mais il n'est pas actif à l'étape de l'accoupage.
- À l'étape de la production, Euralis travaille avec trois grands types d'intervenants : des adhérents-coopérateurs, des producteurs liés par un contrat d'intégration qui sont adhérents (non-coopérateurs) de l'association Euralis Palmipèdes Grand Ouest, et des OP tierces. Ceux-ci ont permis à Euralis Gastronomie, filiale d'Euralis en charge de l'abattage et de la transformation, d'abattre, en 2024, environ [confidentiel] millions de canards gras pour son compte.
 - À l'étape de l'abattage, Euralis exploite deux abattoirs : l'un est situé dans le Sud-Ouest, à Maubourguet (Hautes-Pyrénées), l'autre dans le Grand Ouest, aux Herbiers (Vendée), disposant chacun d'une capacité annuelle d'abattage de [confidentiel] millions de têtes.
 - À l'étape de la commercialisation, Euralis présente un profil plus équilibré que Maïsadour. Le canal GMS représente approximativement [confidentiel] % de ses ventes de produits de canards gras, via des produits MDF, principalement commercialisés sous la marque Montfort, mais également via des produits MDD. Le canal RHF, sur lequel Euralis est un acteur important via sa marque Rougié, représente [confidentiel] % de ses ventes de produits de canards gras.
37. En support de leurs activités de production et commercialisation de canards gras, Maïsadour et Euralis disposent tous deux d'une activité de nutrition animale leur permettant de fournir, notamment à leurs adhérents producteurs, des aliments. Maïsadour contrôle ainsi Sud-Ouest Aliments (ci-après, « SOAL »), à la tête d'un réseau de plusieurs usines dans le Sud-Ouest, tandis qu'Euralis contrôle,

¹⁷ Données pour 2025, deux abattoirs exploités par Delpeyrat ayant été fermés en fin d'année 2024 et début de l'année 2025 : celui de Vic-Fezensac (Gers) et celui de Sèvremont (Vendée). Les canards gras fournis par la société [confidentiel] sont désormais abattus sur le site des Herbiers détenu par Euralis, dans le cadre d'un contrat d'abattage à façon.

conjointement avec Sanders (groupe Avril), Sanders-Euralis, qui exploite deux usines dans le Sud-Ouest.

38. Enfin, Maïsadour contrôle également la société Elevage Services qui approvisionne notamment les producteurs en matériel d'agrofourniture nécessaire à l'élevage.

39. L'Autorité détaille ci-après les délimitations des marchés pertinents concernés par la présente opération et qui résultent de la présentation du fonctionnement de la filière. Dans le secteur avicole, l'Autorité distingue traditionnellement deux grands marchés : le marché amont de la collecte en vue de l'abattage, mettant en relation producteurs et industriels détenteurs d'abattoirs, et celui de la commercialisation des produits, mettant en relation ces industriels et leurs clients.

2. MARCHES AMONT DE LA COLLECTE DE CANARDS GRAS EN VUE DE L'ABATTAGE

a) Marchés de produits

Rappel de la pratique décisionnelle

40. L'Autorité considère que le marché de la collecte de palmipèdes gras constitue un marché de produit distinct du marché de la collecte d'autres types de volailles, au regard de l'existence d'une filière d'approvisionnement spécifique aux palmipèdes gras, distincte notamment de celle des palmipèdes « maigres » ou « à rôti »¹⁸.
41. La question d'une segmentation spécifique de ce marché en fonction de l'espèce de palmipède gras (oie ou canard) ou selon l'existence ou non d'un signe de qualité a également été envisagée, mais n'a pas été tranchée.

Position des parties

42. Les parties considèrent qu'il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité.

Appréciation de l'Autorité

43. La quasi-totalité des palmipèdes gras abattus et commercialisés en France, ainsi que par les parties, sont aujourd'hui des canards gras, de sorte qu'une éventuelle segmentation des marchés de la collecte en vue de l'abattage entre canards gras et oies grasses ne modifierait pas les conclusions de l'analyse concurrentielle.
44. S'agissant de la question d'une segmentation de ces marchés selon l'existence ou non d'un signe de qualité, l'Autorité relève que les modalités d'élevage et de gavage diffèrent fortement eu égard aux différences des cahiers des charges applicables. L'Autorité note également que les deux bassins de production du canard gras disposent chacun d'un fort degré de spécialisation : le bassin du Sud-Ouest est principalement dédié à la production de canards IGP (et, à la marge, de canards Label Rouge), tandis que le bassin du Grand Ouest est pour sa part exclusivement dédié à la production de

¹⁸ Décisions de l'Autorité n° 24-DCC-127 du 14 juin 2024 relative à la fusion entre les coopératives agricoles Unicor et Capel et n° 22-DEX-02 du 14 décembre 2022 relative à la création d'une entreprise commune par les groupes Euralis et Maïsadour.

canards gras « standards », c'est-à-dire dépourvus de tout signe de qualité. Compte tenu de cette spécialisation géographique, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées que l'on distingue selon l'existence ou non d'un signe de qualité. Dès lors, la question d'une éventuelle distinction selon ce critère peut demeurer ouverte en l'espèce.

45. L'Autorité s'est également interrogée sur la nécessité de distinguer un marché spécifique de la collecte de canards en vue de l'engraissement, afin de mieux refléter les étapes de production d'un canard gras. En effet, la production de canards gras fait intervenir deux phases, l'élevage et le gavage. Or il ressort de l'instruction que ces deux processus ne sont, en général, pas conduits par un même producteur¹⁹.
46. En outre, l'instruction a mis en évidence le recours par les parties, et plus généralement par la profession, à des contrats distincts pour l'achat de canards prêts-à-engraisser et gras aux producteurs qui leur sont liés, fixant notamment des rémunérations distinctes pour l'éleveur et pour l'engraisseur. Ces contrats distincts reflètent l'existence de plusieurs transferts de propriété et flux financiers associés dans le cadre de la production de canards gras. Dans le cas général, ces transferts peuvent être résumés comme suit : (i) un premier transfert de propriété lors de la cession des canetons aux éleveurs par l'OP, (ii) un deuxième, au moment de la revente des canards prêts-à-engraisser par les éleveurs aux OP, (iii) un troisième, lors de la cession des canards prêts-à-engraisser aux gaveurs par l'OP et (iv) un quatrième, au moment de la revente des canards gras par les gaveurs aux OP. À l'issue de ces différentes étapes, les canards gras sont vendus par les OP aux abattoirs²⁰.
47. L'Autorité relève enfin, à titre subsidiaire, que de tels marchés de l'engraissement ont déjà été définis pour d'autres espèces, tels que les porcs²¹, les ovins²², les veaux²³ ou encore les bovins²⁴.
48. Au regard de ce qui précède, il convient de distinguer le marché de la collecte de canards en vue de l'engraissement de celui de la collecte de canards gras en vue de l'abattage.

¹⁹ À titre d'exemple, parmi les producteurs en lien avec Euralis en 2024 (coopérateurs ou liés par un contrat d'intégration), seuls [confidentiel] % d'entre eux sont à la fois éleveurs et gaveurs. Cette proportion s'élève à [confidentiel] % côté Maisadour. Des proportions similaires sont également relevées chez les concurrents ayant fourni ces informations dans le cadre du test de marché.

²⁰ Cet exemple reflète le cas général où une OP agit comme intermédiaire entre les producteurs et les abattoirs. Mais, comme l'ont expliqué les parties, il existe des cas particuliers, à l'image des producteurs d'Euralis liés par un contrat d'intégration dans le Grand Ouest. Dans ce bassin, Euralis Gastronomie, qui exploite l'abattoir des Herbiers (Vendée), « joue » le rôle de l'OP : il est, à ce titre, en relation directe avec les producteurs. Ce cas particulier se distingue donc du cas général, dans lequel les abattoirs n'ont pas de relation directe avec les producteurs.

²¹ Décision de l'Autorité n° 17-DCC-210 du 13 décembre 2017 relative à la fusion par absorption de la société Coopérative des Agriculteurs de la Mayenne par la coopérative agricole Terrena.

²² Décision n° 24-DCC-127, précitée.

²³ Décision de l'Autorité n° 19-DCC-122 du 26 juin 2019 relative à la fusion des coopératives Actis Bovins, Caneca, CEBM, Charolais Horizon, Cialyn, Covido-Bovicoop et Dauphidrom.

²⁴ Décision n° 24-DCC-127, précitée.

b) Marchés géographiques

Rappel de la pratique décisionnelle

49. L'Autorité a relevé que les abattoirs de canards gras s'approvisionnent généralement dans un rayon inférieur à 150 kilomètres, dans la mesure où plus la durée de transport est longue, plus le poids des foies des palmipèdes gras tend à diminuer, et plus le taux de mortalité des animaux tend à s'accroître²⁵.

Position des parties

50. Les parties considèrent que de telles zones de collecte sont trop étroites et ne reflèteraient pas, notamment, la stratégie de collecte des acteurs de la filière, qui se fonde sur une diversification des approvisionnements vers des zones plus éloignées de leurs abattoirs, dans un objectif de saturation de ces derniers.
51. Elles ont, à cet effet, proposé un calcul de leurs parts de marchés fondé sur les empreintes réelles de collecte de leurs abattoirs, méthode d'analyse que l'Autorité a déjà retenue dans l'analyse d'autres marchés locaux de l'abattage²⁶.

Appréciation de l'Autorité

52. S'agissant de la délimitation géographique des marchés de la collecte de canards en vue de l'engraissement, l'Autorité considère que ceux-ci peuvent être appréciés à l'échelon du département, seul niveau pour lequel l'Autorité dispose de données.
53. S'agissant de la délimitation géographique des marchés de la collecte de canards en vue de l'abattage, la méthode des empreintes réelles proposée par les parties renvoie notamment à la pratique décisionnelle en matière de distribution de produits à dominante alimentaire. Elle revient à définir la zone de chalandise d'un magasin à partir de la localisation de ses clients. En matière de distribution, il est généralement considéré que la zone de chalandise d'un point de vente peut être limitée à celle qui regroupe les clients représentant 80 % du chiffre d'affaires du point de vente, ou 80 % des clients du point de vente, en fonction des données disponibles. La fixation de ce seuil critique conduit à considérer le solde de 20 % restant comme résultant d'une clientèle ponctuelle et non-significative²⁷.
54. Cette méthode vise à délimiter de manière précise la zone au sein de laquelle les abattoirs réalisent l'essentiel de leur collecte d'animaux auprès des producteurs (via les OP). Les parties ont proposé de définir le marché géographique autour de leurs abattoirs sur la base d'une empreinte de collecte estimée en fonction de seuils de 80 % et de 95 %.

²⁵ Décision n° 24-DCC-127, précitée.

²⁶ Décision de l'Autorité 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.

²⁷ Paragraphe 835 des lignes directrices de l'Autorité relatives au contrôle des concentrations pour un exposé de cette méthode.

55. La méthode de définition des marchés géographiques fondée sur les empreintes réelles de collecte constitue une alternative à la méthode fondée sur la délimitation d'une zone isochrone d'un rayon de 150 kilomètres autour des abattoirs.
56. En tout état de cause, la question de la délimitation précise des marchés géographiques de la collecte de canards gras en vue de l'abattage peut demeurer ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelles que soient l'hypothèse et la méthode retenues.

57. Au cas d'espèce, l'analyse concurrentielle des marchés de la collecte de canards gras en vue de l'abattage sera menée sur des zones locales autour des abattoirs des parties définies alternativement sur la base (i) d'une zone isochrone d'un rayon de 150 kilomètres autour des abattoirs et (ii) des empreintes réelles de collecte de chaque abattoir. L'analyse concurrentielle des marchés de la collecte de canards en vue de l'engraissement sera quant à elle menée au niveau départemental.

3. MARCHES DE LA PRESTATION D'ABATTAGE DE CANARDS GRAS POUR COMPTE DE TIERS

58. Dans le secteur avicole, l'Autorité retient traditionnellement l'existence d'un marché spécifique de l'abattage pour compte de tiers, distinct de celui de la collecte en vue de l'abattage²⁸. En effet, dans le cadre d'une prestation d'abattage, l'abattoir n'achète pas l'animal qu'il abat mais réalise une simple prestation d'abattage pour le compte d'un tiers contre rémunération.
59. Les marchés de l'abattage pour compte de tiers sont segmentés de la même manière par l'Autorité que les marchés de la collecte en vue de l'abattage.
60. Il n'y a pas lieu de s'écarter de cette pratique décisionnelle au cas d'espèce.
61. L'analyse concurrentielle sera donc menée sur le marché de la prestation d'abattage pour compte de tiers de canards gras, sur les zones locales autour des abattoirs des parties telles que définies *supra*.

4. MARCHES AVAL DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS DE CANARDS GRAS

a) Marchés de produits

Rappel de la pratique décisionnelle

62. S'agissant des marchés aval de la commercialisation de produits de canards, l'Autorité a envisagé des segmentations selon plusieurs critères²⁹.

²⁸ Décision n° 24-DCC-127, précitée.

²⁹ Décision n° 24-DCC-127, précitée.

Segmentation selon le type de canard dont sont issus les produits

63. L'Autorité considère que les produits issus de canards gras sont distincts de ceux issus de canards maigres.

Segmentation selon le caractère cru ou transformé des produits

64. L'Autorité considère qu'il convient de distinguer les marchés de la viande fraîche (ou crue) des marchés des produits élaborés (ou transformés).
65. Les produits crus sont des produits qui n'ont, d'une part, ni été séchés, fumés ou cuits, et, d'autre part, auxquels aucun ingrédient (sel ou épices, par exemple) n'a été ajouté.

Segmentation selon les caractéristiques des produits

66. S'agissant des produits crus, l'Autorité distingue notamment les produits de foie gras de canard crus et les produits de viande de canard gras découpés crus, comprenant toutes les pièces de viande (magrets, aiguillettes, cuisses, etc.).
67. S'agissant des produits transformés, elle distingue également les produits de foie gras de canard transformés et les produits de viande de canard gras transformés.
68. Pour les foies gras de canard transformés, généralement cuits ou mi-cuits, l'Autorité a envisagé de distinguer les produits à base de foie gras dits « entiers » des autres produits à base de foie gras, tels que les produits de foie gras en blocs et blocs morceaux.
69. Pour les produits de viande de canard gras transformés, une sous-segmentation a également été envisagée, entre (i) les produits découpés crus éventuellement transformés (par exemple, des produits « marinés »), (ii) les confits de canard et (iii) les autres produits élaborés.

Segmentation selon le canal de commercialisation

70. L'Autorité considère que les marchés de la commercialisation de produits crus de canard gras doivent être distingués selon leur canal de commercialisation : GMS, RHF, industrie agro-alimentaire (ci-après, « IAA ») ou bouchers-charcutiers-artisans (ci-après, « BCA »).
71. S'agissant des produits transformés, elle distingue seulement les canaux GMS et RHF, dans la mesure où peu de produits transformés sont destinés à l'IAA ou aux BCA, les acteurs de ces canaux ayant plutôt vocation à transformer eux-mêmes les produits crus.

Segmentation selon le caractère surgelé ou non des produits

72. L'Autorité a envisagé une distinction, en ce qui concerne les produits crus, entre les produits surgelés et non-surgelés.

Segmentation selon l'existence ou non d'un signe de qualité

73. L'Autorité a envisagé une distinction, en ce qui concerne les produits crus, selon l'existence ou non d'un signe de qualité (IGP ou Label Rouge).

Segmentation selon le positionnement commercial des produits

74. S'agissant du canal GMS, une distinction entre les produits de canards gras MDD et MDF a été envisagée, lorsqu'ils sont transformés. En revanche, une telle segmentation, bien qu'envisagée, n'a pas été considérée comme pertinente en ce qui concerne les produits de canards gras crus.

Position des parties

75. Les parties contestent plusieurs de ces segmentations.
76. En premier lieu, s'agissant de la distinction selon le type de canard dont sont issus les produits, les parties estiment que les produits de viande de canard maigre et de canard gras sont substituables. Selon elles, il existerait une substituabilité du côté de l'offre, qui se reflèterait dans le fait que, bien que ces produits soient issus de souches de canards distinctes, leurs processus de production présentent de fortes similarités : conditions d'accoupage identiques et durée d'incubation des œufs similaire, durées d'élevage proches, et abattage des canards et transformation des produits dans des conditions identiques. Elles ajoutent que les industriels fournisseurs de viande de canard proposeraient souvent, simultanément et aux mêmes prix, des offres de produits issus de canards gras et maigres.
77. Il existerait, en outre, une forte substituabilité du côté de la demande pour ces produits selon les parties. Les consommateurs auraient ainsi du mal à différencier les produits selon le type de canard dont ils sont issus, eu égard à l'emploi de certaines dénominations qui ne permettent pas de savoir si le canard est gras ou maigre³⁰, l'existence de similitudes dans leurs modalités de commercialisation (conditionnements et rayons identiques, mêmes mécanismes promotionnels), leurs usages de consommation, leurs qualités organoleptiques et leurs niveaux de prix. Cette absence de discernement des consommateurs se retranscrirait ainsi dans la demande faite aux industriels, les parties évoquant l'existence de certains appels d'offres de GMS pour des produits de viande de canard MDD portant indistinctement sur du canard gras ou maigre.
78. En deuxième lieu, s'agissant de la distinction selon le caractère surgelé ou non des produits, les parties ne la considèrent pas pertinente, notamment en RHF. Elles soutiennent que, du point de vue de l'offre, les opérateurs utilisent les mêmes outils de production et commercialisent les produits surgelés et non-surgelés auprès des grossistes. Il existerait en outre, selon les parties, une forte substituabilité du côté de la demande, eu égard aux similitudes en termes de niveaux de prix et de qualité des produits.
79. En troisième lieu, s'agissant de la distinction selon l'existence ou non d'un signe de qualité, les parties considèrent que celle-ci n'est pas pertinente pour les produits de

³⁰ Le muscle pectoral d'un canard est dénommé « magret » quand il est issu d'un canard gras, et « filet » quand il est issu d'un canard maigre. S'agissant des produits confits, il est par exemple d'usage de parler d'un « confit de cuisse de canard » quand la cuisse est issue d'un canard gras, et d'une « cuisse de canard confite » quand elle provient d'un canard maigre.

viande vendues en GMS, et pour tous les produits (foies gras comme viande) en RHF. Côté offre, les parties soutiennent que les processus de production (élevage, abattage, transformation) seraient globalement similaires entre ces produits et que les principaux acteurs de la filière canard gras commercialiseraient indifféremment des produits avec ou sans signe de qualité. Le fort usage du « déclassement » par les industriels en fin de production, consistant à déclasser des canards élevés sous signe de qualité pour en commercialiser les produits sans signe de qualité, serait au demeurant un indice majeur de cette substituabilité du côté de l'offre.

80. Côté demande, les parties ont soulevé des arguments distincts pour les canaux RHF et GMS.
81. Sur le canal RHF, elles relèvent notamment que les établissements n'ont aucune obligation d'indiquer l'origine ou l'existence d'un éventuel signe de qualité pour les produits de foie gras qui figurent sur leurs cartes. S'agissant des produits de viande, s'ils sont bien tenus à une obligation d'indiquer son origine géographique³¹, il n'existe aucune obligation de mentionner l'existence d'un signe de qualité. La demande des établissements de RHF serait ainsi indifférenciée entre les produits avec ou sans signe de qualité.
82. Sur le canal GMS, les parties considèrent notamment que les centrales d'achat ne procéderaient pas à des demandes spécifiques d'approvisionnement en produits de viande disposant de signe de qualité. En particulier, les cahiers des charges des appels d'offres pour les produits MDD seraient dans leur grande majorité dépourvus de tout référentiel à un signe de qualité.
83. En dernier lieu, s'agissant de la distinction selon le positionnement commercial des produits (MDD et MDF), les parties soutiennent que celle-ci ne serait pas pertinente sur le canal GMS pour les produits de viande de canard notamment. Il existerait selon elles une forte substituabilité du côté de l'offre entre produits MDD et MDF : ils sont fabriqués à partir des mêmes matières premières, dans les mêmes usines et avec les mêmes outils, selon des cahiers des charges identiques, induisant un coût de revient globalement comparable. Du côté de la demande, les parties allèguent une faible fidélité des consommateurs aux MDF. Elles ont également présenté des évolutions de leurs parts de marché sur certains produits MDD et MDF entre 2020 et 2023 qui illustreraient un jeu de « vases communicants », qui serait selon elles un signe d'une substituabilité du côté de la demande. Enfin, les produits de viande de canard MDD et MDF seraient similaires en termes de goût, de niveau d'élaboration, de gammes et de conditionnement, et présenteraient en outre des niveaux de prix très similaires.

³¹ Les établissements RHF doivent indiquer aux consommateurs l'origine géographique de la viande qu'ils proposent, qu'elle soit déjà cuisinée ou préparée (voir notamment le décret n° 2024-171 du 4 mars 2024 relatif à l'indication de l'origine des viandes utilisées en tant qu'ingrédients dans des préparations de viandes et des produits à base de viande applicable aux établissements de restauration) ou achetée crue par les établissements (voir notamment décret n° 2002-1465 du 17 décembre 2002 relatif à l'étiquetage des viandes bovines, porcines, ovines et de volailles dans les établissements de restauration, tel que modifié par le décret n° 2025-141 du 13 février 2025).

Appréciation de l'Autorité

84. L'Autorité revient ci-après sur chacune des segmentations envisagées par la pratique décisionnelle.

Segmentation selon le type de canard dont sont issus les produits

85. L'instruction a confirmé l'existence d'un marché de la commercialisation de produits de viande de canard gras³² distinct de celui de canard maigre.
86. L'Autorité relève une absence de substituabilité du côté de l'offre entre les produits de canards gras et de canards maigres. En effet, ces produits ne sont pas, dans leur très grande majorité, commercialisés par les mêmes industriels. La quasi-totalité des acteurs de la filière canard gras (dont les parties) est à ce titre spécialisée sur cette filière. En outre, les produits de canards gras sont issus d'un circuit globalement distinct de celui suivi par les produits de canards maigres.
87. Ce circuit spécifique se traduit notamment, pour les produits de canards gras, par le recours à (i) des souches de canards spécifiques (les canetons mulards), (ii) des couvoirs, des fermes de multiplication et des producteurs dédiés à cette activité, (iii) une phase de gavage, (iv) des lignes au sein des outils d'abattage spécifiques, prévues notamment pour le prélèvement du foie et l'éviscération. L'existence de la phase de gavage est, selon les répondants du test de marché réalisé par l'Autorité pour les besoins de son instruction (ci-après, « le test de marché »), le principal facteur de différenciation. En effet, un industriel du canard maigre qui souhaiterait démarrer une activité de canard gras ne pourrait pas le faire rapidement et sans surcoût. Il devrait notamment, au préalable, identifier un réseau de producteurs gaveurs à même de l'approvisionner, puis des abattoirs. De manière générale, le circuit spécifique et plus « long » des produits de canards gras résulte en un coût de revient plus élevé de ces produits par rapport aux produits de canards maigres.
88. S'agissant de la substituabilité du côté de la demande, l'Autorité note le recours à des appels d'offres distincts de la part des acheteurs ou d'appels d'offres globaux en matière, notamment de produits MDD (par exemple, portant sur un ensemble de produits « volailles ») qui, dans ce cas, précisent pour chaque produit le type de viande de canard souhaité.
89. Plus globalement, les répondants au test de marché, concurrents comme clients, soulignent l'existence d'une demande spécifique pour les produits de viande de canard gras. Elle résulte des préférences marquées des clients, contrairement à ce que suggèrent les parties. Cette différenciation des produits résulte (i) de la mise en place par la profession des logos « Magret de France » et « Confits de France » apposés sur les emballages de produits de viande de canard gras, (ii) d'une « supériorité » organoleptique des viandes de canard gras, perçues comme plus fondantes et tendres, et (iii) de la renommée des produits issus de canards gras, au travers notamment de la pièce « maîtresse », le magret, et des confits, ainsi que du caractère plus festif de ces produits, vecteurs d'un imaginaire de terroir et de gourmandise.
90. Ces différences qualitatives se reflètent d'ailleurs dans les réponses au test de marché relatives aux différences de prix entre viandes de canard gras et maigre. Les répondants

³² Dans la mesure où un foie gras ne peut être produit qu'à partir d'un canard gras, cette distinction est sans objet pour les produits de foies gras.

ont estimé que, de manière générale, les viandes de canard gras sont achetées à un prix supérieur par rapport à leurs équivalents en canard maigre, et revendues ensuite plus chères aux consommateurs³³.

91. Au regard des éléments qui précèdent, l'analyse concurrentielle sera donc menée spécifiquement sur les marchés de la commercialisation de produits de viande de canard gras.

Segmentation selon le caractère cru ou transformé des produits

92. L'instruction a confirmé le caractère pertinent d'une segmentation selon le caractère cru ou transformé des produits.
93. Les produits transformés transitent notamment par des lignes de production spécifiques chez les industriels et sont donc plus coûteux à produire, la transformation leur conférant au demeurant une plus-value qui se reflète dans leurs prix de vente.
94. Il n'y a donc pas lieu de revenir sur cette segmentation.
95. L'analyse concurrentielle sera donc menée en distinguant les produits crus des produits transformés.

Segmentation selon le canal de commercialisation

96. L'instruction a confirmé le caractère pertinent d'une segmentation selon le canal de distribution (GMS, RHF, IAA et BCA).
97. Le rôle des marques, le conditionnement et le mode de commercialisation des produits sont très différents sur chacun de ces canaux. Il ressort en outre de l'instruction que les parties, comme leurs concurrents, effectuent une veille commerciale distinguant chacun de ces canaux.
98. Il n'y a donc pas lieu de revenir sur cette segmentation.
99. L'analyse concurrentielle sera donc menée en distinguant, pour les produits crus, les canaux GMS, RHF, IAA et BCA et, s'agissant des produits transformés, les canaux GMS et RHF.

Segmentation selon les caractéristiques des produits

100. L'instruction a globalement confirmé la pertinence d'une segmentation entre les différents marchés des produits du canard gras envisagés par la pratique décisionnelle.
101. S'agissant des produits crus, l'Autorité s'est notamment interrogée sur l'existence d'un marché spécifique du magret, distinct des autres pièces de viande de canard gras. Il ressort des éléments recueillis que le magret est une pièce significativement mieux valorisée que les autres pièces du canard gras, représentant près des deux tiers de la valeur de la viande (hors foie gras) dans un canard gras, et qui présente, à ce titre, un prix de commercialisation au kilo plus important que les autres pièces. Le magret est

³³ Ce constat peut toutefois être nuancé dans la mesure où ces différences tarifaires peuvent être moins perceptibles en fonction des évolutions de l'offre et de la demande, sur certains produits crus notamment. Plusieurs répondants ont en outre souligné que l'offre en viandes de canard gras était actuellement inférieure à la demande pour ces produits, conduisant à une augmentation de leurs prix.

décrit par les répondants au test de marché comme un produit « phare », « incontournable » et « psychologique ».

102. S'agissant des foies gras transformés, aucun élément recueilli au cours de l'instruction ne justifie de revenir sur la pratique décisionnelle qui distingue les produits à base de foie gras dits « entiers » et les autres produits à base de foie gras, tels que les produits de foie gras en blocs et blocs morceaux³⁴.
103. Enfin, s'agissant des produits de viande de canard gras transformés, seule une simplification, permettant une meilleure lisibilité de la pratique décisionnelle a été opérée à l'occasion de la présente instruction. L'Autorité a ainsi retenu seulement deux marchés correspondant aux principaux produits de viande transformés : (i) les magrets fumés-séchés³⁵ et (ii) les confits de canard gras³⁶.
104. Au regard de l'ensemble de ces éléments, l'analyse concurrentielle sera donc menée en distinguant :
 - pour les produits crus : les foies gras crus, les magrets crus (assaisonnés ou non) et les autres viandes de canard gras découpées crues ;
 - pour les foies gras transformés : les foies gras entiers et les foies gras en blocs ou blocs morceaux ;
 - pour les produits de viande de canard gras transformés : les magrets fumés-séchés et les confits de canards gras.

Segmentation selon le caractère surgelé ou non des produits

105. À titre liminaire, la question d'une éventuelle segmentation selon le caractère surgelé ou non des produits est surtout pertinente pour la commercialisation des produits de canards gras dans le canal RHF. En effet, la commercialisation de produits surgelés de canards gras en GMS est très marginale.
106. L'instruction a confirmé la pertinence de cette segmentation pour analyser la commercialisation des produits de canard gras en RHF.
107. La surgélation induit des investissements spécifiques dans les ateliers de transformation, associés à la détention d'une ligne de surgélation et au stockage des produits surgelés (bâtiments et coûts énergétiques). En amont de leur surgélation, les produits suivent en revanche les mêmes étapes de production que les produits non-surgelés.
108. L'instruction a principalement mis en évidence l'intérêt particulier que représentent les produits surgelés pour les industriels. La surgélation des produits, notamment des foies gras qui supportent particulièrement bien ce processus, permet en effet aux industriels de lisser et réguler leur production dans le temps, ce qui s'avère

³⁴ L'Autorité s'était notamment interrogée sur l'existence de marchés distincts pour les produits présents au rayon frais et au rayon épicerie. Même s'il existe des différences de fabrication, de cuisson, de conditionnement et de conservation entre ces produits, il n'a pas été constaté d'écarts significatifs de prix et de qualité entre ces produits.

³⁵ Les magrets fumés séchés sont, selon les données transmises par les parties, les principaux produits de viandes de canard gras issus d'une transformation en dehors des produits confits.

³⁶ Les cuisses de canards gras en particulier représentent, selon les données des parties, près de [confidentiel] des produits confits qu'elles ont commercialisés en 2024, quel que soit le canal de commercialisation.

particulièrement important dans le contexte de saisonnalité des ventes de foies gras frais non-surgelés notamment, concentrées sur la fin d'année en GMS. La surgélation présente donc un double intérêt pour les industriels : lisser leurs ventes au cours de l'année et, potentiellement, répondre à une demande supplémentaire en fin d'année s'ils ont écoulé l'ensemble de leurs stocks de produits non-surgelés. Il s'en suit que les industriels disposant de la capacité à surgeler les produits ne commercialisent pas indifféremment des produits frais et des produits surgelés, mais mènent ces deux activités de manière complémentaire pour optimiser leur modèle économique.

109. En outre, si l'instruction n'a pas mis en évidence de différence significative entre les deux types produits en termes de prix moyen ou de qualité, l'Autorité observe que lissage des ventes opéré par les industriels permet à ces derniers de pratiquer des prix globalement stables tout au long de l'année pour les produits surgelés, au contraire des produits non-surgelés qui connaissent une hausse de leurs prix de vente en fin d'année au moment de leur pic de consommation. Une enseigne RHF a ainsi déclaré au cours de l'instruction que le fait que les produits surgelés soient plus coûteux à produire peut expliquer qu'ils soient parfois plus chers que les produits non-surgelés, en particulier hors période festive. Lors des périodes festives, l'envol des prix observé sur les produits frais non-surgelés se traduit par un accroissement important de l'écart de prix avec les produits surgelés.
110. S'agissant de la question de la substituabilité du côté de la demande, il existe des appels d'offres distincts pour les produits surgelés et non-surgelés en RHF, car ces produits sont gérés par des équipes d'acheteurs différentes. Au demeurant, si ces produits coexistent potentiellement ensemble dans les catalogues des enseignes RHF (lesquels mentionnent toutefois explicitement le caractère surgelé ou non des produits), ce n'est pas le cas en rayon, eu égard aux températures différentes dont ils ont besoin pour leur conservation. Les produits surgelés de canard gras font, par ailleurs, l'objet d'une demande spécifique de la part des enseignes RHF, dans la mesure où leurs clients (les restaurateurs notamment) sont particulièrement attentifs aux dates limites de conservation, lesquelles sont plus longues sur les produits surgelés. Il existe également des enseignes RHF spécialisées sur les produits surgelés.
111. Au regard de l'ensemble de ces éléments, l'analyse concurrentielle des marchés aval de la commercialisation à destination du canal RHF sera donc menée en distinguant les produits selon leur caractère surgelé ou non.

Segmentation selon l'existence ou non d'un signe de qualité

112. L'instruction a confirmé la pertinence de cette segmentation pour les produits de canard gras (foies gras comme viande) et pour l'ensemble des canaux de commercialisation.
113. Du côté de l'offre, si les produits avec et sans signe de qualité transitent sur les mêmes lignes de production, d'importantes différences existent au niveau des cahiers des charges des produits en matière d'élevage, de gavage et d'alimentation des canards³⁷. Les contraintes supplémentaires pesant sur la production de canards disposant d'un signe de qualité résultent en un coût de revient supérieur pour ces produits. En outre,

³⁷ Par exemple, contrairement aux canards standards, les canards IGP doivent bénéficier d'une alimentation locale, à base de maïs du Sud-Ouest. Les exploitations sont moins denses et doivent prévoir un accès des canards à l'extérieur. En outre, les durées d'élevage sont plus longues.

pour commercialiser des produits disposant d'une IGP ou d'un Label Rouge, les outils d'abattage, de découpe et de transformation doivent être certifiés.

114. Tous les acteurs de la filière ne peuvent donc pas commercialiser indifféremment des produits avec ou sans signe de qualité. Les acteurs présents uniquement dans le bassin du Grand Ouest, où ne sont produits que des canards standards (LDC et le groupe Soulard notamment), ne commercialisent pas de produits issus de canards disposant d'un signe de qualité. Les acteurs présents uniquement dans le bassin du Sud-Ouest, bien que disposant d'une capacité théorique à « déclasser » leurs produits, sont pour leur part engagés dans une logique de valorisation de leurs productions et de leur terroir, les conduisant à privilégier autant que possible la commercialisation de produits disposant d'un signe de qualité. Au demeurant, il n'existe pas de substituabilité réciproque dans la pratique du « déclassement », puisque les produits sans signe de qualité ne pourront pas acquérir une telle qualification.
115. De plus, on peut relever une substituabilité limitée du côté de la demande entre ces produits. Contrairement à ce qu'indiquent les parties, il existe une demande spécifique de la part des GMS et RHF pour l'approvisionnement en produits disposant d'un signe de qualité. Dans le cadre des appels d'offres réalisés pour les MDD, les signes de qualité souhaités sont clairement précisés dans les cahiers des charges.
116. Il ressort du test de marché que cette demande spécifique répond de manière générale à un besoin exprimé par les consommateurs, qui perçoivent les produits sur lesquels sont apposés les logos « IGP » ou « Label Rouge » comme disposant d'une qualité organoleptique nettement supérieure, attractifs, sécurisants car gages d'un savoir-faire et avec une origine clairement identifiée. Si le signe de qualité apparaît comme un critère de choix déterminant pour les consommateurs, ce critère joue moins pour la clientèle de la RHF (comme, par exemple, la restauration), plus attentive aux prix et qui, à ce titre, privilégie le recours à des produits standards.
117. Au regard de l'ensemble de ces éléments, l'analyse concurrentielle sera donc menée en distinguant les produits selon l'existence ou non d'un signe de qualité (IGP ou Label Rouge).

Segmentation selon le positionnement commercial des produits

118. L'instruction a confirmé la pertinence de la segmentation entre produits MDD et MDF en matière de commercialisation de viandes de canard gras (contestée par les parties) et de foies gras (non-contestée par les parties) en GMS.
119. Dans le cadre de l'approvisionnement des GMS, il existe d'importantes différences tenant aux modalités de négociation et aux mécanismes promotionnels. Dans le cas des produits MDF, les négociations sont en général annuelles, encadrées par la loi, menées de gré à gré et aboutissent à la signature de conventions qui définissent les prix à l'achat, les volumes, les remises, les frais de référencement et les promotions (à la charge, principalement, des industriels). En matière de MDD, les distributeurs ont en général recours à une procédure d'appel d'offres, bien que des négociations de gré à gré puissent intervenir ponctuellement, notamment dans le cadre de la reconduction de certaines références. L'activité promotionnelle pour ces produits est, en revanche, à la charge des distributeurs, et non des industriels. Enfin, pour commercialiser des

produits MDD auprès des enseignes, les industriels doivent au préalable acquérir la certification IFS³⁸.

120. Au-delà de ces modalités d’approvisionnement différentes, le fait que les produits de viande MDD et MDF transitent sur les mêmes lignes de production, soient fabriqués à partir des mêmes matières premières et fassent intervenir les mêmes techniques de production, comme l’ont indiqué les parties, a été très largement confirmé par les opérateurs interrogés dans le cadre du test de marché. Cela permet aux produits de viande MDD et MDF d’atteindre un niveau d’élaboration et de qualité globalement similaire. Les répondants au test de marché précisent toutefois que cette conclusion n’est valable que pour des produits MDD et MDF ayant un cahier des charges quasi-identique. C’est potentiellement le cas des MDD « premium », mais pas nécessairement celui des MDD « classiques » ou « petits prix » qui constituent une part importante de l’assortiment MDD des distributeurs. Pour celles-ci, les appels d’offres lancés par les distributeurs correspondent le plus souvent à des volumes très importants auxquels tous les industriels ne sont pas en mesure de répondre. Le cas échéant, les industriels doivent adapter leurs processus, ce qui peut résulter en un différentiel substantiel de qualité entre les produits de viande MDD et MDF, en ce qui concerne leur apparence et leur goût.
121. Des différences tarifaires entre produits de viande MDD et MDF, bien que plus faibles que celles observées sur les produits de foies gras, ont également été mises en évidence par les concurrents et les enseignes de GMS. Selon les données communiquées par ces dernières concernant l’année 2024, le surcoût moyen des produits MDF par rapport aux produits MDD était de 9 % pour les magrets, de 18 % pour les confits et de 23 % pour les magrets fumés-séchés.
122. Ces différences tarifaires s’expliquent essentiellement par les frais marketing supportés par les industriels pour mettre en avant leurs produits, lesquels sont importants dans la filière canard gras. Celle-ci est en effet composée d’industriels dotés de marques notoires en GMS, à l’image de Delpeyrat (Maïsador) ou de Labeyrie, qui véhiculent une image de qualité et jouent un rôle important dans l’acte d’achat des consommateurs³⁹.
123. Enfin, « le phénomène de vases communicants » des ventes de produits MDD et MDF décrits par les parties s’agissant de leurs parts de marché entre 2020 et 2023 ne permet pas de conclure à une substituabilité entre ces deux catégories de produits. L’Autorité constate que les parties ont privilégié, [confidentiel], le maintien – plus rémunérateur – de volumes en MDF lors de la pénurie de matière durant l’épisode de grippe aviaire de 2022 et 2023, délaissant de ce fait partiellement les marchés MDD
124. L’analyse concurrentielle des marchés aval de la commercialisation en GMS sera donc menée en distinguant les produits MDD et les produits MDF.

³⁸ Acronyme de « *International Featured Standard* ». Standard privé, il est un référentiel de certification utilisé dans l’IAA et la grande distribution pour garantir la sécurité, la qualité et la traçabilité des produits. À l’origine, l’IFS a été créé par plusieurs enseignes de distribution européennes, notamment françaises et allemandes, pour contrôler les fabricants de MDD.

³⁹ Les produits MDF sont, en 2024, majoritaires en ce qui concerne les achats, en volume, de magrets et de confits, les deux principaux produits de viandes commercialisés en GMS (54 % pour les magrets, 65 % pour les confits). Ce n’est pas le cas pour les magrets fumés séchés.

b) Marchés géographiques

125. L'Autorité considère que les marchés de la commercialisation de produits de canard gras revêtent une dimension nationale, dans la mesure où les produits à base de foie gras et de viande de canard gras constituent des produits traditionnels de terroir, consommés de manière uniforme en France.
126. Les parties et l'Autorité considèrent qu'il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle : un marché de dimension nationale sera retenu dans le cadre de l'analyse de la présente opération.

127. En conclusion, l'analyse concurrentielle des marchés de la commercialisation de produits de canard gras sera menée au niveau national, en distinguant :
- S'agissant des produits crus : les foies gras crus, les magrets crus et les autres viandes de canard gras découpées crues, en fonction de leur canal de commercialisation (GMS ou RHF), de la présence ou non d'un signe de qualité, de leur caractère surgelé ou non (uniquement en RHF), et du positionnement commercial du produit (uniquement en GMS).
 - S'agissant des produits de foies gras transformés : les foies gras entiers et les foies gras en blocs ou blocs morceaux, en fonction de leur canal de commercialisation (GMS ou RHF), de la présence ou non d'un signe de qualité, de leur caractère surgelé ou non (uniquement en RHF), et du positionnement commercial du produit (uniquement en GMS) ;
 - S'agissant des produits de viande de canard gras transformées : les magrets fumés-séchés et les confits, en fonction de leur canal de commercialisation (GMS ou RHF), de la présence ou non d'un signe de qualité, de leur caractère surgelé ou non (uniquement en RHF), et du positionnement commercial du produit (uniquement en GMS).
128. S'agissant du canal de commercialisation de l'IAA⁴⁰, l'analyse concurrentielle sera menée au niveau national en distinguant notamment les foies gras crus, les magrets crus et les autres viandes de canard gras découpées crues, selon la présence ou non d'un signe de qualité.

5. MARCHES AVAL DE LA COMMERCIALISATION DE COPRODUITS DE CANARD

129. Les coproduits sont des sous-produits, comestibles ou non, issus de l'abattage d'animaux, comme la graisse, le sang ou la peau et les cuirs.
130. L'Autorité a envisagé de distinguer les coproduits propres à la consommation humaine (essentiellement les abats), segmentés par espèce animale et par canal de distribution (GMS, IAA, RHF et BCA), et les coproduits impropres à la consommation humaine (cervelles, colonnes vertébrales, yeux, etc.). Un marché distinct des cuirs et des peaux, segmenté selon l'espèce animale, a également déjà été envisagé⁴¹.

⁴⁰ Les ventes à destination de l'IAA incluent notamment les produits cédés à des acteurs de la filière ou à d'autres acteurs utilisant ces produits comme intrants.

⁴¹ Décision n° 24-DCC-127, précitée.

131. L'Autorité considère que les marchés des coproduits d'abattage sont de dimension nationale⁴².
132. Il n'y a pas lieu de s'écarter de ces délimitations de marché.
133. Au vu des activités des parties, l'Autorité ne dispose au cas d'espèce que des données relatives aux canards gras spécifiquement et n'est dès lors pas en mesure de mener son analyse sur le marché des coproduits des canards (gras et maigres confondus).
134. En conséquence, l'analyse concurrentielle sera donc menée au niveau national sur les marchés aval de la commercialisation de coproduits des seuls canards gras, qui constitue le segment sur lequel les activités des parties se chevauchent.

B. LES MARCHES DE LA FILIERE VOLAILLE (HORS CANARDS)

135. S'agissant du secteur de la volaille, et à l'instar de la filière canard gras, l'Autorité définit traditionnellement les marchés suivants :
- les marchés amont de la collecte de volailles en vue de l'abattage ;
 - les marchés de l'abattage de volailles pour le compte de tiers ;
 - les marchés aval de la commercialisation (i) de viande fraîche de volaille, (i) de produits élaborés à base de viande de volaille et (iii) de coproduits de volaille.
136. Seuls les marchés amont de la collecte de volailles en vue de l'abattage sont concernés par la présente opération. En effet, Euralis, via son OP Euralis Coop, n'intervient en tant qu'offreur que sur les marchés amont de la collecte de volailles en vue de l'abattage, en fournissant des volailles aux abattoirs situés dans le Sud-Ouest, dont ceux des filiales contrôlées par Maïsadour.

1. MARCHES DE PRODUITS

137. L'Autorité considère qu'il existe autant de marchés que de types de volailles collectées en vue de l'abattage : poulets, pintades, dindes, etc.⁴³. En effet, il n'existe pas de substituabilité entre les différentes espèces de volailles, tant du côté de l'offre que de la demande, les éleveurs de volailles étant généralement spécialisés par espèce, tandis que les chaînes d'abattage sont généralement adaptées à une espèce de volaille particulière.
138. Une sous-segmentation supplémentaire, selon l'existence ou non d'un signe de qualité, a également été envisagée. En effet, les modalités d'élevage (durée, normes et installations notamment), de sélection et de multiplication des souches et d'accoupage diffèrent entre les volailles standards et celles bénéficiant d'un label. Par ailleurs, l'Autorité n'a pas retenu l'existence d'un marché spécifique de la collecte de volailles biologiques en vue de l'abattage, relevant que leurs conditions d'élevage étaient

⁴² Décision n° 24-DCC-127, précitée.

⁴³ Décision de l'Autorité n° 26-DCC-10 du 15 janvier 2026 relative à la fusion des coopératives agricoles Terres du Sud et Vivadour.

proches de celles des volailles sous label, à l'exception de leur alimentation, et que les mêmes chaînes d'abattage pouvaient être utilisées pour ces deux types de volailles.

139. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette définition de marché au cas d'espèce.
140. L'analyse concurrentielle sera donc menée sur le marché de la collecte de volailles vivantes en vue de l'abattage, en distinguant par type de volailles et selon l'existence ou non d'un signe de qualité.

2. MARCHES GEOGRAPHIQUES

141. L'Autorité considère que les marchés de la collecte de volailles en vue de l'abattage revêtent une dimension locale, définie par une zone autour de chaque abattoir, qui varie selon l'existence ou non d'un signe de qualité et, le cas échéant, de la région d'élevage des volailles⁴⁴.
142. S'agissant des volailles standards, cette zone varie selon la densité d'élevage de la région concernée : un temps de trajet en camions de 1 heure 30 pour des régions à forte densité d'élevage telles que la Bretagne ou les Pays de la Loire, et 2 heures 30, voire 3 heures, pour des régions à plus faible densité d'élevage.
143. S'agissant des volailles sous label, qui relèvent d'un régime spécifique, le cahier des charges homologués l'arrêté du 3 avril 2019 fixant les conditions de production communes relatives à la production en Label Rouge « volailles fermières de chair » impose une durée maximale de trajet de 3 heures ou une distance maximale de 100 kilomètres entre les lieux d'élevage et l'abattoir.
144. En pratique, dans la décision n° 21-DCC-65⁴⁵, pour l'unique abattoir des parties situé dans le Sud-Ouest (Landes), l'Autorité a retenu une zone de 3 heures de route tant pour les volailles standards que pour les volailles labélisées. Dans des décisions antérieures, s'agissant d'abattoirs situés dans le Sud-Ouest, une zone de 2 heures – 2 heures 30 a été retenue pour la collecte de volailles standards⁴⁶. Enfin, dans une opération dans laquelle les parties concernées ne détenaient aucun abattoir, la zone de collecte retenue était, pour la volaille standard, de 200 kilomètres autour des abattoirs tiers et, pour la volaille sous label, de 150 kilomètres⁴⁷.
145. Au cas d'espèce, l'Autorité a analysé les effets de l'opération dans des zones de 2h, 2h30 et 3h autour des abattoirs.
146. L'analyse concurrentielle sera donc menée sur le marché de la collecte de volailles vivantes en vue de l'abattage, en distinguant par type de volailles et selon l'existence

⁴⁴ Décision n° 26-DCC-10, précitée.

⁴⁵ Décision de l'Autorité n° 21-DCC-65 du 14 avril 2021 relative à l'acquisition par la société LDC Volaille du groupe Ronsard.

⁴⁶ Décisions de l'Autorité 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 Maïsadour 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 Maïsadour, et n° 13-DCC-102 du 26 juillet 2013 relative à la création d'une entreprise commune par la société Glon Sanders Holding et le groupe Euralis.

⁴⁷ Décision de l'Autorité n° 24-DCC-210 du 27 septembre 2024 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe Avril des sociétés Axérial Elevage et Centre Grains.

ou non d'un signe de qualité, au niveau local, conformément à l'ensemble des distances mentionnées ci-dessus⁴⁸.

C. LES MARCHES DE L'ACCOUVAGE

a) Marchés de produits

Rappel de la pratique décisionnelle

147. L'Autorité a relevé, dans le cadre d'une décision relative aux secteurs de la volaille et du lapin, que la mise sur le marché d'animaux d'un jour par les sociétés d'accoupage relevait d'un maillon spécifique de la filière avicole⁴⁹. À ce titre, elle a considéré que cette activité pourrait, selon l'espèce considérée, constituer un ou plusieurs marchés, au sein du secteur des produits et services à destination de l'élevage avicole.
148. L'Autorité a également relevé, dans le cadre de deux décisions⁵⁰, le fait que Maïsadour disposait d'une activité d'accoupage. Elle n'avait toutefois pas considéré pertinent, à l'instar de la décision susmentionnée, de distinguer un marché spécifique de l'accoupage, en raison du fait que les animaux d'un jour issus de ses sociétés d'accoupage étaient en grande partie cédés aux adhérents des OP de Maïsadour.
149. La pratique décisionnelle européenne⁵¹ a pour sa part déjà envisagé un marché des « œufs à couvrir », qu'elle n'a pas segmenté.

Position des parties

150. Les parties considèrent qu'il n'est pas pertinent de distinguer des marchés spécifiques de l'accoupage dans la mesure où leurs activités ne se chevaucheraient pas.

Appréciation de l'Autorité

151. L'Autorité estime justifié de définir un marché spécifique de l'accoupage pour les besoins de la présente analyse.
152. En ce qui concerne les canetons mulards destinés à la production de canards gras, les sociétés d'accoupage de Maïsadour spécialisées en la matière, à savoir les sociétés Mulor et SOA, ont produit un total de [confidentiel] millions de canetons dont [confidentiel] % (en volume et en valeur) des canetons ont donc été vendus à des OP tierces. Parmi ces clients tiers, on relève notamment [confidentiel], actionnaires non-

⁴⁸ En l'espèce, l'analyse a été menée sur des zones d'un rayon de 150 km, sur lesquelles les parts de marché des parties sont les plus importantes.

⁴⁹ Décision de l'Autorité n° 10-DCC-34 du 22 avril 2010 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Arrivé Nutrition Animale, Arrivé Division Petfood, Arrivé Bellanné et Cap Elevage par la Coopérative Interdépartementale des Aviculteurs du Bocage.

⁵⁰ Décisions de l'Autorité 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 Maïsadour et Terrena et 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 Maïsadour.

⁵¹ Décision de la Commission européenne M. 6626 du 17 juin 2013 DLG / Danish Agro / DanHatch.

contrôlants de SOA mais aussi, via leurs OP, des groupes tels qu'Euralis⁵², [confidentiel].

153. La part des ventes de canetons à des OP tierces était plus élevée encore lors du dernier épisode de grippe aviaire, en 2022 et 2023 (entre 70 % et 80 % des ventes et du chiffre d'affaires réalisé par les sociétés Mulor et Sud-Ouest Accoupage). Sur ces deux années, les deux principaux accoupageurs tiers approvisionnant en canetons la filière canard gras, les groupes Orvia et Grimaud⁵³, dont les couvoirs sont implantés dans le Grand Ouest, ont vu leurs capacités de production très affectées en raison de l'intensité de la grippe aviaire dans ce bassin de production. Les couvoirs de Maïsadour, implantés dans le Sud-Ouest, ont été relativement mieux protégés de la grippe aviaire, et ont donc vu une partie de la demande en canetons se reporter vers eux.
154. En ce qui concerne les poussins et pintadeaux destinés à la production de volailles, les informations transmises par Maïsadour relatives à l'activité de sa filiale spécialisée en la matière, Carina Sud-Ouest, révèlent également une majorité de ventes externes, puisque seul [confidentiel] % du chiffre d'affaires de cette société est réalisé auprès des producteurs adhérents de Maïsadour. Ses principaux clients sont, entre autres, les groupes [confidentiel], Euralis, Volailles d'Albret [confidentiel].
155. Il résulte de ces éléments que l'activité d'accoupage de Maïsadour est exercée majoritairement à destination de clients externes, témoignant de l'existence de marchés de l'accoupage pour ces espèces.
156. L'Autorité considère en outre qu'il existe autant de marchés de l'accoupage que d'espèces d'animaux d'un jour, chaque espèce faisant l'objet d'un processus de sélection et de multiplication spécifique en amont et d'une demande ciblée par les acteurs de chaque filière avicole en aval. Au demeurant, il existe une forte spécialisation des couvoirs par espèce (eu égard notamment aux différences de tailles des œufs), et les investissements visant à modifier cette spécialisation sont significatifs. Par conséquent, pour les besoins de la présente opération, l'Autorité retient l'existence de marchés distincts de l'accoupage de canetons, de poussins et de pintadeaux, seules espèces concernées par l'activité d'accoupage de Maïsadour.
157. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'analyse concurrentielle sera menée sur un marché spécifique de l'accoupage, segmenté par type d'espèce (canetons pour la filière canard⁵⁴, poussins pour la filière poulet, pintadeaux pour la filière pintade).

b) Marchés géographiques

158. Dans son unique décision qui n'a pas exclu l'existence de tels marchés, l'Autorité n'a pas eu besoin de délimiter le marché géographique dans la mesure où la concentration

⁵² Euralis ne dispose pas d'une activité d'accoupage. Son approvisionnement en canetons est réalisé en grande partie auprès [confidentiel] ([confidentiel] % de ses approvisionnements en canetons en 2024) et de Maïsadour ([confidentiel] %).

⁵³ En dehors de leurs activités de sélection et d'accoupage, ces groupes ne disposent d'aucune autre activité dans la filière canard gras.

⁵⁴ En l'espèce, l'analyse sera réalisée sur un segment des canetons mulards, eu égard aux activités des parties. La part de marché de Maïsadour sur le marché plus large de l'accoupage de canetons est en tout état de cause inférieure à celle examinée pour les besoins de la présente instruction.

examinée concernait une cible qui fournissait quasi-exclusivement les éleveurs adhérents à la coopérative acquéreuse⁵⁵.

159. La Commission européenne (ci-après, « la Commission ») a quant à elle retenue une dimension nationale du marché des œufs à éclore au Danemark⁵⁶.
160. Au cas d'espèce, l'instruction a montré que les animaux d'un jour peuvent voyager par camion sur de longues distances entre les couvoirs et les exploitations dès lors que les conditions sanitaires sont réunies.
161. Le cas des canetons mulards est à ce titre révélateur : le bassin du Grand Ouest, qui abrite les couvoirs de deux des trois principaux opérateurs fournisseurs de canetons mulards pour la filière canard gras, représente, en 2024, 68 % de la production nationale de canetons mulards, contre 32 % pour le bassin du Sud-Ouest⁵⁷. Or, sur cette même année, le bassin du Grand Ouest ne représente que 23 % des mises en élevage de canards gras, contre 75 % pour le Sud-Ouest. D'importants transferts de canetons ont donc lieu entre ces deux bassins. Les éléments recueillis dans le cadre du test de marché auprès des concurrents des parties dans la filière canard gras confirment ce constat.
162. Compte tenu de ces éléments, l'Autorité considère que la dimension géographique des marchés de l'accoupage est nationale.

D. LES MARCHES DES CEREALES, OLEAGINEUX ET PROTEAGINEUX (COP)

1. PRESENTATION DU SECTEUR

163. Le secteur des COP⁵⁸ est structuré autour de trois activités exercées par plusieurs types d'acteurs distincts : (i) leur culture par les producteurs, (ii) leur collecte et (iii) leur commercialisation par des organismes collecteurs. Le schéma ci-après propose une version simplifiée de son fonctionnement.

⁵⁵ Décision n° 10-DCC-34, précitée.

⁵⁶ Décision M. 6626 précitée.

⁵⁷ Données du CIFOG. La part de la production nationale de canetons issue du Grand Ouest a fortement diminué lors de l'épisode de grippe aviaire de 2022-2023, lors de laquelle elle s'est établie à 50 %. Cet épisode a été marqué par d'importantes pertes dans les élevages de reproducteurs à l'origine d'une baisse de la production de canetons dans la région Pays de la Loire notamment. Or, historiquement, le bassin du Grand Ouest représente approximativement 70 % des canetons fournis à la filière canard gras.

⁵⁸ Le terme de COP recouvre notamment les productions suivantes (liste non-exhaustive) : l'avoine, le blé dur, le blé tendre, le chia, le colza d'hiver, l'épeautre, les féverolles, les lentilles, le lin oléagineux, le lupin doux, la luzerne, le maïs grain, la moutarde, l'orge, le pois protéagineux, le riz, le sarrasin, le seigle, le soja, le sorgho, le tournesol et le triticale.

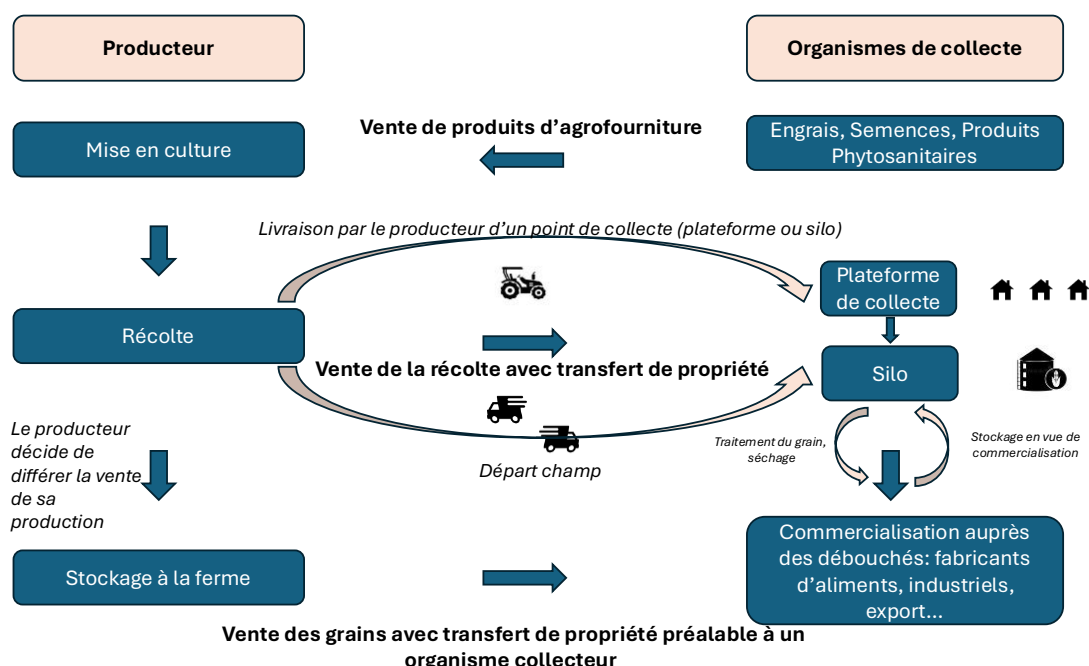


Figure 2 : Illustration simplifiée du fonctionnement de la collecte de COP (Source : services d'instruction)

164. Dans le cadre de la mise en culture des COP, les producteurs déterminent la ou les variété(s)⁵⁹ qu'ils vont produire, même si, en pratique, la mise en culture d'un type de COP est souvent le résultat d'une discussion entre le producteur et l'organisme collecteur (par l'intermédiaire des techniciens commerciaux notamment) prenant en compte les caractéristiques de son exploitation et du territoire, ses attentes ainsi que les besoins anticipés de l'organisme collecteur.
165. Les productions de COP nécessitent par ailleurs un approvisionnement en produits d'agrofourniture : semences, engrais, produits phytosanitaires. Les producteurs sont globalement libres de s'approvisionner auprès du fournisseur de leur choix pour ces intrants, sauf s'ils sont membres d'une coopérative et qu'ils ont choisi d'adhérer à l'objet « approvisionnement »⁶⁰ de leur contrat de coopération. Ils sont alors tenus de respecter une part minimale d'approvisionnement auprès de leur coopérative, qui varie selon les coopératives et détermine la part des récoltes que les producteurs adhérents peuvent acheter en dehors de leur coopérative. Cette part est de [confidentiel] % pour Euralis et de [confidentiel] % pour Maïsador.
166. Au moment de la récolte, s'ouvre la phase de collecte des COP par les organismes collecteurs. Plusieurs solutions⁶¹ s'offrent aux producteurs :

⁵⁹ Chez Euralis, pour la campagne de récolte 2023/2024, [confidentiel] % des producteurs ne produisaient qu'un type de COP, [confidentiel] % deux types de COP et [confidentiel] % au moins trois types de COP. Pour Maïsador, sur cette même campagne, [confidentiel] % ont produit un seul type de COP, [confidentiel] % deux types de COP et [confidentiel] % au moins trois types de COP.

⁶⁰ Il peut ainsi décider, en théorie, de n'adhérer qu'à cet objet et de produire des COP pour une autre coopérative.

⁶¹ Les producteurs peuvent transférer la propriété des grains récoltés à un organisme producteur ou les laisser en dépôt, c'est-à-dire entreposer « sa production chez un collecteur de céréales des grains dont il garde la propriété. Ultérieurement au dépôt, le producteur pourra soit vendre ses grains à un collecteur de céréales,

- livrer eux-mêmes un silo ou une plateforme de collecte pour la collecte de leurs productions, ce qui se fait le plus souvent à leur frais et en tracteur (voir ci-dessous)⁶² ;
 - être collectés par le biais d'un « départ champ », dans le cas notamment où ils sont éloignés des infrastructures de collecte de l'organisme collecteur qu'ils sont censés livrer. En ce cas, l'organisme collecteur se rend sur l'exploitation pour collecter les productions, au moyen de camions et de transbordeurs. Cette solution de collecte est coûteuse⁶³ et, de ce fait, elle n'est envisagée par les organismes collecteurs que si elle est optimisée, c'est-à-dire si elle permet de constituer des camions complets afin d'amortir les frais de transport et de logistique associés. Elle est donc réservée aux volumes importants ; ou
 - procéder eux-mêmes au traitement et au stockage de leurs récoltes en vue d'une commercialisation de leur production ultérieure à un organisme collecteur. Le stockage à la ferme *stricto sensu*, c'est-à-dire le cas où un producteur décide de procéder au stockage sur le lieu de son exploitation permet aux producteurs qui y recourent de disposer d'une certaine souplesse dans leur activité, leur offrant notamment la possibilité de décider du moment où ils souhaitent commercialiser leurs grains et de réaliser une marge additionnelle associée à l'économie réalisée sur les prestations de séchage et de stockage des grains facturées par les organismes de collecte. Les investissements dans des infrastructures de stockage sont, en tout état de cause, importants à l'échelle d'un seul producteur et ne peuvent être amortis que sur plusieurs années. Pour cette raison, les producteurs peuvent se regrouper dans des coopératives d'utilisation du matériel agricole (ci-après, « CUMA ») pour mutualiser les investissements nécessaires. Ces CUMA, par le biais de leurs infrastructures, peuvent ensuite procéder à la récolte et au stockage des grains de leurs adhérents, mais aussi facturer ces prestations à des producteurs non-adhérents. En tout état de cause, les infrastructures de stockage à la ferme ou des CUMA sont plus limitées, en capacité d'accueil des grains, que celles des organismes collecteurs et leur exploitation emporte des coûts supplémentaires pour les exploitants ainsi que des contraintes réglementaires.
167. Le transfert de la propriété des grains aux organismes collecteurs a lieu au moment de la collecte. Ce transfert de propriété est matérialisé par la signature de contrats de vente entre les producteurs et les organismes collecteurs, précisant le type de COP collecté, et pouvant revêtir différentes formes⁶⁴.
168. De manière générale, les « organismes collecteurs » doivent avoir été agréés pour pouvoir collecter et vendre des COP sur les marchés à l'aval. Les organismes

soit les reprendre pour les utiliser sur son exploitation, pour nourrir ses animaux par exemple ». Voir le glossaire de FranceAgriMer : [\[VISIONET\] Glossaire](#)

⁶² Le test de marché montre que, dans certains cas, tout ou partie du coût de transport peut être pris en charge par l'organisme collecteur, par exemple si le producteur livre le silo le plus proche de son exploitation.

⁶³ Il ressort du test de marché que le coût d'un départ champ peut être supporté en totalité soit par le producteur, soit par l'organisme collecteur, soit mutualisé entre eux.

⁶⁴ Il existe de nombreuses modalités de contrats de vente, le choix des producteurs étant orienté selon leur maîtrise et leur connaissance des marchés à terme et leur appétence aux risques. Parmi ces modalités se trouvent des contrats de vente à prix ferme (cotations journalières dépendantes de références de marché) ou indexés sur Euronext (la vente est alors déclenchée en fonction de l'atteinte d'un prix cible), pouvant inclure des acomptes versés aux producteurs. Les contrats choisis par les producteurs peuvent en outre dépendre de leurs situations particulières, notamment de leur capacité à stocker leurs productions par d'autres moyens.

collecteurs agréés sont référencés par FranceAgriMer⁶⁵. Comme l'indique le glossaire de FranceAgriMer, « [s]eules les entreprises déclarées auprès de FranceAgriMer peuvent acheter les grains ou graines aux producteurs. A l'occasion de la collecte, la propriété des grains ou graines est transférée de l'apporteur au collecteur »⁶⁶. Ces organismes collecteurs peuvent être des coopératives, comme les parties, ou des acteurs privés plus communément appelés « négociés ». Tout grain produit en France doit donc transiter par un organisme collecteur avant d'être commercialisé, conformément à l'article L. 666-1 du code rural et de la pêche maritime. Même dans le cas où un producteur livre directement les clients de l'organisme collecteur, ce dernier (i) doit l'autoriser et (ii) établir le contrat de vente et la facturation⁶⁷.

169. À ce titre, les organismes collecteurs constituent un maillon clef entre la production et la commercialisation des COP, avec la mission de conditionner le produit collecté auprès du producteur, de nettoyer les grains, de procéder à un contrôle qualité de la marchandise, de confectionner des lots homogènes de produits (par exemple, en termes d'humidité ou de taux de protéine) et de constituer des volumes suffisants de nature à satisfaire la demande des clients. Il est en effet très difficile dans les faits pour les producteurs d'accéder directement aux marchés nationaux et internationaux de commercialisation des COP sans faire appel à un organisme collecteur. Ils répondent à des conditions réglementaires strictes⁶⁸ (notamment une obligation de contrôle du poids, de l'humidité des céréales et la tenue d'une comptabilité matière retraçant entrées et sorties).
170. À la marge, certains producteurs ainsi que des CUMA peuvent disposer du statut d'organisme collecteur. Cela suppose toutefois pour eux le respect du cadre réglementaire associé et implique de lourds investissements dans les infrastructures nécessaires, comme vu *supra*.
171. Les coopératives, à l'image des parties, collectent principalement les productions de leurs adhérents. Le plus souvent, ceux-ci sont tenus, en vertu des clauses d'apport les liant à leur coopérative, d'apporter toute ou partie des grains qu'ils produisent à leur coopérative. S'agissant des coopérateurs d'Euralis et Maisadour, ces clauses d'apport sont respectivement de [confidentiel] % et [confidentiel] % des grains. Elles collectent également, de manière plus marginale, les grains de producteurs indépendants (autrement appelés « tiers non-adhérents »)⁶⁹. S'agissant des négociés, ceux-ci collectent notamment les grains de producteurs indépendants et éventuellement ceux de producteurs coopérateurs, si les clauses d'apport à leur coopérative le leur permettent.
172. Les COP sont stockés dans deux types d'infrastructures de collecte⁷⁰ : des plateformes de collecte, de capacité de stockage et de traitement limitées, ou des silos, dont les

⁶⁵ La liste des organismes collecteurs agréés par FranceAgriMer est accessible ici : <https://www.franceagrimer.fr/chiffre-et-analyses-economiques/liste-des-collecteurs-0>.

⁶⁶ Voir le glossaire de FranceAgriMer : [\[VISIONET\] Glossaire](#).

⁶⁷ Article D. 666-1 du code rural et de la pêche maritime.

⁶⁸ Articles L. 666-1 et suivants du code rural et de la pêche maritime.

⁶⁹ Par le biais de filiales de négoce dédiées, à savoir Euralis Négoce et Agralia, pour Maisadour.

⁷⁰ Silos comme plateformes de collecte sont dotés obligatoirement d'un pont bascule permettant la pesée et d'outils d'agréages, nécessaires au respect des conditions réglementaires précitées attachées au statut d'organisme collecteur.

capacités sont très supérieures. Les silos peuvent disposer en outre d'équipements permettant de traiter les grains tels que les séchoirs pour les productions « humides ». Le séchage permet par ailleurs la conservation pérenne des grains et constitue donc un équipement particulièrement utile pour un organisme collecteur du Sud-Ouest dont la principale production, le maïs, nécessite d'être séchée. Le plus souvent, les plateformes sont rattachées à une zone géographique déterminée et sont affectées à un ou plusieurs silos selon les variétés de COP et le plan de collecte décidé par l'organisme collecteur. Ainsi, les plateformes de collecte assurent la proximité entre les producteurs et l'organisme collecteur et sont une étape intermédiaire avant l'acheminement des COP à un silo où ils seront traités en vue de leur revente ou utilisation. Le maillage du territoire par le biais des plateformes de collecte est essentiel, ainsi que l'a déjà relevé l'Autorité : *« de maintenir une grande proximité géographique avec les différentes exploitations afin de collecter rapidement les récoltes moissonnées dans un intervalle de temps relativement court, ce qui est essentiel en période de récolte »*⁷¹.

173. Enfin, à l'issue de la collecte vient la phase de commercialisation des COP, avec plusieurs débouchés pour les organismes collecteurs : besoins internes ou de producteurs s'adressant directement aux organismes de collecte, fabricants d'aliments pour animaux, industriels (maïseries, meuneries, semouleries, biocarburants et amidonnerie, trituration - pour le soja notamment) et l'export. Dans le cadre de leur commercialisation, les grains peuvent transiter par des infrastructures de stockage intermédiaires, telles que des silos portuaires.
174. La pratique décisionnelle de l'Autorité reflète cette présentation du secteur. Elle distingue les marchés amont de la collecte de COP (1), les marchés intermédiaires du stockage en silos portuaires (2) et les marchés aval de la commercialisation de COP ⁷².

1. LES MARCHES AMONT DE LA COLLECTE DE COP

175. Les marchés amont de la collecte de COP mettent en relation les producteurs du côté de l'offre et les organismes collecteurs du côté de la demande.

a) Marchés de produits

Rappel de la pratique décisionnelle

176. L'Autorité retient l'existence d'un marché unique de la collecte de COP, dans la mesure où les silos de collecte peuvent indifféremment stocker tous les types de grains, certains d'entre eux nécessitant seulement des infrastructures spécifiques, telles que des séchoirs pour le maïs ou des outils de triage pour les pois. Or la grande majorité des organismes collecteurs dispose de l'ensemble des infrastructures adaptées à chaque type de grain, ce qui leur permet de stocker l'ensemble des COP⁷³.

⁷¹ Décision n° 20-DCC-82, précitée.

⁷² Sur les marchés aval de la commercialisation de COP, les parts de marché cumulées des parties sont systématiquement inférieures à 25 %. Ces marchés ne seront dès lors pas présentés en détail dans le cadre de la présente décision.

⁷³ Décision n° 26-DCC-10, précitée.

177. En outre, dès lors que la collecte de COP peut être assurée à partir des plateformes de collecte ou des silos, l'Autorité considère, bien que ces deux types d'infrastructures n'exercent pas la même pression concurrentielle sur le marché, qu'ils appartiennent au même marché de produits, l'Autorité n'ayant pas segmenté selon que la collecte soit apportée à un silo⁷⁴ ou à une plateforme.

Position des parties

178. Les parties ne considèrent pas qu'il y ait lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité concernant le marché unique de la collecte de COP.

Appréciation de l'Autorité

179. L'instruction a, de manière générale, confirmé la pertinence d'un marché unique de la collecte de COP.
180. Du côté de l'offre, les producteurs de COP sont en mesure d'adapter leur production en passant d'une variété de COP à une autre sur une même parcelle, rapidement et sans surcoûts majeurs. L'Autorité relève en outre qu'il est agronomiquement conseillé, dans le cadre de la PAC, de procéder à une rotation des cultures. Du côté de la demande, les sites de collecte, plateformes ou silos, peuvent accueillir tous types de COP. Si la spécialisation d'un site de collecte pour une seule variété de COP⁷⁵ est fréquente en pratique, elle répond à une volonté d'optimisation logistique selon les campagnes de récolte et non d'une contrainte opérationnelle.
181. Par ailleurs, il pourrait être envisagé de segmenter la collecte de COP selon que les cultures soient conventionnelles ou biologiques. En effet, si toutes les infrastructures sont en mesure d'accueillir tant des COP conventionnels que biologiques, accueillir des COP biologiques suppose l'obtention de la certification bio, qui doit être renouvelée annuellement. En outre, le point de collecte doit être organisé de manière à éviter tout contact entre COP conventionnels et biologiques, ce qui dans les faits suppose une division soigneuse des outils (ou un nettoyage très fréquent) dès lors que, par exemple, un même séchoir ou une même cellule ne peut être consécutivement utilisé pour des COP conventionnelles et biologiques. En raison de ces difficultés pratiques, la majorité des concurrents interrogés a indiqué ne pas être en mesure d'accueillir simultanément des COP conventionnelles et des COP biologiques sur une même infrastructure de collecte.
182. Il n'y a toutefois pas lieu, au cas d'espèce, de trancher cette question, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées, quelle que soit l'hypothèse retenue. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'analyse concurrentielle sera menée sur un marché unique de la collecte de COP.

⁷⁴ De même, l'Autorité ne segmente pas entre silos équipés de séchoirs et ceux qui n'en possèdent pas, même si le séchoir peut être indispensable pour sécher les céréales comme le maïs, qui est la culture dominante des parties et dans le Sud-Ouest.

⁷⁵ L'accueil de plusieurs types de COP sur un même site de manière concomitante suppose que l'infrastructure dispose de plusieurs « ruches ».

b) Marchés géographiques

Rappel de la pratique décisionnelle

183. L'Autorité considère que la collecte de COP est un marché local⁷⁶.
184. Dans de précédentes décisions, elle a mené une première analyse au niveau départemental permettant d'identifier les principales zones sur lesquelles les activités des parties se chevauchent. Cette analyse au niveau départemental est complétée par une approche plus fine, portant sur des zones de 45 kilomètres autour des points de collecte (silos et plateformes). Dans cette zone, l'Autorité tient compte de l'implantation de tous les points de collecte, le cas échéant en bordure, afin de conduire son analyse concurrentielle.

Position des parties

185. Les parties considèrent qu'il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité.

Appréciation de l'Autorité

186. L'Autorité confirme la pertinence du premier filtre départemental retenu par la pratique décisionnelle. Toutefois, concernant la délimitation de la zone de collecte locale, compte tenu du test de marché réalisé auprès des producteurs des parties et de leurs concurrents, il convient de confirmer une évolution récente de la pratique décisionnelle⁷⁷. Il apparaît en effet qu'une zone de 45 kilomètres délimitée autour des sites de collecte est en l'espèce trop étendue au regard des éléments transmis par ces tiers.
187. Interrogées sur ce point lors de l'instruction, les parties considèrent que la forte densité du maillage territorial observée dans le Sud-Ouest, de nombreux points de collecte se situant à moins de 15 kilomètres des exploitations de producteurs, reflète un niveau élevé d'intensité concurrentielle locale. Toutefois, selon elles, cette densité du maillage régional ne saurait justifier une délimitation géographique plus restreinte dans la mesure où les organismes de collecte peuvent collecter des COP dans un rayon plus large et que les producteurs peuvent mettre en concurrence différents collecteurs au-delà d'une distance de 15 kilomètres de leur exploitation.
188. Dans sa décision récente précitée⁷⁸, l'Autorité a analysé les effets de l'opération sur le marché amont de la collecte de COP dans des zones de 15 kilomètres dans le Sud-Ouest. Cette approche est également pertinente dans l'appréciation de la présente opération au vu notamment des éléments recueillis dans le cadre des tests de marché.
189. Il ressort du test de marché que [80-100] % des producteurs des parties adressent leur production à des points de collecte situés à moins de 15 kilomètres de leur exploitation. Seuls [0-20] % des répondants indiquent que leurs productions sont collectées à des

⁷⁶ Décisions n° 19-DCC-147, n° 19-DCC-266, n° 20-DCC-82 et n° 24-DCC-127 et n° 26-DCC-10, précitées.

⁷⁷ Décision n° 26-DCC-10, précitée.

⁷⁸ Décision n° 26-DCC-10, précitée.

distances supérieures à 45 kilomètres. Ces ordres de grandeur ont en outre été confirmées lors de visites sur sites effectuées par les services d'instruction⁷⁹.

190. De plus, la majorité des concurrents des parties a indiqué que les agriculteurs livrent leur récolte dans un rayon de 15 kilomètres, ce qui peut s'expliquer, notamment, en raison du maillage important de points de collecte dans le Sud-Ouest.
191. Ainsi, il apparaît clairement que le critère principal retenu par les producteurs de COP pour le choix de leurs points de collecte est la proximité géographique, comme l'Autorité l'a déjà relevé⁸⁰. Cela est dû à plusieurs facteurs.
192. Tout d'abord, les récoltes de COP sont généralement transportées par les agriculteurs au point de collecte en tracteur, ce qui rend difficile les longs trajets. La pratique du départ champ, comme confirmé par les retours du test de marché, reste marginale en ce qu'elle repose sur une optimisation logistique qui nécessite, afin d'être rentable, de collecter des volumes significatifs.
193. En outre, le test de marché confirme que les producteurs supportent le coût du transport de l'exploitation au lieu de collecte, ce qui explique qu'ils privilégient la proximité pour la livraison de leurs récoltes.
194. En l'espèce, les parties sont actives sur le marché de la collecte de COP dans les départements suivants : Dordogne, Haute-Garonne, Hautes-Pyrénées, Gers, Gironde, Landes, Lot-et-Garonne, et Pyrénées-Atlantiques. Mais leurs activités se chevauchent plus particulièrement dans les Landes et les Pyrénées-Atlantiques⁸¹.
195. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'analyse sera effectuée dans des zones de 15 kilomètres autour des points de collecte des parties dans les départements des Landes et des Pyrénées-Atlantiques. Compte tenu de la continuité géographique du réseau de la nouvelle entité, l'Autorité a également procédé à l'analyse de l'impact de l'opération pour plusieurs points de collecte situés en bordure de ces départements, en particulier dans le Gers.

2. LES MARCHES INTERMEDIAIRES DES SILOS DE STOCKAGE PORTUAIRES

a) Marchés de produits

196. La Commission retient l'existence d'un marché distinct des « silos primaires », qui inclut les silos d'expédition situés sur les grands axes de transport (silos maritimes et fluviaux)⁸².
197. L'Autorité a en outre considéré que *« les silos de stockage portuaires ne semblent pas substituables aux silos non portuaires puisque les céréales ayant vocation à être expédiées par voie maritime doivent nécessairement transiter par ces terminaux portuaires pour être chargées à bord des bateaux, compte tenu de leur situation*

⁷⁹ Voir également, en ce sens, Agrodistribution, *Réinventer la chaîne du grain*, mai-juin 2019, page 26, qui indique que la distance moyenne que les céréaliers et polyculteurs-éleveurs sont prêts à parcourir pour livrer leurs récoltes est de 12 kilomètres.

⁸⁰ Décision n°26-DCC-10, précitée.

⁸¹ Dans les autres départements, les parts de marché cumulées des parties sont en effet inférieures à 25 %.

⁸² Décision de la Commission M. 10251 du 19 novembre 2021, *Invivo Group / Etablissements J Soufflet*.

géographique et des prestations afférentes nécessaires au transbordement des céréales. De plus, les silos de stockage portuaires font l'objet d'une réglementation spécifique : les zones portuaires relevant du domaine public, les propriétaires et/ou gestionnaires de silos portuaires nouent avec l'établissement public compétent (port autonome, chambre de commerce etc.) une convention d'autorisation d'occupation du domaine public, assortie d'obligations de service public, notamment celle de laisser aux tiers l'accès à leurs silos d'expédition dans la limite de leurs capacités de stockage »⁸³.

198. Ainsi, il ressort de la pratique décisionnelle des autorités de concurrence que les silos de stockage portuaires servent principalement pour la commercialisation, et notamment l'exportation, de COP et qu'ils remplissent un rôle distinct des autres infrastructures de stockage.
199. L'instruction a confirmé la pratique décisionnelle des autorités de concurrence qui retient l'existence d'un marché des silos de stockage portuaires.

b) Marchés géographiques

200. L'Autorité a envisagé une dimension locale pour le marché des silos de stockage portuaires, en indiquant notamment que « *les céréales stockées dans les silos portuaires proviennent principalement des zones économiques de production situées à proximité (« hinterland »)* »⁸⁴, tout en laissant ouverte la question d'une délimitation géographique du marché plus large, au niveau national.
201. En l'espèce, les parties sont membres du Groupement d'intérêt Economique Maïsica de Bayonne (ci-après, « Maïsica ») et sont actives sur le port de Bayonne. Maïsadour est en outre, par le biais de sa filiale Agralia, actionnaire de la Société Aquitaine Silo de Bordeaux Bassens (SAS BB), co-contrôlée avec Auria et InVivGrains. Enfin, Maïsadour ([confidentiel] %) et Agralia ([confidentiel] %) détiennent moins de 5 % du capital de la société d'intérêt collectif agricole du silo portuaire de Bordeaux.
202. L'Autorité a ainsi apprécié les effets de l'opération au niveau national et au niveau infranational (la façade atlantique du territoire) pour les besoins de l'analyse de la présente opération.

E. LES MARCHES AVAL DE LA DISTRIBUTION AU DETAIL DE PRODUITS D'AGROFOURNITURE

203. Le secteur de l'agrofourniture comprend, du côté de l'offre, l'ensemble des entreprises qui fournissent aux producteurs les moyens de produire : semences, produits phytosanitaires, engrais et amendements (organiques ou minéraux)⁸⁵, mais aussi du

⁸³ Décision de l'Autorité n° 10-DCC-130 du 7 octobre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif d'actifs du groupe Sodistock SA par la société CAF Grains, filiale du groupe Invivo.

⁸⁴ Décision n° 10-DCC-130, précitée.

⁸⁵ Un amendement est un matériau apporté à un sol pour améliorer sa qualité agricole. Les amendements sont donc utilisés en agriculture et pour le jardinage pour améliorer les terres et les rendre plus fertiles. L'un des amendements les plus connus est la chaux, utilisée pour réduire l'acidité des sols.

matériel agricole et des produits vétérinaires. Les ventes au détail auprès des producteurs sont réalisées notamment par les coopératives agricoles ou les négociants.

204. L'Autorité distingue ainsi un marché amont⁸⁶ mettant en relation les fabricants en qualité de vendeurs (parfois, les coopératives elles-mêmes lorsqu'elles fabriquent des produits d'agrofourniture) et les distributeurs (coopératives agricoles ou négociants) en qualité d'acheteurs, d'une part, et un marché aval qui met en relation ces derniers, cette fois, en qualité de revendeurs et les producteurs en qualité d'acheteurs, d'autre part⁸⁷.
205. En l'espèce, les parties sont simultanément actives sur le marché aval de la distribution au détail de produits d'agrofourniture en tant qu'offres.

a) Marchés de produits

Rappel de la pratique décisionnelle

206. L'Autorité distingue notamment les produits d'agrofourniture destinés à la culture de terres⁸⁸ de ceux destinés à l'élevage⁸⁹.
207. Au sein des produits destinés à la culture des terres, les semences⁹⁰, les engrais, les produits phytosanitaires, les autres matériels agricoles et les amendements forment des marchés distincts, même s'il existe une forte substituabilité du côté de l'offre dans la mesure où la très grande majorité des distributeurs propose aux agriculteurs ces différentes catégories de produits⁹¹. S'agissant plus spécifiquement de la distribution de semences, l'existence d'un sous-segment des semences destinées à l'agriculture biologique a été envisagée⁹².
208. L'Autorité a également retenu pour chaque famille de produits une segmentation en fonction du type de culture, en distinguant notamment le maraîchage de la polyculture⁹³.

⁸⁶ Les parties sont simultanément actives sur le marché amont du commerce de gros de produits d'agrofournitures, pour les semences, les engrais ou les produits phytosanitaires. Toutefois, leurs parts de marchés cumulées sont systématiquement inférieures à 5 % au niveau national.

⁸⁷ Décision n° 26-DCC-10, précitée.

⁸⁸ Décisions n° 16-DCC-147 et n° 19-DCC-147, précitées.

⁸⁹ Décisions de l'Autorité n° 09-DCC-32 du 29 juillet 2009 relative à la fusion du groupement des producteurs de porcs de l'Armorique et du groupement des producteurs de porcs de l'Ouest, n° 10-DCC-137 du 18 octobre 2010 relative à la fusion entre les coopératives Coop Pigalys, PSB, PBO, LT, l'union de coopératives Union Pigalys et la branche d'activité porcine de Terrena, n° 12-DCC-49 et n° 19-DCC-147, précitées.

⁹⁰ Ce marché correspond au circuit court par lequel les coopératives approvisionnent directement leurs adhérents en semence, par opposition au circuit long correspondant au marché de la production et commercialisation de semences auprès d'autres coopératives ou de négociants (voir les décisions de l'Autorité n° 16-DCC-13 et n° 19-DCC-147, précitées).

⁹¹ Décisions de l'Autorité n° 10-DCC-41 du 10 mai 2010 relative à la fusion par absorption des coopératives Capafrance et Force 5 par la coopérative Océal, n° 10-DCC-66 du 28 juin 2010 relative à la transformation de RAGT Semences en entreprise commune contrôlée par RAGT et CAF Grains, 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 la décision n° 19-DCC-147, précitée.

⁹² *Ibid.*

⁹³ Décisions n° 11-DCC-150 et n° 19-DCC-147, précitées.

209. Par ailleurs, elle a envisagé l'existence d'un marché spécifique de la distribution de produits pour le vignoble, susceptible d'être segmenté selon la catégorie de produits : matériel de palissage de vigne, matériel d'œnologie, matériel de conditionnement, engrais et produits phytosanitaires⁹⁴.
210. En revanche, l'Autorité a estimé qu'il n'y a pas lieu de segmenter par canal de distribution, les négociants et les coopératives agricoles proposant aux producteurs une offre similaire⁹⁵. En effet, même s'il existe des différences importantes entre ces deux types d'acteurs, en termes de statuts, fiscalité ou de nature des relations contractuelles avec les producteurs, celles-ci ne suffisent pas pour distinguer ces deux canaux de distribution.

Position des parties

211. Les parties reprennent la pratique décisionnelle de l'Autorité, tout en estimant que la segmentation des marchés d'agrofourniture entre la polyculture et le maraîchage, voire la viticulture, apparaît discutable s'agissant des engrais, des amendements et des herbicides, dans la mesure où ces produits sont tous utilisés pour ces différentes cultures.

Appréciation de l'Autorité

212. Aucun élément de l'instruction n'est venu remettre en question les définitions retenues par l'Autorité.
213. En l'espèce, les parties distribuent simultanément des produits d'agrofourniture destinés à la culture de terres (polyculture, maraîchage, viticulture), mais également des produits d'agrofourniture destinés à l'élevage.

b) Marchés géographiques

214. L'Autorité a retenu une dimension départementale pour les marchés de la distribution au détail de produits d'agrofournitures⁹⁶.
215. Les parties considèrent que le marché est supra-départemental, notamment en raison du développement de la vente en ligne des produits d'agrofourniture.
216. Il n'y a toutefois pas lieu de s'écarter de la pratique décisionnelle. Si l'instruction confirme l'existence de « *pure players* » développant les ventes en ligne sur ce marché, l'Autorité relève que ces sites ou applications sont, à l'heure actuelle, principalement utilisés par les producteurs à des fins de comparaison des prix et qu'ils ne représentent donc pas une part importante des ventes de produits d'agrofourniture en France.
217. L'analyse sera donc menée au niveau départemental. En l'espèce, les activités des parties se chevauchent principalement dans les départements de la Gironde, des Landes et des Pyrénées-Atlantiques.

⁹⁴ Décisions de l'Autorité n° 09-DCC-90 du 29 décembre 2009 relative à la fusion de la coopérative agricole de la Charente et de la coopérative agricole Syntéane et n° 19-DCC-147, précitée.

⁹⁵ Décisions n° 11-DCC-150 et n° 19-DCC-147, précitées.

⁹⁶ Décision n° 26-DCC-10, précitée.

F. LES MARCHES DES ALIMENTS COMPLETS POUR ANIMAUX

218. Au sein du secteur de la nutrition animale, l'Autorité distingue les produits servant à l'élaboration d'aliments pour animaux à l'amont⁹⁷ et les marchés aval de la commercialisation des aliments résultant de cette élaboration⁹⁸.
219. À l'amont, l'Autorité⁹⁹ distingue le marché de la fabrication et commercialisation d'aliments complets, d'une part, et les marchés de la fabrication et commercialisation d'aliments complémentaires, soit les aliments composés minéraux et nutritionnels¹⁰⁰ et les aliments liquides¹⁰¹, d'autre part.
220. Par ailleurs, l'Autorité a envisagé, outre les marchés de la fabrication d'aliments pour animaux d'élevage¹⁰², l'existence d'un marché aval de la distribution de ces produits mettant en présence les distributeurs d'aliments (coopératives, négociants), y compris les fabricants lorsqu'ils procèdent à la vente directe, et les éleveurs en qualité d'acheteurs¹⁰³. Seul le marché de la production et commercialisation d'aliments complets à destination des animaux d'élevage fera l'objet d'une présentation détaillée dans la présente décision.

⁹⁷ Sur ces marchés amont, les parties sont simultanément actives sur les segments de la fabrication et la commercialisation d'huiles végétales, de céréales, de tourteaux et de pré-mélanges. Leurs parts de marché cumulées, au niveau national (retenu pour l'analyse de ces marchés dans la pratique décisionnelle), quel que soit le segment envisagé, sont inférieures à 10 %. Au cours de l'instruction, un tiers a suggéré que l'analyse devait être effectuée au niveau local. L'Autorité maintient toutefois sa pratique décisionnelle dès lors (i) qu'il n'existe pas d'obligation d'utiliser du soja du Sud-Ouest pour pouvoir obtenir des signes de qualité (IGP ou Label Rouge), que ce soit pour les volailles ou les canards et (ii) que le Sud-Ouest ne produit pas assez de tourteaux de soja pour les besoins des producteurs locaux.

⁹⁸ Décision de l'Autorité n° 24-DCC-210 du 27 septembre 2024 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe Avril des sociétés Axéreal et Centre Grains.

⁹⁹ Décisions de l'Autorité n° 09-DCC-91 du 24 décembre 2009 relative à la prise de contrôle conjoint des sociétés Nutréa, Peigne, UCA, Couvoirs de Cléden et Univol par les groupes Coopagri Bretagne et Terrena et n° 22-DCC-157 du 18 août 2022 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Solteam.

¹⁰⁰ Décisions de l'Autorité n° 13-DCC-102 du 26 juillet 2013 relative à la création d'une entreprise commune par la société Glon Sanders Holding et le groupe Euralis, n° 19-DCC-147 du 24 juillet 2019 relative à la fusion entre les coopératives agricoles D'Aucy et Triskalia et n° 22-DCC-157 précitée. Sur les différents segments, les activités des parties ne se chevauchent que sur les aliments composés minéraux et nutritionnels non-biologiques, à destination des bovins, leur part de marché cumulée est inférieure à 1 %.

¹⁰¹ Décision de l'Autorité n° 19-DCC-108 du 29 mai 2019 relative à la fusion entre les coopératives agricoles Acolyance et Cerena.

¹⁰² En l'espèce, les parties ne sont actives que sur le segment de l'alimentation pour animaux d'élevage et n'interviennent pas sur le marché de l'alimentation pour animaux de compagnie.

¹⁰³ Décision n° 19-DCC-108, précitée. La pratique décisionnelle délimite une dimension régionale de ce marché (au sens des anciennes régions administratives, décisions de l'Autorité n° 12-DCC-104 du 31 juillet 2012 relative à la fusion entre les coopératives Gascoval et Terres de Gascogne et n° 24-DCC-127 du 14 juin 2024 relative à la fusion entre les coopératives agricoles Unicolor et Capel). L'impact de l'opérateur sur ce marché ne sera pas davantage analysé dans le cadre de la présente décision, compte tenu des parts de marché limitées de la nouvelle entité (très inférieures à 25 % sur l'ensemble des marchés géographiques concernés).

1. MARCHES DE PRODUITS

Rappel de la pratique décisionnelle

221. Dans une décision récente¹⁰⁴, l'Autorité a considéré que la substituabilité du côté de l'offre sur ce marché était très forte dès lors que « *les fabricants d'aliments complets sont en capacité de produire, au sein d'une même usine et sur les mêmes chaînes de production, des aliments à destination de nombreuses espèces animales* ». Dans le même sens, tout en laissant la question de la délimitation exacte de ce marché ouverte, le ministre chargé de l'économie a notamment relevé que les usines de fabrication d'aliments du bétail pouvaient indifféremment produire tous les types d'aliments destinés aux différentes espèces et que les matières premières utilisées pour fabriquer des aliments sont globalement les mêmes quelles que soient les espèces¹⁰⁵.
222. En raison de cette forte substituabilité du côté de l'offre, qui n'est toutefois pas observée du côté de la demande, l'Autorité a considéré qu'il n'était pas nécessaire de segmenter le marché des aliments complets selon l'espèce animale à laquelle ils sont destinés.
223. La pratique décisionnelle de l'Autorité a par ailleurs confirmé la nécessité de segmenter les aliments complets conventionnels et biologiques¹⁰⁶.

Position des parties

224. Les parties considèrent qu'il n'y a pas lieu de remettre en cause cette pratique décisionnelle.

Appréciation de l'Autorité

225. Il n'y a pas lieu de s'écarter des délimitations de marché rappelées ci-dessus. La capacité des usines à produire des aliments à destination de plusieurs espèces animales sur des chaînes de production identiques¹⁰⁷ a été confirmée par l'instruction, notamment lors de la visite des services d'instruction à l'usine de Pomarez (Landes) détenue par Maisadour.
226. En outre, l'Autorité relève que si chaque usine est en mesure de produire des aliments à destination de plusieurs espèces animales, sa production dépend fortement des besoins des éleveurs situés dans son bassin géographique, de sorte que les usines des parties présentes dans le Sud-Ouest produisent majoritairement des aliments complets destinés aux canards gras et aux volailles. Il en sera tenu compte dans l'analyse concurrentielle.

¹⁰⁴ Décision de l'Autorité n° 24-DCC-210 du 27 septembre 2024 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe Avril des sociétés Axéreal et Centre Grains.

¹⁰⁵ Lettre du ministre de l'Économie, des finances et de l'industrie C2005-38 du 1^{er} juillet 2005 au conseil du groupe coopératif Unicopa relative à une concentration dans le secteur de l'alimentation pour le bétail.

¹⁰⁶ Décision de l'Autorité n° 24-DCC-210, précitée.

¹⁰⁷ L'Autorité relève cependant que, au sein des aliments complets, les usines peuvent être spécialisées la production d'aliments dits « *mash* » à destination des ruminants et ainsi ne pas produire d'aliments sous forme de granulés. Cette spécialisation de certains outils de production, et pour des espèces animales pré-déterminées, observée notamment chez les parties, n'est toutefois pas de nature à remettre en cause la délimitation des marchés de produits.

227. En l'espèce, les parties produisent toutes les deux des aliments complets conventionnels¹⁰⁸.
228. L'analyse concurrentielle de l'opération sera menée sur un marché de la production et commercialisation d'aliments complets à destination des animaux d'élevage incluant l'ensemble des espèces animales.

2. MARCHES GEOGRAPHIQUES

229. L'Autorité a considéré que le marché de la production et commercialisation d'aliments complets à destination des animaux d'élevage revêt une dimension locale correspondant à une zone de livraison de 150 kilomètres autour de chaque site de production en raison du caractère volumineux et pondéreux des aliments concernés¹⁰⁹.
230. Les parties considèrent qu'il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité.
231. Aucun élément de l'instruction n'est par ailleurs venu remettre en question les définitions retenues par l'Autorité.
232. En conséquence, l'analyse concurrentielle sera menée dans une zone isochrone d'un rayon de 150 kilomètres autour des sites de fabrication des parties.
233. En l'espèce, Maïsador détient le contrôle exclusif de SOAL qui dispose d'un réseau de 12 usines de nutrition animale dans le Sud-Ouest, avec un maillage très dense dans les départements des Landes et des Pyrénées Atlantiques. Euralis contrôle conjointement avec Sanders (groupe Avril) la société Sanders-Euralis, qui possède 2 usines de nutrition animale situées à Lons (Pyrénées-Atlantiques) et Vic (Hautes-Pyrénées).

G. LES MARCHES DES FRUITS ET LEGUMES

1. PRESENTATION DE LA FILIERE ET DES ACTIVITES DES PARTIES

234. La filière des fruits et légumes s'articule autour de trois grandes phases, chacune jouant un rôle spécifique dans la chaîne de production et de distribution.
235. En amont, l'approvisionnement constitue la première étape, où se rencontrent l'offre des producteurs de fruits et légumes et la demande des acheteurs (tels que des grossistes s'agissant des fruits et légumes destinés à être commercialisés frais ou des industriels transformateurs s'ils sont destinés à la transformation).
236. Au stade intermédiaire, les fruits et légumes qui ne sont pas destinés à être commercialisés frais sont transformés par des industriels transformateurs.
237. À l'aval, la commercialisation représente la dernière étape de la filière. Elle consiste à proposer les fruits et légumes aux consommateurs soit à l'état frais, soit sous forme

¹⁰⁸ Euralis ne produit pas d'aliments complets biologiques.

¹⁰⁹ Décision de l'Autorité n° 19-DCC-266 du 27 décembre 2019 relative à la fusion entre les coopératives agricoles Océalia et Natéa, et décision n° 24-DCC-210, précitée.

préalablement transformée par les industriels spécialisés. Elle met donc en relation les producteurs en direct, les grossistes et les industriels transformateurs avec leurs clients issus des GMS, de la RHF ou de l'IAA.

238. En l'espèce, les activités des parties se chevauchent uniquement sur le marché amont de l'approvisionnement en légumes¹¹⁰. Les parties collectent, en effet, des légumes destinés à la transformation industrielle.
239. Euralis et Maïsadour ont des contrats avec de grands groupes d'industriels transformateurs à qui ils vendent l'intégralité des légumes collectés auprès de leurs adhérents. Euralis approvisionne General Mills et Bonduelle, et Maïsadour approvisionne Bonduelle.

2. DEFINITIONS DES MARCHES

a) Marchés de produits

Rappel de la pratique décisionnelle

240. Les fruits et les légumes constituent deux marchés distincts.
241. S'agissant des légumes, la pratique décisionnelle retient l'existence, d'une part, d'un marché de l'approvisionnement et, d'autre part, d'un marché aval de la commercialisation¹¹¹.
242. L'Autorité a envisagé des marchés spécifiques à certaines variétés de légumes telles que les pommes de terre et les salades, notamment lorsqu'elle a eu à examiner des concentrations spécifiques à ces légumes (monoproduction des entreprises concernées)¹¹². Plus généralement, la question de la délimitation de marchés distincts par type de légumes est demeurée ouverte.
243. Enfin, l'Autorité a envisagé une segmentation de ces marchés selon la qualité conventionnelle ou biologique des légumes, ces derniers requérant des intrants et des pratiques agricoles adaptés, qui doivent être conformes au cahier des charges de l'agriculture biologique¹¹³.

Position des parties

244. Les parties estiment qu'il n'est pas pertinent d'opérer une distinction par type de légumes, dans la mesure où les offreurs (producteurs de légumes regroupés sous forme d'OP) peuvent produire plusieurs variétés de légumes transformés tout au long de

¹¹⁰ Seul Maïsadour est actif sur le marché de l'approvisionnement en fruits, uniquement pour la myrtille.

¹¹¹ Décision de l'Autorité n° 19-DCC-147 du 24 juillet 2019 relative à la fusion entre les coopératives agricoles D'Aucy et Triskalia.

¹¹² Lettre du ministre de l'économie C 2008-24 du 23 avril 2008, au conseil de la société Transgourmet France, relative à une concentration dans le secteur du commerce en gros de légumes, de fruits et de produits frais de la mer et les décisions de l'Autorité n° 11-DCC-106 du 6 juillet 2011 relative à la prise de contrôle exclusif des activités « fruits et légumes surgelés » de l'Union Fermière Morbihannaise par PinguinLutosa, n° 19-DCC-147 relative à la fusion entre les coopératives agricoles D'Aucy et Triskalia précitée et n° 25-DCC-138 du 20 juin 2025 relative à la prise de contrôle exclusif de Bonduelle Frais France par Les Crudettes.

¹¹³ Décision de l'Autorité n° 26-DCC-11 du 15 janvier 2026 relative à la création d'une entreprise commune entre les sociétés Eureden et Greenyard.

l'année, ou encore de changer de type de production d'une année sur l'autre. Par ailleurs, elles considèrent que, du point de vue de la demande, les industriels s'approvisionnent en légumes variés produits dans la région et sont en mesure de transformer l'ensemble des légumes fournis par leurs producteurs.

245. Elles considèrent en outre qu'il n'y a pas lieu d'opérer une segmentation entre les légumes en fonction de leur caractère biologique ou conventionnel, compte tenu de l'absence de contraintes techniques et financières significatives à la production de légumes biologiques. Elles ajoutent que les industriels n'ont pas besoin d'infrastructures distinctes pour traiter les deux types de légumes, une même ligne de production pouvant être utilisée indifféremment.
246. Enfin, pour les entreprises collectrices, l'accueil de légumes biologiques n'impliquerait pas, selon elles, de contraintes techniques et financières significatives par rapport à l'accueil de légumes conventionnels.

Appréciation de l'Autorité

- *S'agissant de la segmentation entre les légumes frais et les légumes destinés à la transformation industrielle*

247. L'instruction montre que l'approvisionnement en légumes destinés à la transformation industrielle et l'approvisionnement en légumes frais ne fonctionnent pas de la même manière.
248. Cette différence s'explique principalement par le rôle incontournable que jouent les OP et les industriels sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement des légumes transformés, contrairement à ce qui prévaut dans la filière des légumes frais. En effet, les données fournies par les parties et les informations disponibles sur le site de l'Union Nationale Interprofessionnelle des légumes transformés¹¹⁴ montrent que la quasi-totalité des producteurs de légumes destinés à la transformation sont regroupés en OP pour commercialiser collectivement leur production. Par ailleurs, l'intégralité des volumes agricoles destinés à la transformation fait l'objet de contrats signés entre des OP et des entreprises de transformation¹¹⁵. Ainsi, la filière des légumes transformés regroupe trois principaux acteurs, à savoir les producteurs, les OP et les industriels transformateurs.
249. La chaîne de valeur dans le secteur des légumes transformés se caractérise donc par deux relations situées à des niveaux distincts de cette chaîne : une relation entre les producteurs et les OP et une relation entre les OP et les industriels transformateurs.
250. Les OP assurent la mise en relation entre le producteur et l'industriel transformateur et sont notamment chargées de « placer » les hectares de production chez leurs producteurs en fonction de la demande et des contraintes définies par les industriels. Elles négocient également, au nom et pour le compte des producteurs, les prix de vente des légumes aux industriels.

¹¹⁴ Ci-après « l'Unilet ». L'Unilet est l'interprofession de la filière des légumes en conserve et surgelés.

¹¹⁵ Comme le précise l'Unilet, « ces organisations fonctionnent avec transfert de propriété, c'est-à-dire qu'elles achètent leurs légumes aux producteurs et les revendent à l'industriel. L'Organisation de Producteurs mutualise les résultats économiques entre les producteurs au travers d'une caisse de péréquation. »¹¹⁵ (<https://legumes-info.fr/filiere/une-filiere-organisee/>).

251. De leur côté, les industriels transformateurs planifient les mises en production en fonction des prévisions de vente à l'aval, fournissent les semences, dictent le cahier des charges relatif à la production des légumes, cadencent les semis, assurent un suivi technique et agronomique des productions aux champs, organisent la récolte, assurent le transport des légumes des champs aux usines, transforment les légumes récoltés et transportés aux usines, et enfin commercialisent les légumes transformés¹¹⁶.
252. À l'inverse, dans la filière des légumes frais, la production est réalisée par des producteurs qui peuvent travailler ou non avec des coopératives¹¹⁷ et peut ensuite être vendue à différents clients (grossistes ou vente directe aux consommateurs).
253. Ainsi, l'approvisionnement en légumes destinés à la transformation se distingue de celui en légumes frais car les légumes cultivés pour chacune de ces filières n'auront pas le même usage, les acheteurs et l'organisation de production étant différents.
254. Au cas d'espèce, l'analyse concurrentielle sera donc menée sur un marché distinct de l'approvisionnement en légumes destinés à la transformation industrielle.
 - *S'agissant d'une segmentation selon la variété des légumes*
255. L'Autorité a laissé ouverte la question d'une segmentation du marché de l'approvisionnement en légumes en fonction du type de légume concerné par les activités des parties¹¹⁸.
256. Au cas d'espèce, l'Autorité relève que plusieurs éléments recueillis au cours de l'instruction sont de nature à identifier des marchés distincts par type de légumes, à tout le moins pour les variétés de légumes concernées par la présente opération, à savoir, le maïs doux, les petits pois et les haricots verts.
257. Du côté de l'offre, il apparaît que les producteurs de légumes ne sont pas en mesure de produire n'importe quel type de légumes à destination de la transformation industrielle. Cette limitation résulte à la fois des contraintes de production propres à chaque région (climat, types de sol, etc.) et de la dépendance de leur production à la liste – pouvant être limitative – de légumes pour lesquels leurs OP ont été reconnues en tant qu'organisation de producteurs et qu'elles peuvent ainsi commercialiser¹¹⁹.
258. L'Autorité relève en outre que les industriels transformateurs, notamment dans le Sud-Ouest, structurent le marché de l'approvisionnement en légumes. Dès lors, le producteur n'est pas entièrement libre de choisir le type de légumes à produire, celui-

¹¹⁶ L'Unilet indique ainsi que « les cultures de légumes pour l'industrie sont toutes des cultures de plein champ et de saison, mises en place spécifiquement pour répondre aux besoins des industriels, indépendamment des productions de légumes destinés à la consommation en frais »¹¹⁶. Il ressort ainsi que les « (...) le contrat entre l'Organisation de Producteurs et son client industriel est négocié avant la campagne et définit la destination des légumes vers les entreprises de transformation partenaires. Ainsi, avant même de semer, les agriculteurs connaissent le débouché de leurs productions et leur prix, qui a fait l'objet d'une négociation. Dans le même temps, le contrat assure aux entreprises de transformation qu'elles disposeront des volumes de légumes en quantité et en qualité correspondant à leurs besoins pour répondre à la demande du marché. » (<https://legumes-info.fr/filiere/une-filiere-organisee/>).

¹¹⁷ Les parties considèrent que « les organisations de producteurs représentent 50 % de la valeur produite commercialisée en fruits et légumes frais ».

¹¹⁸ Décision n°26-DCC-11, précitée.

¹¹⁹ Par exemple, Euralis Coop ayant été reconnue en tant qu'OP pour les haricots verts, les garden peas et le maïs doux, les associés coopérateurs d'Euralis ne peuvent adhérer que pour ces légumes, tandis que Maïsadour permet une adhésion pour le maïs doux, les haricots, les pois, les myrtilles, les asperges et les brocolis.

ci étant *in fine* déterminé par la demande des industriels transformateurs qui sont implantés dans la région avec leurs usines, les légumes récoltés étant soumis à un risque de déperissement, ce qui implique de les écouler rapidement dans les usines à proximité.

259. Ainsi, l'approvisionnement en maïs doux destinés à la transformation industrielle répond à certaines caractéristiques qui le distinguerait de l'approvisionnement en autres types de légumes. Il en serait de même en ce qui concerne l'approvisionnement en petits pois, ainsi qu'en haricots verts.
260. Au cas d'espèce, l'analyse concurrentielle sera menée sur les marchés de l'approvisionnement en maïs doux, en petits pois, ainsi qu'en haricots verts destinés à la transformation industrielle.
 - *S'agissant d'une segmentation selon la qualité biologique ou conventionnelle des légumes*
261. Une telle distinction est pertinente en l'espèce, compte tenu de l'absence de substituabilité entre les légumes biologiques et conventionnels, notamment du point de vue de l'offre. En effet, les parties ont indiqué que la reconversion de parcelles dédiées à la production de légumes conventionnels vers la production de légumes biologiques nécessite de respecter certaines obligations qui doivent être anticipées au moins trois ans à l'avance, à savoir essentiellement : obtention d'une certification biologique, respect des cahiers des charges spécifiques (changement des intrants utilisés), besoin de main-d'œuvre et de stockage séparé, séparation du transport de légumes conventionnels et biologiques¹²⁰.
262. En conséquence, l'analyse sera menée sur des marchés distincts de l'approvisionnement en légumes biologiques et conventionnels destinés à la transformation industrielle.

b) Marchés géographiques

263. Les marchés de l'approvisionnement en légumes présentent généralement une dimension régionale en raison principalement de la nature périssable des produits, ainsi que des coûts et des contraintes logistiques inhérentes à leur acheminement vers leur lieu de transformation¹²¹.
264. Les parties n'ont pas remis en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité : elles considèrent en effet qu'il n'y a aucun risque de déperissement des légumes dans un rayon de 150 kilomètres à l'issue de la récolte.
265. Aucun élément recueilli au cours de l'instruction de la présente opération n'est venu contredire cette délimitation.
266. Au cas d'espèce, l'analyse sera menée sur des marchés de l'approvisionnement en légumes destinés à la transformation de dimension régionale, dans les régions Nouvelle-Aquitaine (en particulier dans les départements de la Gironde, des Landes, et des Pyrénées-Atlantiques) et Occitanie.

¹²⁰ Eu égard au poids très limité aujourd'hui de la production biologique, cette délimitation entraîne des enjeux assez limités du point de vue de l'analyse concurrentielle qui suit.

¹²¹ Décision n °26-DCC-11, précitée.

III. Analyse concurrentielle

267. Le tableau ci-dessous résume les positions des parties sur les différents marchés identifiés précédemment :

Marchés		Dimension géographique	Euralis	Maïsadour
Marchés de la filière canard gras	Marchés amont de la collecte de de canards en vue de l'engraissement	Locale	X	X
	Marchés amont de la collecte de canards en vue de l'abattage	Locale	X	X
	Marchés de la prestation d'abattage de canards pour compte de tiers	Locale	X	X
	Marchés aval de la commercialisation de produits et de coproduits de canards gras	Nationale	X	X
Marchés de la filière volaille (hors canards)	Marchés amont de la collecte de volailles en vue de l'abattage	Locale	X (premier niveau seulement)	X
	Marché de l'abattage de volailles pour compte de tiers	Locale		X
	Marché aval de la commercialisation de volailles	Nationale		X
Marché de l'accoupage		Nationale		X
Marchés des céréales, oléagineux et protéagineux (COP)	Marché amont de la collecte de COP	Locale	X	X
	Marché intermédiaire des silos de stockage portuaires	Infranationale	X	X
Marchés aval de la distribution au détail de produits d'agrofourriture		Départementale	X	X
Marchés des aliments complets pour animaux		Locale	X	X
Les marchés des fruits et légumes		Régionale	X	X

268. L'Autorité procède ci-après à une analyse des effets horizontaux et verticaux de l'opération résultant de la présence des parties sur ces différents marchés.

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

269. Un risque d'atteinte à la concurrence au titre des effets horizontaux peut être constaté lorsqu'une concentration confère un pouvoir de marché à la nouvelle entité ou renforce un pouvoir de marché que l'une des parties détenait avant l'opération, c'est-à-dire lorsque l'opération confère à la nouvelle entité le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective sur le marché en cause en lui fournissant la possibilité de comportements indépendants dans une mesure appréciable vis-à-vis de ses concurrents, et de ses clients. La nouvelle entité serait ainsi en mesure d'augmenter significativement ses prix (ou de les réduire vis-à-vis des producteurs sur les marchés de la collecte), de réduire la diversité ou la qualité des produits ou des services disponibles sur le marché, ou leur rythme d'innovation.
270. La présente concentration doit aboutir à la fusion de deux groupes coopératifs importants du Sud-Ouest et du Grand-Ouest, actuellement en concurrence sur de nombreux marchés. L'analyse tiendra compte de la pression concurrentielle qu'ils exerçaient l'un sur l'autre des alternatives qui demeureront à l'issue de l'opération : ces dernières doivent être crédibles et suffisantes pour l'ensemble des marchés concernés, tant à l'égard des producteurs que des GMS et de la RHF.
271. Les principaux chevauchements horizontaux d'activité entre les parties seront analysés sur les marchés suivants :
- les marchés de la filière canard gras, à l'exception du marché de l'accoupage qui sera analysé au titre des effets verticaux ;
 - les marchés des COP ;
 - les marchés de la nutrition animale ;
 - les marchés de l'agrofourniture ;
 - les marchés des légumes.

1. SUR LES MARCHES DE LA FILIERE CANARD GRAS

272. L'Autorité présentera successivement les marchés amont de la collecte de canards en vue de leur engraissement (a), les marchés amont de la collecte de canards en vue de leur abattage (b), les marchés de la prestation d'abattage pour compte de tiers de canards gras (c), et les marchés aval de la commercialisation de produits et de coproduits de canard gras (d).
273. À titre liminaire, l'Autorité a pu écarter tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets coordonnés sur les marchés de la filière canard gras. En effet, l'Autorité relève que les négociations avec les GMS et les grossistes de la RHF sont conduites de gré à gré ou à l'occasion d'appels d'offres (pour les MDD), de telle sorte qu'il n'est pas possible de considérer que ces marchés sont suffisamment transparents. L'Autorité constate en outre les parties et leurs concurrents sont actifs sur de nombreux segments de marchés différents, sur lesquels l'ensemble de ces opérateurs présentent d'ailleurs des parts de marché asymétriques en fonction du segment considéré, ce qui complexifie la mise en œuvre d'une ligne d'action coordonnée. En l'espèce, les conditions ne sont donc pas remplies pour que l'opération soit en mesure de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets coordonnés sur ces marchés.

a) Marchés amont de la collecte de canards en vue de l'engraissement

274. Les parties interviennent simultanément en tant qu'acheteurs, par le biais de leurs OP, sur les marchés de la collecte de canards en vue de leur engraissement dans le Sud-Ouest¹²². Elles y collectent les canards prêts-à-engraisser (ci-après « PAE ») produits par les éleveurs adhérents de leurs coopératives respectives et par les producteurs non-coopérateurs adhérents de la société Canadour-Coquadour (ci-après, « Canadour »), filiale à 100 % de Maïsadour. Ces canards PAE, une fois rachetés par les OP, sont fournis aux gaveurs qui leur sont rattachés.
275. Plus précisément, dans le Sud-Ouest, Maïsadour achète des canards PAE aux éleveurs :
- coopérateurs membres de l'OP Maïsadour ([confidentiel] million de canards PAE en 2024) ;
 - adhérents (non-coopérateurs) à Canadour ([confidentiel] million de canards PAE en 2024).
276. Euralis achète pour sa part des canards PAE dans le Sud-Ouest aux éleveurs adhérents coopérateurs d'Euralis Coop ([confidentiel] millions de canards PAE en 2024).
277. Les activités de collecte de canards PAE des parties se chevauchent notamment :
- dans les départements de la Gironde, des Landes, du Lot-et-Garonne et des Pyrénées-Atlantiques au sein de la région Nouvelle-Aquitaine et ;
 - dans les départements du Gers, de la Haute-Garonne et des Hautes-Pyrénées au sein de la région Occitanie.
278. Les parts à l'achat des parties figurent dans le tableau ci-après.

¹²² Euralis est également acheteur de canards PAE produits par les éleveurs liés par un contrat d'intégration à Euralis Gastronomie et adhérents de l'association Euralis Palmipèdes Grand Ouest situés dans plusieurs départements de l'Ouest de la France : la Loire-Atlantique, le Maine-et-Loire, la Mayenne, la Sarthe, la Vendée, les Côtes-d'Armor, le Finistère, l'Ille-et-Vilaine, le Morbihan, ainsi que les Deux-Sèvres. Euralis dispose d'une part à l'achat supérieure à 30 % dans plusieurs de ces départements : la Loire-Atlantique ([30-40] %), la Mayenne ([30-40] %), les Côtes-d'Armor ((50-60] %), le Finistère ([70-80] %) et le Morbihan ([60-70] %). Les canards PAE produits par ces éleveurs sont ensuite cédés aux gaveurs liés par un contrat d'intégration à Euralis Gastronomie situés dans ce même bassin. En 2024, Euralis a acheté 2,2 millions de canards PAE à ces éleveurs du Grand Ouest. Euralis se fournit également en canards PAE auprès de [confidentiel]. En revanche, dans le Grand Ouest, Maïsadour se fournit directement auprès de [confidentiel] en canards gras, à ce titre, acheteur de PAE. Il n'existe donc pas de chevauchement entre les parties sur les marchés de la collecte de canards PAE dans le Grand Ouest avant l'opération. Par conséquent, celle-ci n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés de la collecte de canards en vue de l'engraissement dans les départements susvisés de l'Ouest de la France.

Département	Taille du marché (milliers de canards PAE) ¹²³	Part à l'achat Maïsadour (y compris Canadour)	Part à l'achat Euralis	Part à l'achat Nouvelle entité
Gironde	145	[50-60] %	[5-10] %	[60-70] %
Landes	6 914	[10-20] %	[10-20] %	[30-40] %
Lot-et-Garonne	1 235	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
Pyrénées- Atlantiques	3 129	[10-20] %	[20-30] %	[40-50] %
Haute-Garonne	245	[10-20] %	[50-60] %	[70-80] %
Gers	3 367	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
Hautes-Pyrénées	562	[10-20] %	[10-20] %	[20-30] %

Tableau 1 : Part de marché des parties sur le marché de la collecte (source : parties notifiantes)

279. Les parts de marché cumulées des parties sont supérieures à 25 % sur les marchés amont de la collecte de canards en vue de l'engraissement dans les départements de la Gironde, de la Haute-Garonne, des Landes, du Lot-et-Garonne et des Pyrénées-Atlantiques.
280. Malgré ces niveaux de parts de marché, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux peut être écarté sur ces marchés.
281. En premier lieu, dans le Sud-Ouest, les parties collectent des canards PAE principalement auprès de leurs adhérents-coopérateurs, via leurs coopératives. Or, les coopératives étant détenues par les producteurs et ayant pour seul objet de les représenter et de servir leurs intérêts, l'incitation des parties à faire usage de leur puissance d'achat vis-à-vis de leurs propres adhérents coopérateurs est limitée. Cet argument ne peut toutefois être retenu s'agissant des producteurs liés à Canadour, qui ne disposent pas du statut d'adhérent coopérateur.
282. En deuxième lieu, l'instruction a montré l'existence de plusieurs OP alternatives crédibles dans le Sud-Ouest vers lesquelles les producteurs (coopérateurs ou non) pourraient se reporter si les parties venaient à dégrader leurs prix de reprise. Les principales OP actives dans les départements susmentionnés sont Lur Berri, Canards d'Auzan et Auraïa, issue le 1^{er} juin 2026 de la fusion entre Terres du Sud et Vivadour¹²⁴. Celles-ci sont adossées aux principaux industriels transformateurs qui concurrencent les parties sur les marchés aval de la commercialisation de la filière canard gras. L'instruction a également mis en évidence la concurrence que se livrent les opérateurs actifs à l'amont, illustrée par le démarchage important des producteurs par les OP¹²⁵, bien que celui-ci présente des effets relativement limités en raison des

¹²³ Les tailles de marché sont issues de la répartition départementale et régionale des mises en place en 2024 communiquées par le CIFOG dans son rapport annuel 2024, établie à partir des déclarations BDAvicole des OP de la filière.

¹²⁴ Autorisée en janvier 2026 par l'Autorité.

¹²⁵ Ce démarchage s'explique notamment par le vieillissement des producteurs affiliés aux OP, ces dernières cherchant à compenser les départs en retraite par le biais de nouveaux recrutements.

différentes barrières à la sortie pouvant s'imposer aux producteurs, notamment aux producteurs coopérateurs (les contrats de coopération prévoyant des durées d'engagement de 5 ans chez les parties¹²⁶). Ces barrières sont moins importantes pour les producteurs non-coopérateurs liés à Canadour par des contrats classiques d'achat / vente conclus pour une durée d'un an et tacitement renouvelables.

283. En troisième lieu, la possibilité pour les producteurs de se reporter vers d'autres OP à l'issue de leur contrat, limite l'incitation de la nouvelle entité à dégrader durablement les conditions d'achat proposées aux éleveurs. Cette dégradation induirait en effet des départs, donc une perte de volumes de canards PAE, laquelle se répercuterait sur l'ensemble des maillons en aval : une baisse des volumes de canards à fournir diminuerait les approvisionnements des gaveurs rattachés aux OP des parties, ce qui entraînerait une perte de matières à transformer au sein des abattoirs, donc une moindre capacité pour la nouvelle entité à adresser ses débouchés. Cela profiterait au demeurant à plusieurs concurrents intégrés de la nouvelle entité.
284. En dernier lieu, l'Autorité relève que la nouvelle entité ne sera pas incitée à user d'un éventuel pouvoir de marché dans un ou plusieurs départements en particulier en ce qui concerne ses producteurs coopérateurs, compte tenu du fonctionnement du modèle coopératif. Plus précisément, les départements dans lesquelles les parts à l'achat des parties sont les plus élevées (la Gironde et la Haute-Garonne) ne constituent pas des pourvoyeurs majeurs de canards PAE, à l'inverse des Landes ou des Pyrénées-Atlantiques. Or une OP – dont celles des parties – ne pratique pas de discrimination entre ses producteurs : en d'autres termes, les conditions d'achat sont identiques, quelle que soit la localisation de l'adhérent coopérateur, dans une zone où il existe une forte pression concurrentielle ou dans une zone où la coopérative est en monopole sur la collecte, par exemple. Dès lors, l'usage, par la nouvelle entité, de son pouvoir de marché dans un seul département pourrait avoir des répercussions significatives dans d'autres départements où elle réalise une part importante de sa collecte mais dans lesquels elle ne dispose pas d'un pouvoir de marché important, ce qui pourrait se traduire par une possible perte de volume en canards PAE au global.
285. Compte tenu de l'ensemble 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 collecte de canards en vue de l'engraissement dans le Sud-Ouest.

b) Marchés amont de la collecte de canards gras en vue de l'abattage

286. À titre liminaire, l'Autorité souligne la nécessité d'apprécier les effets d'une opération de concentration sur les marchés de la collecte en vue de l'abattage en tenant compte, notamment, des particularités des intervenants (producteurs, OP, abattoirs), de la nature de leur intervention sur ces marchés et des relations contractuelles qui régissent leurs rapports.

¹²⁶ Une sortie anticipée est possible, mais expose le producteur au paiement de pénalités ainsi, le cas échéant, au remboursement des aides qu'il a pu percevoir de la part de la coopérative.

287. Les filières avicoles, dont celle du canard gras, sont marquées par le rôle d'interface joué par les OP, lequel implique qu'au stade de l'analyse concurrentielle, les marchés de la collecte en vue de l'abattage puissent présenter en réalité deux niveaux distincts d'analyse :
- un premier niveau, où les gaveurs, du côté de l'offre, et les OP, du côté de la demande, contractualisent pour la production de canards gras et l'achat de ces derniers par les OP ;
 - un second niveau, où les OP, du côté de l'offre, et les abattoirs, du côté de la demande, contractualisent pour l'achat de canards gras.
288. L'appréciation distincte sur les deux niveaux d'analyse est notamment utile lorsqu'elle implique des OP qui collectent des canards auprès de leurs producteurs mais qui ne disposent pas d'abattoirs. Ces OP doivent en effet faire jouer la concurrence entre abattoirs pour écouler la production ainsi collectée aux meilleures conditions possibles.
289. Au cas d'espèce, dans la région du Sud-Ouest, les parties sont actives en tant qu'OP collectrices et font abattre la quasi-totalité des canards ainsi collectés dans leurs abattoirs situés dans cette région. Dès lors, l'appréciation de l'Autorité ne distinguera pas les deux niveaux d'analyse dans le Sud-Ouest.
290. L'analyse de l'Autorité tiendra également compte de la configuration spécifique dans le Grand Ouest, où Euralis, l'exploitant de l'abattoir, « joue » le rôle de l'OP et est donc à ce titre, en relation directe avec les éleveurs par le biais de contrats dits « d'intégration » (à l'inverse du cas mentionné ci-dessus faisant intervenir les OP). Dans ce cas, l'opération est uniquement analysée sous l'angle du premier niveau d'analyse.
291. L'analyse concurrentielle d'une concentration concernant les marchés de la collecte en vue de l'abattage doit tenir compte de ces particularités dans la mesure où elles permettent d'apprécier la nature des risques horizontaux associés dès lors qu'un chevauchement est observé entre les parties sur au moins un des deux niveaux susmentionnés.

Dans le Sud-Ouest

292. Les parties exploitent chacune, via leurs filiales Delpeyrat (Maisadour) et Euralis Gastronomie (Euralis), un abattoir dans le bassin du Sud-Ouest, respectivement à Gibret (Landes) et Maubourguet (Hautes-Pyrénées). Elles y abattent les canards gras collectés fournis par (i) leurs associés coopérateurs, via leurs OP respectives, (ii) par Canadour et (iii) par des tiers ([confidentiel] notamment).
293. Plus précisément, en 2024, Delpeyrat a abattu pour compte propre [confidentiel] millions de canards gras dans le Sud-Ouest, dont la provenance détaillée est la suivante :
- [confidentiel] % ont été achetés à la coopérative et sont issus des gaveurs adhérents coopérateurs de cette dernière ;
 - [confidentiel] % ont été achetés à Canadour¹²⁷ ;

¹²⁷ Cela ne représente pas la totalité de la production de Canadour. En effet, environ [confidentiel] canards gras produits par les gaveurs adhérents de Canadour sont également vendus à des tiers.

- [confidentiel] % ont été achetés à [confidentiel] et produits par ses adhérents coopérateurs¹²⁸.
294. En 2024, Euralis Gastronomie a abattu pour sa part [confidentiel] millions de canards gras dans le Sud-Ouest, provenant à [confidentiel] % des adhérents coopérateurs d'Euralis et à hauteur de [confidentiel] % d'un tiers, [confidentiel]¹²⁹.
295. Au niveau des zones centrées autour de leurs deux abattoirs, les parts à l'achat de la nouvelle entité communiquées par les parties sont les suivantes :
- en ce qui concerne l'abattoir de Gibret de Maïsador, elle est estimée à [40-50] % en volumes de têtes abattues, selon la dimension géographique considérée ;
 - en ce qui concerne l'abattoir de Maubourguet d'Euralis, celle-ci est estimée entre [40-50] % et [50-60] %, selon la dimension géographique considérée.
296. Malgré ces niveaux de parts de marché, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux peut être écarté sur ces marchés¹³⁰.
297. Les gaveurs du Sud-Ouest approvisionnant les abattoirs des parties sont, très majoritairement, des adhérents coopérateurs des OP des parties, ce qui limite l'incitation de la nouvelle entité à faire usage de son pouvoir d'achat à leur égard, pour les raisons évoquées précédemment.
298. Il existe au demeurant dans le Sud-Ouest plusieurs alternatives intégrées disposant d'abattoirs (Lur Berri/Labeyrie, Larnaudie/Canards d'Auzan, La Quercynoise notamment) pour les gaveurs. La concurrence vis-à-vis des gaveurs est importante car, comme l'ont signalé plusieurs concurrents au cours de l'instruction, le démarchage des gaveurs par les OP est plus important encore que celui effectué auprès des éleveurs, eu égard à une pyramide des âges plus défavorable les concernant et au recul de l'intérêt pour l'exercice de ce métier parmi les producteurs. L'existence de cette concurrence des OP est, outre les parts d'achat dans les zones concernées ci-dessus, illustrée par les données d'achats des OP disponibles au niveau départemental. Ces données montrent que la nouvelle entité représente une part d'achat systématiquement inférieure à 50 % dans les départements du Sud-Ouest¹³¹, à la seule exception du département de la Haute Garonne (celui-ci représentant toutefois des volumes marginaux de collecte).
299. En outre, l'incitation de la nouvelle entité à dégrader ses conditions d'achat, quel que soit le niveau d'analyse envisagé (par ses OP auprès des gaveurs ou par ses abattoirs

¹²⁸ Soit 300 000 canards gras environ pour l'année 2024. Cette relation de fourniture était auparavant encadrée par un contrat d'approvisionnement en canards gras, signé en 2005, liant Vivadour et MVVH, entité de tête de la société Delpéyrat dont Vivadour est, au demeurant, actionnaire minoritaire non-contrôlant. Elle fait aujourd'hui l'objet d'un accord non-signé en vigueur jusqu'à la fin de l'année 2025.

¹²⁹ Soit 133 000 canards gras pour l'année 2024. Cette relation de fourniture est encadrée par une convention de fourniture de canards gras liant Sanders à Euralis Gastronomie, signé en 2022. Cette convention a été conclue pour une période initiale allant du 1^{er} janvier 2022 au 31 décembre 2023. Elle est depuis renouvelée par tacite reconduction par périodes d'un an.

¹³⁰ Un risque vertical entre les marchés de la collecte de canards gras et ceux de la commercialisation des produits qui en sont issus, résultant du fait que Maïsador, via Canadour, approvisionne en canards gras des tiers disposant d'abattoirs et qui concurrencent les parties sur les marchés de la commercialisation de produits de canards gras, sera analysé dans la partie III. B de la décision.

¹³¹ Landes, Lot-et-Garonne, Pyrénées-Atlantiques, Gers et Hautes-Pyrénées.

auprès des OP) entraînerait pour elle une perte de canards gras, laquelle affecterait significativement l'équilibre économique des parties, notamment [confidentiel].

300. L'Autorité note enfin qu'Auraïa (issue de la fusion récente entre Vivadour et Terres du Sud) disposera, s'agissant des canards gras produits par elle et fournis à Maïsador préalablement à l'opération, de la capacité à reporter ceux-ci (i) soit en interne du fait dès lors que Terres du Sud disposait d'abattoirs préalablement à la fusion¹³² ou (ii) pour les besoins de la société Gers Distribution dans laquelle Vivadour dispose d'une participation minoritaire non-contrôlante et que Vivadour approvisionne déjà massivement, et qui constitue un concurrent des parties à l'aval. Concernant Sanders, l'Autorité note que cet acteur contrôle conjointement, avec Euralis, une entreprise commune active dans le domaine de la nutrition animale, secteur clé pour l'exercice des activités dans la filière canard gras, et que les canards gras fournis représentent de très faibles volumes, aisément reportables vers un tiers. Ces éléments limitent les incitations des parties à dégrader leurs prix d'achat pratiqués à leur égard.
301. 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 collecte de canards gras en vue de l'abattage dans le Sud-Ouest.

Dans le Grand Ouest

302. Dans le bassin du Grand Ouest, Euralis intervient en tant qu'acheteur de canards gras produits par les gaveurs liés par un contrat d'intégration à Euralis Gastronomie situés dans les départements suivants : la Charente-Maritime, les Côtes-d'Armor, les Deux-Sèvres, le Finistère, l'Ille-et-Vilaine, la Loire-Atlantique, la Manche, le Maine-et-Loire, la Mayenne, le Morbihan, la Sarthe, ainsi que la Vendée¹³³. Euralis a expliqué qu'en vertu de ces contrats d'intégration, ces producteurs étaient directement en relation contractuelle avec Euralis Gastronomie qui est la société exploitant l'abattoir des Herbiers (Vendée) où sont abattus leurs canards. Il n'y a donc pas, à la différence du Sud-Ouest, l'intermédiation de l'OP qui achète les canards aux gaveurs avant de les céder aux abattoirs. Euralis Gastronomie achète également des canards gras à plusieurs OP tierces, notamment les sociétés [confidentiel]¹³⁴.
303. Sur les [confidentiel] millions de canards gras abattus pour compte propre par Euralis dans le Grand Ouest, [confidentiel] % proviennent des gaveurs liés par un contrat d'intégration à Euralis Gastronomie. Les OP tierces représentent pour leur part [10-20] % des achats de canards gras effectués par Euralis dans ce bassin¹³⁵.

¹³² Décision n °26-DCC-10, précitée.

¹³³ Euralis dispose d'une part de marché supérieure à 25 % dans plusieurs de ces départements : la Charente-Maritime ([40-50] %), les Côtes-d'Armor ([60-70] %), le Finistère ([90-100] %), l'Ille-et-Vilaine ([40-50] %), la Manche ([70-80] %), la Mayenne ([30-40] %) et le Morbihan ([50-60] %).

¹³⁴ Euralis n'entretient pas de relation directe avec chacun des engraisseurs de ces OP. Les canards gras sont d'abord achetés par ces OP aux gaveurs, et les cèdent ensuite à Euralis. La relation de fourniture avec [confidentiel] est encadrée par un contrat de fourniture de canards PAE, de canards gras et d'aliments liant [confidentiel] à Euralis Gastronomie, signé en 2021. Ce contrat a été conclu pour une période allant du 1^{er} mai 2018 au 31 août 2022 et il est renouvelé par tacite reconduction par périodes d'un an.

¹³⁵ 133 000 canards gras fournis par Terrena, 176 000 par Bellavol et 72 000 par Eureden en 2024.

304. Dans ce bassin, Maïsadour a acheté [confidentiel] million de canards gras en 2024 à [confidentiel]¹³⁶. Maïsadour ne dispose d'aucune relation contractuelle avec les producteurs rattachés à cette OP et donc, plus généralement, d'aucune activité de production de canards gras dans le bassin. Au demeurant, depuis 2025 et préalablement à la notification de l'opération, Maïsadour a fermé l'abattoir qu'il exploitait dans le bassin Grand Ouest, où il abattait notamment les canards fournis par [confidentiel].
305. Les parties concluent, au regard du point qui précède, à l'absence de chevauchement entre les parties, et donc de risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés de la collecte de canards gras en vue de l'abattage dans le Grand Ouest.
306. Toutefois, les parties collectent toutes deux des canards dans le Grand Ouest (premier niveau d'analyse). Dès lors que les parties ne sont pas actives simultanément sur les marchés de l'abattage (second niveau), seul le premier niveau a fait l'objet d'une analyse.
307. À l'issue de l'opération, la part à l'achat de la nouvelle entité autour de son abattoir des Herbiers (Vendée) est estimée par les parties entre [50-60] % et [60-70] % selon la délimitation géographique retenue.
308. L'Autorité considère que, malgré ce niveau des parts de marché, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux peut être écarté sur ces marchés.
309. En effet, le renforcement de la puissance d'achat des parties n'est pas uniforme sur l'ensemble des départements. Les producteurs de [confidentiel] (et [confidentiel]) sont notamment situés dans des départements dans lesquels Euralis dispose d'une part à l'achat plus faible préalablement à l'opération¹³⁷. L'Autorité note que deux des OP auprès desquelles Euralis s'est approvisionnée en 2024 fournissent également l'un de ces deux acteurs. Au demeurant, à l'exception de [confidentiel], ces OP tierces fournissent à Euralis de très faibles quantités de canards gras, lesquelles pourraient donc être aisément reportées vers les alternatives en question. Enfin, s'agissant plus spécifiquement de [confidentiel], il convient de rappeler que l'état de dépendance de cette OP et des producteurs rattachés à cette dernière à l'égard de la nouvelle entité était préexistant à l'opération, [confidentiel] étant contractuellement liée à Maïsadour pour la production de canards gras depuis plus de vingt ans.
310. 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 collecte de canards en vue de l'abattage dans le Grand Ouest.

¹³⁶ Cette relation de fourniture est encadrée par un contrat d'approvisionnement en canards gras, signé en 2005, liant [confidentiel] et MVVH, entité de tête de la société Delpeyrat dont [confidentiel] est, au demeurant, actionnaire minoritaire non-contrôlant. Ce contrat a été conclu pour une durée de [confidentiel]. [Confidentiel].

¹³⁷ En l'espèce, dans les départements où [confidentiel] et [confidentiel] sont majoritairement actifs, les parts à l'achat d'Euralis sont les suivantes : [5-10] % dans la Sarthe, [10-20] % dans les Deux-Sèvres, [20-30] % dans le Maine-et-Loire et [20-30] % en Vendée.

c) Marchés de la prestation d'abattage pour compte de tiers de canards gras

311. Les parties réalisent des activités d'abattage pour compte de tiers de canards gras au sein de leurs abattoirs dans le Sud-Ouest¹³⁸, à Gibret (Landes) et à Maubourguet (Hautes-Pyrénées).
312. Les parts de marché cumulées des parties sont les suivantes (pour l'année 2023, exprimées en volumes de têtes) :
 - en ce qui concerne l'abattoir de Gibret, elle est comprise entre [40-50] %, selon la dimension géographique considérée, avec un incrément de [5-10] points ;
 - en ce qui concerne l'abattoir de Maubourguet, elle est comprise entre [40-50] %, selon la dimension géographique considérée, avec des incréments compris entre [5-10] points.
313. Malgré ces niveaux de parts de marché, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux peut être écarté sur ces marchés.
314. En premier lieu, il existe sur ces marchés de nombreux concurrents, représentant près de 50 % des volumes abattus pour compte de tiers auprès des abattoirs de parties, à l'exemple de Lafitte et de Labeyrie.
315. En outre, dans le cadre du test de marché, la majorité des abattoirs concurrents a indiqué disposer de surcapacités. Ces abattoirs sont donc en mesure d'effectuer de l'abattage pour compte de tiers au sein de leurs abattoirs ou d'augmenter, le cas échéant, les volumes abattus pour compte de tiers. L'Autorité relève à cet égard, comme l'indiquent les parties, que l'activité d'abattage pour compte de tiers n'emporte pas de coûts supplémentaires par rapport à l'abattage pour compte propre.
316. Ainsi, les groupes dépourvus d'abattoirs disposeront, à l'issue de l'opération, d'alternatives crédibles et suffisantes pour faire abattre leurs canards.
317. 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 prestation d'abattage pour compte de tiers de canards gras.

d) Marchés aval de la commercialisation de produits et de coproduits de canard gras

318. Les activités des parties se chevauchent sur l'ensemble des marchés de la commercialisation de produits et coproduits de canard gras.
319. S'agissant des effets horizontaux de l'opération, l'Autorité détaille plus particulièrement son analyse en ce qui concerne le canal GMS et le canal RHF, qui constituent les deux principaux canaux de commercialisation de ces produits sur le marché et pour les parties¹³⁹.

¹³⁸ L'abattoir d'Euralis situé aux Herbiers (Vendée), dans le Grand-Ouest, effectue également des prestations d'abattage pour compte de tiers (y compris pour Maïsador à la suite de la fermeture de l'abattoir de Sèvresmont), mais les activités des parties ne se chevauchent pas dans le Grand-Ouest.

¹³⁹ La présente décision ne détaillera pas l'analyse des marchés de la commercialisation de produits et coproduits de canard gras à destination du canal BCA, qui représentent de très faibles volumes de commercialisation pour les parties. Les potentiels effets sur le canal de l'IAA seront appréhendés dans la

Sur le canal GMS

320. Les activités des parties, via leurs filiales Delpeyrat et Euralis Gastronomie, se chevauchent, tant en matière de commercialisation de produits MDF que de produits MDD.
321. Les parties ont fourni une estimation de leurs parts de marché pour l'année 2024, reproduites dans les tableaux en annexe 1. Les parts de marché sont supérieures à 25 % sur de nombreux segments de marché sur les produits de foie gras, en particulier concernant les blocs et blocs-morceaux, et, en ce qui concerne les produits de viande de canard, pour les magrets fumés-séchés et les confits de canard.

Position des parties

322. Les parties estiment que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés aval de la commercialisation de produits de canard gras en GMS car, selon elles, la fusion envisagée ne remettrait pas en cause l'équilibre concurrentiel global du marché.
323. Tout d'abord, elles considèrent que leurs parts de marché cumulées demeurent limitées, puisqu'elles sont supérieures à 50 % seulement sur des segments très spécifiques tels que le magret fumé-séché, les confits, et les blocs/blocs morceaux en MDD standards notamment. Selon elles, les marchés ont été trop finement segmentés par l'Autorité, de sorte que leurs parts de marché sont artificiellement renforcées selon les segments examinés.
324. En outre, les parties indiquent que la nouvelle entité fera face à une forte concurrence, tant actuelle que potentielle. Elles citent en ce sens des concurrents déjà présents sur ce canal de distribution comme Labeyrie, Canards d'Auzan, la Quercynoise, mais également la concurrence étrangère (Hongrie, Bulgarie) qui représenterait, selon elles, 5 à 8 % des volumes commercialisés en produits standards. Les parties estiment en outre qu'il n'y a pas de barrières à l'entrée sur les marchés de la commercialisation à destination des GMS, les concurrents étant, en raison des surcapacités existantes dans le secteur, en mesure de répondre aux appels d'offres des GMS. Selon les parties, les surcapacités existantes à l'amont facilitent l'entrée des concurrents sur de nouveaux segments du marché, limitant la capacité de la nouvelle entité à augmenter ses prix.
325. Les parties invoquent enfin le fort pouvoir de négociation des enseignes de GMS, précisant qu'elles n'ont « *aucun poids* » dans la négociation avec ces dernières. Elles rappellent à ce titre que les GMS (i) maîtrisent les mécanismes promotionnels, qui sont clés pour vendre des produits de canard gras en raison de leur forte saisonnalité - donnant aux distributeurs un fort avantage dans les négociations - et (ii) sont en mesure de mettre à exécution leurs menaces de déréférencement pour obtenir des prix et des conditions commerciales avantageuses. Les parties insistent notamment sur l'importance des centrales d'achat. Elles citent à titre d'exemple la centrale Aura¹⁴⁰, représentant [confidentiel] % des volumes commercialisés par Delpeyrat en GMS. Enfin, les parties notent la forte concentration des distributeurs en GMS : en 2025, les 6 principales enseignes représentent 95 % du marché national de la distribution à dominante alimentaire.

section relative à l'analyse des effets verticaux dans la mesure où les ventes à l'IAA incluent, notamment, les ventes à destination d'autres industriels de la filière.

¹⁴⁰ Centrale d'achat regroupant les enseignes Intermarché, Auchan et Casino.

◆ *Evolutions constatées*

326. A titre liminaire, l'Autorité estime utile de présenter le contexte récent dans lequel s'inscrit cette filière, en ce qu'il a un impact sur l'analyse concurrentielle.
327. La filière canard gras a, en effet, été significativement affectée par la période de grippe aviaire traversée à la fin de l'année 2021, en 2022 et 2023¹⁴¹. Les comportements adoptés par les industriels de la filière – dont les parties – durant et à l'issue de celle-ci constituent des éléments importants pour apprécier les dynamiques concurrentielles à l'œuvre aujourd'hui. Ils ont été largement documentés au cours de l'instruction (test de marché, données recueillies auprès des tiers et des parties, documents internes).
328. Lors de cet épisode de grippe aviaire, le bassin du Grand Ouest, au sein duquel les élevages de reproducteurs et les usines d'accoupage d'Orvia et de Grimaud (les deux principaux fournisseurs de canetons de la filière¹⁴²) sont implantés, a été particulièrement touché¹⁴³. Cet épisode a ainsi entraîné une très forte diminution de la disponibilité de canetons pour les industriels du canard gras en 2022 et en 2023. Selon le CIFO, les mises en place de canetons se sont établies à 20 millions environ en 2022, soit une baisse de 33 % par rapport à 2021, et de 41 % par rapport à 2020. Malgré un léger redressement en 2023, les mises en place étaient toujours en-deçà de 12 % par rapport à 2021, et de 22 % par rapport à 2020.
329. Cette pénurie de canetons s'est répercutée sur tous les maillons de la chaîne de valeur situés en aval de celui de l'accoupage : les producteurs, les abattoirs, les usines de transformation ont connu une contraction significative de leurs activités et les clients ont en conséquence fait l'objet d'approvisionnements moindres. Cette pénurie de canetons a également concerné le bassin du Sud-Ouest où près de 80 % des canards gras sont produits et abattus, même si l'épisode de grippe aviaire y a été globalement mieux maîtrisé. Les industriels qui y sont situés (à l'exception de Maïsadour) dépendent en effet, partiellement ou totalement, des achats de canetons réalisés par les OP (auxquelles ils sont adossés ou auprès desquelles ils se fournissent) effectués auprès d'Orvia et de Grimaud. Le nombre de canards gras abattus par la filière a ainsi diminué dans les mêmes proportions que les mises en place de canetons¹⁴⁴.
330. Face à cette pénurie, les principaux acteurs de la filière canard gras ont adapté leurs stratégies afin de limiter leurs pertes de revenus. Il apparaît notamment que ceux-ci ont très largement privilégié, en 2022 et 2023, la commercialisation de leurs produits MDF, plus rémunérateurs, au détriment des produits MDD. Par exemple,¹⁴⁵ [confidentiel]. Ce choix stratégique a pu encore amplifier la tendance inflationniste

¹⁴¹ La filière avait déjà été affectée par un épisode majeur de grippe aviaire au cours des années 2016 et 2017.

¹⁴² L'Autorité renvoie sur ce point à l'appréciation des parts de marché des acteurs présentée dans le cadre de l'analyse des effets verticaux de l'opération concernant les marchés de l'accoupage.

¹⁴³ Le bassin du Sud-Ouest a été relativement épargné par rapport au Grand-Ouest en raison notamment des mesures de biosécurité mises en place par la filière (mesures de dé-densification des élevages, mise à l'abri des animaux, vides sanitaires préventifs, protection des zones à proximité des couvoirs, etc.).

¹⁴⁴ Selon le CIFO, le nombre de canards gras abattus par la filière en 2022 était inférieur de 34 % à celui de 2021, et de 44 % par rapport à celui de 2020. En 2023, le nombre de canards abattus était toujours inférieur de 19 % par rapport au niveau de 2021, et de 32 % par rapport à celui de 2020.

¹⁴⁵ Marque nationale ou MDF.

des prix. En effet, les prix de commercialisation aux GMS et, par voie de conséquence, ceux proposés aux consommateurs, ont significativement augmenté par rapport à leur niveau d'avant crise. Le CIFOG estime par exemple que le prix moyen au kilo du foie gras transformé payé par le consommateur s'est établi à 68,69 euros en 2022 (+ 14 % par rapport à 2021) puis à 79,71 euros en 2023 (+ 16 % par rapport à 2022, + 32 % par rapport à 2021). Des effets similaires ont également été observés sur les viandes de canard gras¹⁴⁶.

331. L'année 2024 a marqué la fin de la tension sur la matière première et le retour à une offre maximale sur l'ensemble de la chaîne de valeur, grâce aux effets bénéfiques de la mise en place de la vaccination au sein de la filière. Selon le CIFOG, plus de 34 millions de canetons destinés à la France et à l'export ont été mis en place en 2024, soit une augmentation de 30 % par rapport à 2023 (+ 8 millions de têtes). Ce niveau est quasi-identique à celui observé avant crise, en 2020, et légèrement supérieur à celui de 2021. En conséquence, les volumes d'abattage ont, eux aussi, retrouvé leur niveau d'avant crise, avec 29,7 millions de canards abattus en 2024. L'offre disponible des industriels et, partant, leurs volumes commercialisés auprès des GMS ont ainsi de nouveau augmenté en 2024 et ce pour toutes les catégories de produits, ce que confirment les données recueillies dans le cadre de l'instruction¹⁴⁷.
332. Cette augmentation des volumes commercialisés n'a toutefois eu qu'un effet très limité sur les prix d'achat des GMS¹⁴⁸, et ceux observés en rayon. Ceux-ci sont restés globalement élevés et stables en 2024. Le CIFOG relève ainsi une très légère diminution du prix moyen au kilo du foie gras transformé payé par le consommateur, de l'ordre de 3 %. Le graphique ci-dessous illustre les évolutions de prix constatées selon le format de foie gras considéré et l'absence de baisse significative des prix observée en 2024, après l'augmentation des années 2022 et 2023.

¹⁴⁶ Le rapport d'activités 2024 du CIFOG, les documents internes des parties et les données recueillies par l'Autorité au cours de son instruction auprès des enseignes de GMS confirment que les prix de commercialisation et en rayon des principaux produits de viande de canard gras (magrets, magrets fumés séchés et confits) ont vu leurs prix augmenter significativement en 2022 et 2023.

¹⁴⁷ Les données recueillies auprès des GMS estiment une augmentation de 35 % des volumes de foies gras transformés commercialisés entre 2023 et 2024, de 48 % pour les magrets, de 24 % pour les magrets fumés séchés et de 111 % pour les confits.

¹⁴⁸ Les prix de commercialisation du foie gras transformé n'ont diminué que de 5 % au global, et ont même très légèrement augmenté pour les MDD (+1 %). Ces constats peuvent être étendus aux produits de viande de canard gras.

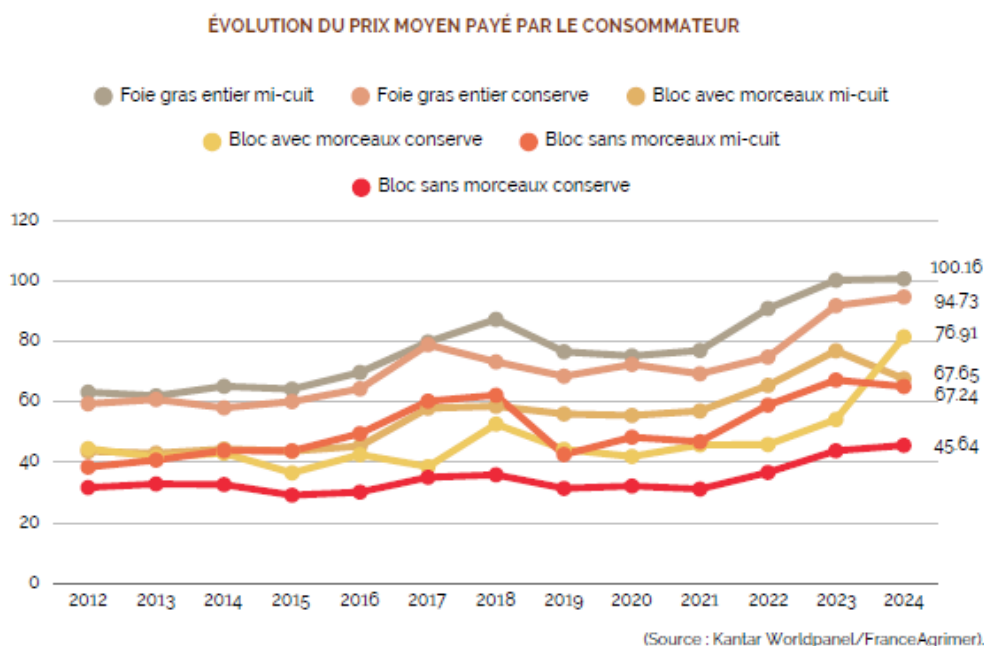


Figure 3 : Evolution du prix moyen payé par le consommateur en euros selon le type de foie gras considéré (source : Rapport annuel 2024 du CIFOG)

333. Les prix des produits de canard gras n'ont donc pas retrouvé en 2024 leur niveau d'avant crise, malgré la fin du contexte de pénurie. Deux explications peuvent être avancées : (i) la baisse du niveau total de produits commercialisés en GMS en 2024 par rapport à 2021 et (ii) la place occupée dorénavant par les MDF dans les achats des GMS.
334. En effet, si les volumes commercialisés ont bien augmenté en 2024 par rapport à 2023, ils n'ont toutefois pas retrouvé leur niveau de 2021. Les parties estiment que les volumes de foies gras transformés commercialisés en GMS ont diminué de près de 20 % entre 2021 et 2024. Il en est de même pour les produits de viande¹⁴⁹.
335. En outre, les baisses constatées proviennent essentiellement du fait, qu'en 2024, moins de produits MDD ont été commercialisés par les industriels par rapport à 2021. S'agissant spécifiquement des foies gras, les parties estiment que les volumes commercialisés en MDD ont diminué de près de 50 % entre 2021 et 2024 tandis que ceux en MDF ont retrouvé un niveau quasi-identique à celui de 2021 (- 5 %). Les données des parties comme celles recueillies au cours de l'instruction montrent que la part des MDD dans les foies gras transformés achetés par les GMS étaient d'environ 35-40 % en 2024, un niveau relativement similaire à celui observé pendant la grippe aviaire (39 % en 2022 puis 27 % en 2023) mais significativement inférieur à celui de 2021 (supérieur à 50 %). En d'autres termes, en 2024, les produits de foies gras MDF ont gardé une place importante en rayon. Les produits de viande de canard gras font l'objet de constats globalement similaires.
336. Cette part plus importante occupée en 2024 par les produits MDF dans les achats des GMS constitue, au-delà de la diminution des volumes commercialisés par les

¹⁴⁹ Les services d'instruction disposent, pour l'année 2021, de données moins robustes s'agissant des viandes de canard gras, mais leur exploitation tend à confirmer les évolutions observées par les parties en ce qui concerne à tout le moins le foie gras.

industriels, un des facteurs explicatifs du maintien des prix de commercialisation et par voie de conséquence de ceux proposés aux consommateurs, à un niveau élevé.

337. L'Autorité s'est également intéressée aux trajectoires suivies par les parties dans le contexte précité.
338. Il apparaît que Maïsadour, en particulier, a pu bénéficier de son intégration au niveau de l'accoupage et de la localisation de ses couvoirs dans le Sud-Ouest, moins affectés par la grippe aviaire. Les producteurs de Maïsadour n'ont donc pas été privés de canetons durant l'épisode de grippe aviaire (ils sont exclusivement approvisionnés par Maïsadour), de sorte que Delpeyrat, à l'aval, a pu gagner des parts de marché significatives au détriment de ses principaux concurrents, notamment en MDF. [Confidentiel].
339. De manière générale, les données des parties montrent que Maïsadour et Euralis ont commercialisé en 2024 en GMS moins de foies gras transformés qu'en 2021, puisque leurs volumes commercialisés ont diminué, respectivement, de 35 % et de 44 % entre ces deux années. L'Autorité effectue un constat similaire sur la base des données d'achats des GMS¹⁵⁰. S'agissant des produits de viande de canard gras commercialisés par les parties, les volumes fournis par Maïsadour seraient globalement revenus à leur niveau de 2021, tandis que ceux d'Euralis auraient également diminué.
340. En outre, la répartition des ventes des parties entre MDD et MDF a profondément évolué entre ces deux années. Selon les données des parties, en ce qui concerne le foie gras transformé Maïsadour commercialisait majoritairement des MDD en 2021 ([70-80] % de ses ventes) mais principalement des MDF en 2024 ([60-70] % de ses ventes). De même, Euralis commercialisait pour sa part à peu près autant de MDD que de MDF en 2021 ([40-50] % vs [50-60] %), mais une part prépondérante de MDF en 2024 ([60-70] % de ses ventes). L'Autorité fait un constat similaire sur la base des données d'achats des GMS¹⁵¹.
341. Cette tendance chez les parties a très largement contribué à la baisse des volumes de foies gras transformés MDD commercialisés en GMS. Dans le même temps, il peut être noté une forte augmentation des produits MDF commercialisés en GMS, notamment par Maïsadour, par rapport à 2021 : ses ventes de foies gras en MDF ont augmenté de [60-70] % sur la période selon les parties¹⁵². Les ventes de foies gras MDF d'Euralis ont en revanche diminué sur la période¹⁵³, de l'ordre de [20-30] % selon les parties, et de [10-20] % selon les services d'instruction. Les données fournies par les parties montrent que les produits MDF représentent également une part majoritaire de leurs ventes en matière de viande de canard gras en 2024 et que ces parts sont en augmentation par rapport à 2021. Sur la base des données à sa disposition, l'Autorité partage ce constat.
342. Les parties semblent donc avoir privilégié la vente de produits MDF et n'ont pas, en 2024, avec le retour de la matière première, repris l'approvisionnement des GMS en

¹⁵⁰ Les données recueillies auprès des GMS suggèrent une baisse de 28 % pour Maïsadour et de 30 % pour Euralis. La baisse des volumes enregistrée en 2024 par rapport à 2021 pour le marché était de 5 %.

¹⁵¹ La part des MDF dans les ventes de Maïsadour est estimée par l'Autorité à [20-30] % en 2021, contre [60-70] % en 2024. S'agissant d'Euralis, elle est estimée à [50-60] % en 2021 contre [60-70] % en 2024.

¹⁵² L'Autorité estime pour sa part une augmentation de plus de [90-100] % des ventes de foies gras MDF de Maïsadour sur cette période.

¹⁵³ De l'ordre de [20-30] % selon les parties et de [10-20] % selon les données recueillies par l'Autorité.

produits MDD dans des proportions similaires à celles observées avant crise. Les volumes que les parties opéraient en MDD avant crise n'ont manifestement pas été reportés en totalité par les GMS vers leurs concurrents, au regard de la part plus marginale qu'occupent ces produits dans les achats des GMS en 2024 comparativement à 2021. Il convient à cet effet de rappeler que les marchés MDD sont des marchés de volumes, où la capacité à produire des volumes importants constitue l'un des facteurs clés d'accès au marché.

343. Enfin, sur la base des éléments dont elle dispose, l'Autorité constate que l'année 2025 a été marquée par une production de canards gras globalement similaire à celle de l'année 2024 (30 millions de têtes environ). Selon plusieurs sources concordantes, les prix, sur lesquels l'Autorité dispose d'une vue partielle¹⁵⁴, se seraient maintenus à des niveaux toujours élevés par rapport à leurs niveaux d'avant crise, bien que toujours en légère baisse. Selon le CIFOG¹⁵⁵, les ventes de foies gras sur l'ensemble de l'année 2025 en magasins seraient globalement stables¹⁵⁶, mais un recul des ventes aurait été observé sur la période festive de mi-novembre 2025 à début janvier 2026 (- 5,4 %). Cela fait largement écho aux éléments recueillis dans le cadre de l'instruction, qui confirment que la saison festive 2025 a été marquée par des performances jugées en-deçà des attentes. Dans la mesure où la filière avait, pour sa part, anticipé la production sur la base du niveau de consommation constaté fin 2024, cela aurait entraîné la constitution de stocks côté industriels notamment.
344. Les premiers éléments relatifs à l'année 2026 recueillis par l'Autorité montrent que les industriels ont d'ores et déjà intégré une baisse de la demande, puisqu'il est prévu une baisse du volume total d'abattage de l'ordre de 2 à 3 millions de canards gras et, partant, une baisse de l'offre disponible, notamment pour les GMS.
345. L'ensemble de ces éléments de contexte constituent des éléments déterminants pour la suite de l'analyse concurrentielle.

◆ *Parts de marché des parties*

346. L'Autorité a procédé à une collecte de données¹⁵⁷ auprès des différentes enseignes de GMS, relatives aux achats et aux ventes de ces dernières. Ces données permettent d'avoir une vue plus précise et plus complète du marché. En effet, un industriel n'a pas accès aux données de ventes de ses concurrents, et est contraint d'utiliser les données de ventes des GMS au consommateur final, soit des données de ventes

¹⁵⁴ La majeure partie des ventes de foies gras en GMS ont lieu en fin d'année, de sorte que l'Autorité ne dispose pas du recul suffisant à la date de la présente décision pour l'année 2025.

¹⁵⁵ <https://lefoiegras.fr/actualites/souverainete-alimentaire-la-filiere-francaise-du-foie-gras-mobilisee-pour-accompagner-le-renouveau-de-la-consommation-et-liberer-tout-son-potentiel>.

¹⁵⁶ Celles-ci auraient notamment été stimulées par une augmentation de 40 % des volumes de foies gras vendus en magasins sur les 6 premiers mois de l'année 2025, par rapport aux 6 premiers mois de l'année 2024, selon le CIFOG.

¹⁵⁷ Plus précisément l'Autorité a collecté avec un maillage mensuel et par code produit des données de prix et de quantités de foie gras, de magret cru, de magret fumé séché et de confit, à la fois en termes d'achats auprès des acteurs du secteur de canard gras et en termes de ventes auprès des consommateurs finaux. Les données d'achats permettent d'estimer les ventes mensuelles à la grande distribution des différents acteurs du secteur des canards gras et sont suffisamment fines pour estimer les ventes de MDF et de MDD, ainsi que les ventes de produits avec ou sans signe de qualité. Il convient cependant de relever que ces données comportent elles aussi certaines limites ; elles ont notamment été collectées auprès des grandes enseignes nationales de GMS, soit auprès d'organisations différentes.

relevant d'un stade de la chaîne de production à l'aval de celui où l'opération de concentration a lieu. Deuxièmement, ces données de ventes en GMS sont généralement collectées par des acteurs tiers tels que Kantar ou Nielsen. Or, ces acteurs ne collectent pas les données de ventes des hard discounters et à ce titre sont incomplètes. Les données collectées par l'Autorité ne souffrent pas de ces deux limites : les données d'achats des GMS correspondent aux ventes des acteurs du secteur de canard gras et elles incluent les achats des hard discounters. Bien qu'ayant nécessité un important traitement en raison des disparités existantes entre chaque jeu de données fournies par les enseignes GMS, ces données concordent avec le test de marché effectués au cours de l'instruction, mais également en grande partie avec les estimations des parties.

347. Les parts de marché, en volumes, sont reproduites dans les tableaux situés en Annexe 2.
348. La part de marché de la nouvelle entité, en volume, est supérieure à 25 % sur la quasi-totalité des marchés analysés en GMS en 2024, quelle que soit la segmentation retenue. Celle-ci est plus particulièrement importante en ce qui concerne les produits MDF, compte tenu notamment des éléments de contexte rappelés ci-dessus.
349. Sur les coproduits, l'Autorité relève que ce marché est un marché d'opportunités, sur lequel il n'existe pas de données de marché fiables. Dans la mesure où les coproduits de canards gras résultent directement de l'abattage, l'Autorité estime que la part de marché de la nouvelle entité en la matière reflète sa position au niveau national en matière d'abattage pour compte propre. Elle est ainsi estimée, en 2024, à [30-40] %, tous canaux confondus¹⁵⁸ pour chacun des coproduits envisagés par la pratique décisionnelle.
350. Sur la base de ces niveaux de parts de marché, un risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux ne peut donc être exclu.

♦ *Structure de la concurrence*

351. Il demeurera peu d'alternatives majeures et crédibles pour les GMS à l'issue de l'opération.
352. De manière générale, l'Autorité note qu'il existe une corrélation entre les performances des acteurs à l'aval et leurs conditions et niveaux d'accès à la matière première.
353. En particulier, les acteurs qui abattent le plus grand nombre de canards sont ceux qui présentent les chiffres d'affaires les plus élevés en matière de commercialisation de produits de canard gras en GMS. Le CIFOG rappelle à cet effet que 9 entreprises représentent à elles seules environ 90 % des volumes d'abattage de canards gras réalisés par les industriels dans la filière¹⁵⁹. Les volumes restants (environ 10 %) sont

¹⁵⁸ Dans la mesure où il n'est pas possible d'apprécier sur quels canaux de commercialisation ont été affectés les coproduits issus des abattages par chaque industriel, il est difficile d'estimer une part de marché pour chaque coproduit envisagé par la pratique décisionnelle selon le canal de commercialisation.

¹⁵⁹ 29,7 millions de canards gras ont été abattus par la filière en 2024. Une partie de ces abattages a été réalisée par de petits exploitants, qui transforment ensuite eux-mêmes leurs produits pour les commercialiser en circuit-court (pratique dite de l'abattage « à la ferme »). Ces canards ne sont pas commercialisés auprès des GMS et de la RHF. Selon le CIFOG, l'abattage à la ferme représente approximativement 2,8 millions de canards gras,

réalisés par un peu moins d'une vingtaine d'entreprises qui représentent individuellement une part beaucoup plus marginale en nombre de canards gras abattus.

354. Peu d'entreprises abattent plus de [confidentiel] millions de têtes, parmi lesquelles les parties. Celles-ci ont abattu en 2024 ensemble environ [confidentiel] millions de canards gras ([confidentiel] millions pour Euralis, [confidentiel] millions pour Maisadour). Les deux autres sociétés ayant abattu plus de [confidentiel] millions de canards gras en 2024 sont les sociétés Labeyrie ([confidentiel] millions) et Delmond, filiale de Terres du Sud ([confidentiel] millions).
355. Les entreprises qui ont abattu entre [confidentiel] millions de canards gras en 2024 sont les sociétés La Quercynoise (filiale de Natera), Canards d'Auzan, LDC, Soulard et Lafitte¹⁶⁰.
356. Ces 9 entreprises appartiennent à des groupes parmi les mieux structurés dans la filière, tous adossés à des OP qui leur permettent de maîtriser et sécuriser leur approvisionnement. La plupart d'entre eux sont également actifs à l'étape clé de la nutrition animale¹⁶¹. Elles présentent également les chiffres d'affaires les plus élevés pour la commercialisation de produits de canards gras.
357. En revanche, ces sociétés ont des positions très différentes sur les marchés de la commercialisation aux GMS.
358. Il ressort des parts de marché (en volume comme en valeur) calculées par l'Autorité que la nouvelle entité sera, de loin, le premier opérateur du marché sur la plupart des segments de foie gras et de viandes de canard, en particulier sur de nombreux segments de produits MDF, pour lesquels sa part de marché est largement plus importante que celle de ses deux principaux concurrents pris individuellement (Larnaudie pour Canards d'Auzan et marque éponyme pour Labeyrie). A titre d'exemple, la part de marché de la nouvelle entité sur le segment de foies gras entiers vendus sous MDF était en 2024 de [50-60] %, contre [confidentiel] % pour Larnaudie et [confidentiel] % pour Labeyrie¹⁶².
359. Labeyrie et Larnaudie ont par ailleurs un positionnement commercial qui se distingue sensiblement de celui des parties. Labeyrie, acteur historique de la filière disposant également d'une forte notoriété, est notamment un acteur important en ce qui concerne les blocs et les blocs morceaux. Larnaudie est, parmi les quatre acteurs principaux, celui qui dispose de la notoriété de marque la plus faible. Son offre en matière de foies gras est au demeurant particulièrement présente dans les rayons épicerie des GMS. Il s'agit également d'un acteur important en matière de viandes, notamment en confits. Il ressort par ailleurs de l'instruction que ces deux acteurs ont un positionnement prix généralement plus élevé que celui des parties.

soit 10 % des abattages réalisés en 2024. En conséquence, les abattages réalisés par les industriels représentent 26,9 millions de canards gras, en augmentation de 41 % par rapport à l'année 2023.

¹⁶⁰ S'agissant de ce dernier, il convient de préciser qu'une part importante des abattages réalisés sont effectués pour compte de tiers.

¹⁶¹ A l'exception notable de Canards d'Auzan et de Lafitte.

¹⁶² En 2024, pour le magret MDF, la part de marché cumulée des parties était de [50-60] %, celles de Larnaudie et Labeyrie étant respectivement de [confidentiel] % et [confidentiel] % ; pour le magret fumé séché MDF, la part de marché cumulée des parties était de [80-90] %, celles de Larnaudie et Labeyrie étant respectivement de [confidentiel] % et [confidentiel] % ; et pour le confit MDF, la part de marché cumulée des parties était de [40-50] %, celles de Larnaudie et Labeyrie étant respectivement de [confidentiel] % et [confidentiel] %.

360. Globalement, les données récoltées auprès des enseignes montrent que les quatre principaux acteurs représentent avec les parties, [80-90] % des tonnages de foies gras entiers commercialisés en GMS en 2024, [80-90] % des tonnages de foies gras sous forme de blocs et blocs morceaux, [60-70] % des tonnages de magrets, [90-100] % des tonnages de magrets fumés séchés et [70-80] % des tonnages de confits¹⁶³. La forte concentration du marché de la commercialisation en GMS autour de ces quatre acteurs est confirmée par les documents internes des parties, qui témoignent d'une veille concurrentielle sur les prix pratiqués et les positions occupées par ces quatre acteurs, aussi bien pour les foies gras que pour les produits de viande de canard gras.
361. En marge des acteurs précités coexistent également en GMS l'offre d'acteurs de plus petite taille qui disposent d'abattoirs. Parmi eux, figurent notamment les sociétés Le Grenier des Gastronomes, Feyel/La Ferme du Puntoun ou encore Fermiers Occitans (Arterris). Enfin, il existe au sein de la filière des transformateurs, de tailles très diverses, dont les plus importants en GMS sont Lartigue et Gers Distribution. Pour l'essentiel, ces acteurs disposent de parts de marché limitées.
362. Sur la plupart des segments (sans distinction des produits vendus en MDF de ceux vendus en MDD ou des produits standards de ceux vendus sous un sigle de qualité), ces acteurs avaient en 2024 des parts de marché inférieures [à 0-5] %, à l'exception de Delmond sur le segment des magrets avec une part de marché de [confidentiel] % et de Gers Distribution sur les segments des confits et des foies gras en bloc ou en morceaux avec des parts de marché de [confidentiel] % et [confidentiel] %. Sur des segments plus fins distinguant les MDF des MDD ou les produits standards des produits vendus sous sigle de qualité, certains de ces acteurs pouvaient avoir des parts de marché plus importantes. A titre d'exemple, Gers Distribution avait une part de marché de [confidentiel] % sur le segment des confits standards vendus en MDD.
363. Ces éléments illustrent donc que les opérateurs qui constituent des alternatives crédibles et suffisantes pour les GMS sont peu nombreux. L'Autorité relève qu'en vertu de cette structure de marché, l'opération crée un leader sur de nombreux segments de marchés, réduisant davantage encore le nombre d'alternatives crédibles pour les GMS, avec de nombreux passages de 4 à 3 acteurs principaux (sur les marchés MDF notamment), voire de 3 à 2 acteurs principaux (sur certains segments spécifiques).
364. L'Autorité relève à cet égard que la nouvelle entité sera la seule entreprise à avoir la capacité d'adresser la quasi-totalité des segments des marchés de la commercialisation en GMS, tandis que la plupart des concurrents sont en mesure de peser de manière importante sur un ou deux segments seulement (à l'exemple de Gers Distribution sur les confits standard, ou Delmond sur les magrets). Si les concurrents plus significatifs, tels que Labeyrie ou Canards d'Auzan, sont actifs sur un nombre plus important de segments que les opérateurs précités, ils demeurent absents de plusieurs segments où la nouvelle entité est présente et leurs parts de marché sur la quasi-totalité des segments de marché demeurent, en tout état de cause, largement inférieures à celles de la nouvelle entité.

¹⁶³ Outre leurs activités en matière de MDD, les quatre principaux opérateurs représentent une part très significative des volumes de produits MDF commercialisés c'est-à-dire [90-100] % des tonnages de foies gras entiers commercialisés en GMS en MDF en 2024, [90-100] % des tonnages de foies gras sous forme de blocs et blocs morceaux MDF, [60-70] % des tonnages de magrets MDF, [90-100] % des tonnages de magrets fumés séchés MDF et [70-80] % des tonnages de confits MDF. Ces quatre opérateurs sont également fortement majoritaires en ce qui concerne la fourniture de MDD sur la quasi-totalité des segments de marché analysés.

◆ *Proximité concurrentielle entre les parties*

365. L'existence d'une proximité concurrentielle importante entre les produits commercialisés par les parties en GMS est accréditée par de nombreux éléments recueillis au cours de l'instruction.
366. Euralis et Maïsadour sont tous deux des acteurs verticalement intégrés le long de la filière (le seul élément différenciant étant l'intégration du maillon de l'accoupage par Maïsadour), actifs aussi bien dans le Sud-Ouest que dans le Grand Ouest, de tailles globalement équivalentes. Les parties constituent en outre les deux premiers acteurs de la filière du point de vue de l'accès à la matière première, grâce aux canards gras fournis par leurs producteurs (via leurs OP) et aux canards fournis par leurs OP partenaires à leurs abattoirs. Il ressort de l'examen de leurs documents internes que les parties identifient cette maîtrise de la filière, et les volumes importants de canards dont elles disposent, comme des avantages significatifs.
367. Leurs filiales Euralis Gastronomie et Delpeyrat commercialisent l'ensemble de la gamme des produits de canard gras, en MDD comme en MDF, par le biais de produits pouvant disposer de signe de qualité, et adressent la demande émanant de l'ensemble des enseignes. Cela est confirmé par les répondants au test de marché, qui soulignent au demeurant l'existence de similitudes importantes entre elles s'agissant de la qualité et des prix pratiqués, tant en MDF qu'en MDD.
368. En MDF, l'offre commerciale de chacune des parties est articulée autour d'une marque notoire principale (Delpeyrat pour Maïsadour, Montfort pour Euralis), représentant une majeure partie de leurs ventes, et de marques annexes (notamment Terres Paysannes pour Maïsadour, Bizac ou Diamant Noir pour Euralis). Les parties figurent, grâce à leurs marques, parmi les 4 principaux acteurs adressant la clientèle GMS en MDF et surveillent mutuellement leurs comportements par le biais de veilles concurrentielles.
369. La proximité concurrentielle et la concurrence que se livrent les parties pour la commercialisation de leurs produits MDF est confirmée par d'autres éléments. Par exemple, un document marketing interne de l'une des parties, effectuant une comparaison de notoriété entre les différentes marques de foies gras, place ainsi Delpeyrat comme deuxième marque notoire du secteur, derrière Labeyrie et juste devant Montfort. Cette notoriété légèrement supérieure confère à la marque Delpeyrat un aspect *premium*, lui permettant de se positionner en prix à des niveaux légèrement supérieurs à ceux de Montfort. Les veilles concurrentielles témoignent en outre de similitudes tenant à leur utilisation de la matière pour adresser les différents segments de marché. Le « mix produit »¹⁶⁴ des parties en matière de foies gras est ainsi perçu comme similaire selon une étude marketing de Maïsadour (mai 2024), ([confidentiel] % sur l'entier et ([confidentiel] % sur les blocs). Cela illustre que le fait que les parties adressent, sur les marchés du foie gras, les mêmes segments (à la différence, par exemple, d'un acteur comme Labeyrie, plus axé sur les blocs et blocs morceaux).
370. En MDD, les parties constituent, au regard de leur important accès à la matière première, deux des principales alternatives à disposition de la grande distribution pour la fourniture de ces produits. Leurs maîtrises respectives de l'amont leur offrent

¹⁶⁴ Le mix produit est une terminologie régulièrement rencontrée dans la filière. Elle a notamment trait à la répartition des ventes de foies gras entre l'entier et les blocs par un industriel.

notamment la capacité de se positionner sur les appels d'offres des GMS qui nécessitent aussi bien de fournir des volumes en quantité importante que des volumes plus qualitatifs mais en quantité limitée. Les parties ont communiqué une liste des principaux appels d'offres lancés par les GMS au cours des trois dernières années, illustrant qu'elles ont participé, ensemble, à la quasi-totalité d'entre eux (plus de 90 %), et qu'elles remportent les marchés, en partie ou en totalité, dans près de ([confidentiel] cas sur 10. Cela est confirmé par les réponses des GMS au test de marché, qui indiquent que les parties se rencontrent dans la quasi-totalité de leurs appels d'offres. [confidentiel]. Ces éléments confirment l'appréciation des enseignes et des concurrents consultés, qui les jugent incontournables pour la fourniture de certains produits MDD, notamment en foies gras.

371. S'agissant des prix pratiqués dans le cadre de la commercialisation de leurs produits de foie gras, les données récoltées auprès des enseignes GMS confirment que les parties présentent un positionnement prix relativement similaire, inférieur à celui de Labeyrie et Larnaudie¹⁶⁵, et constituent également à ce titre et de leur point de vue deux alternatives proches.
372. En matière de viandes, le niveau de prix des parties est également en-deçà de celui de Labeyrie et Larnaudie pour les magrets MDF, les magrets fumés séchés MDD et les confits¹⁶⁶.
373. Le constat global qui ressort de ces comparaisons de prix moyens rejoint celui effectué par les parties dans leurs documents internes. Selon Delpeyrat, Labeyrie est un acteur pratiquant historiquement des prix plutôt élevés, Larnaudie parvient à fortement valoriser ses produits, en dépit d'une notoriété de marque plus faible, tandis que Monfort est plutôt perçue comme la marque la moins chère du marché parmi ces quatre acteurs. Delpeyrat, qui a procédé à une forte amélioration de la valorisation de ses produits dans le contexte précité, présente des niveaux de prix intermédiaires entre Labeyrie / Larnaudie d'une part, et Montfort, d'autre part.
374. Il y a donc lieu de présumer, au regard de ces éléments, l'existence d'une forte proximité concurrentielle des parties s'agissant de la commercialisation de nombreux produits aux GMS.

♦ *Capacités des concurrents à répondre à une hausse des prix ou à la baisse de la qualité des produits*

375. La capacité des concurrents à réagir à la création de la nouvelle entité constitue un élément important de l'analyse des effets de l'opération. La taille des concurrents, leurs capacités de production disponibles ou susceptibles d'être développées, l'écart entre leurs parts de marché et celles de la nouvelle entité, la proximité concurrentielle entre les parties et leurs concurrents constituent des indices importants pour apprécier si les concurrents pourront absorber un report de la demande dans l'hypothèse où la nouvelle entité augmenterait ses prix (ou abaisserait la qualité de ses produits) ou si les concurrents pourront mettre sur le marché des quantités supérieures dans l'hypothèse où la nouvelle entité réduirait sa production.

¹⁶⁵ À l'exception des blocs et des blocs morceaux MDD.

¹⁶⁶ Ce constat n'est pas valable pour les magrets fumés séchés MDF, pour lesquels Delpeyrat dispose d'une part de marché déjà très importante préalablement à l'opération, et pour les magrets MDD. Il s'agit au demeurant des deux catégories de produits pour lesquelles les écarts de prix entre les parties sont les plus significatifs.

376. Cette capacité dépend en l'espèce essentiellement de la capacité des concurrents à accéder à la matière première (les canards gras) et des leviers dont ils disposent pour produire et offrir aux GMS, rapidement et sans surcoûts majeurs, des volumes supplémentaires afin d'absorber un report de leur demande pour les produits vendus sous MDF et MDD.
377. Les éléments de contexte rappelés *supra* montrent que la vaccination des canards gras a joué un rôle clé dans le retour de l'offre en 2024 et permet à la filière d'envisager l'avenir de manière plus sereine à l'égard du virus, tout en maintenant un niveau de vigilance important. La vaccination ayant permis d'endiguer la grippe aviaire, principale menace pesant sur les concurrents pour accéder à des capacités de production à moyen terme, elle constitue un paramètre majeur de l'analyse de la filière canard gras. Sur la base des éléments communiqués par les concurrents interrogés dans le cadre du test de marché, il apparaît ainsi que ces derniers ont globalement saturé les capacités de production des producteurs rattachés à leurs OP en 2024¹⁶⁷ dans le contexte du retour de l'offre.
378. L'augmentation des capacités disponibles résultant de la vaccination n'a toutefois pas résolu la question des déséquilibres observés entre les opérateurs s'agissant de leur accès à la matière première, et dans le niveau d'accès à celle-ci.
379. L'Autorité relève que l'accès à la matière première est facilité pour les concurrents disposant d'une intégration verticale à l'étape de la production et étant, à ce titre, adossés à des OP. La détention d'OP constitue un gage de sécurisation de l'approvisionnement, d'autant plus que les producteurs de ces OP sont en général liés par des clauses contractuelles d'apport de leur production à leur OP¹⁶⁸, qui les conduisent à ne travailler en général qu'avec une seule OP¹⁶⁹.
380. Les principaux concurrents des parties en GMS sont tous adossés à des OP : c'est ainsi le cas de Labeyrie (OP Lur Berri notamment), de Larnaudie (Canards d'Auzan), de Delmond (Terres du Sud) et de La Quercynoise (Natera)¹⁷⁰. En revanche, cet accès sécurisé à la matière première est plus compliqué pour plusieurs petits concurrents (des transformateurs, mais également de petits groupes qui ne parviennent pas à couvrir leurs besoins en matière par le biais de la seule OP à laquelle ils sont adossés). Leurs approvisionnements dépendent dès lors, totalement ou partiellement, d'achats réalisés auprès d'OP tierces, à l'image de Lartigue ou de Gers Distribution¹⁷¹. Certains concurrents, de plus petite taille, dépendent à cet égard d'achats en canards réalisés auprès des parties préalablement à l'opération et, plus généralement, de prestations fournies par celles-ci à différents niveaux de la chaîne de valeur.

¹⁶⁷ Les volumes de production des producteurs rattachés à leurs OP sont globalement équivalents à leurs capacités de production maximales.

¹⁶⁸ Ces clauses d'apport peuvent porter sur la totalité de leur production (comme c'est le cas pour les parties) ou sur une partie de celle-ci.

¹⁶⁹ Travailler avec plusieurs OP est particulièrement complexe pour un producteur, compte tenu des cahiers des charges susceptibles de varier d'une OP à l'autre. C'est donc une situation particulièrement rare.

¹⁷⁰ Plusieurs concurrents, de moindre taille cependant par rapport aux acteurs précités, sont également actifs en GMS et adossés à des OP, comme le groupe Lafitte.

¹⁷¹ Gers Distribution s'approvisionne toutefois majoritairement auprès de l'OP Vivadour qui est son actionnaire minoritaire.

381. La question du niveau d'accès rejoint celle de la taille des différents acteurs de la filière. Même dans le cas d'un accès sans contraintes à leurs capacités de production grâce à la vaccination, chacun des principaux concurrents, pris individuellement, présentera à l'issue de l'opération une taille significativement inférieure à celle de la nouvelle entité. Euralis et Maïsador sont en effet déjà préalablement à l'opération les deux principaux opérateurs du marché pour l'accès à la matière première. Sur la base des données recueillies par l'Autorité, Euralis et Maïsador ont acheté ensemble (aux producteurs liés à leurs OP ou par un contrat d'intégration) et abattu entre 3 et plus de 5 fois plus de canards gras que chacun de leurs principaux concurrents en 2024. Ainsi, les parties représentent environ [confidentiel] millions des achats et [confidentiel] millions des abattages de canards gras en 2024. La nouvelle entité représentera ainsi approximativement [30-40] % des canards abattus au total par les industriels de la filière, et plus de 50 % des canards gras abattus par les 6 premiers industriels de la filière¹⁷². A titre de comparaison, pour Labeyrie, qui sera à l'issue de l'opération le deuxième acteur de la filière en termes de volumes d'abattage, ses parts s'élèvent approximativement à [confidentiel] % et [confidentiel] % seulement.
382. Ce déséquilibre structurel dans l'accès à la matière première illustre le fait que les capacités de production des concurrents sont, en tout état de cause, limitées dans leur ampleur, qui plus est au regard des volumes opérés par les parties¹⁷³.
383. Au-delà de cet écart structurel, l'Autorité s'est également interrogée sur les leviers à disposition des concurrents pour s'adapter à une demande supplémentaire pour accroître leur offre dans des proportions au-delà de leurs capacités de production actuelles de produits issus de canard gras. Deux leviers principaux s'offrent aux concurrents : le développement de leurs capacités de production à l'amont, sous réserve de disposer de capacités de production pour transformer les canards abattus, ou la mobilisation de stocks dont ils disposent à l'aval.
384. Le premier levier de développement des capacités de production en amont, à l'étape de la production de canards gras, pourrait passer, **premièrement**, par la mise en place d'une quantité supérieure de canards au sein des bases de producteurs existantes, ce qui suppose l'existence de capacités de production inutilisées parmi ceux-ci. Si, dans l'ensemble, les industriels concurrents ont saturé les capacités de production de leurs producteurs en 2024, l'Autorité estime vraisemblable qu'il existera pour l'année 2026, des capacités de production inutilisées parmi les concurrents, compte tenu de la baisse anticipée par la filière du volume global d'abattage.
385. Ces capacités de réserve sont toutefois insuffisantes pour contrebalancer une éventuelle hausse des prix de la nouvelle entité à plus long terme pour plusieurs raisons.
386. En premier lieu, l'Autorité relève que la baisse de la demande ne saurait traduire à suffisance un désintérêt structurel et pérenne des consommateurs pour les produits de foies gras. Il ressort en effet des éléments recueillis que l'attachement des consommateurs aux produits de foies gras reste important. Les études du CIFOG

¹⁷² Les 6 premiers abatteurs de canards gras de la filière, à savoir Euralis, Delpeyrat, Labeyrie, Canards d'Auzan, Delmond et La Quercynoise, représentent à eux seuls plus de deux tiers des canards gras abattus en France en 2024.

¹⁷³ Il est difficile de réaliser un exercice fiable s'agissant de la viande de canard gras, dans la mesure où un canard fournit aussi bien de la matière en foie gras et en viande et que, s'agissant de la viande, l'orientation de la matière réalisée par les industriels entre les différents canaux et les différents segments est aléatoire.

montrent que 89 % des Français déclarent consommer du foie gras, et que 73 % d'entre eux considèrent ce produit comme un incontournable des fêtes de fin d'année, ces parts demeurant stables sur les dernières années. Dans le cadre de ses échanges avec les services d'instruction, le CIFOG a ainsi indiqué que : « *quand les produits sont présents en rayons, la consommation répond en général présente (en tous cas en GMS)* ». Dans leurs documents internes de 2024, les parties n'anticipaient d'ailleurs aucune baisse significative de la demande pour leurs produits. Dans ce contexte, l'Autorité ne peut exclure que la baisse de la demande soit liée pour partie au niveau des prix de commercialisation pratiqués, lesquels demeurent élevés par rapport à leurs niveaux d'avant crise.

387. En deuxième lieu, cette baisse du volume d'abattage en 2026 répond avant tout à une baisse de la demande observée pour les foies gras fin 2025, qui demeurent la principale raison pour laquelle les industriels mettent en production des canards gras. Plusieurs éléments du dossier soulignent toutefois que, s'agissant des marchés de la viande de canard, l'offre est inférieure à la demande.
388. En dernier lieu et surtout, ces capacités de réserve ne sont pas pérennes. En effet, le vieillissement des producteurs et leurs départs en retraite progressifs sont difficilement compensés par les OP via la reprise des exploitations et le recrutement de jeunes producteurs. On anticipe donc, à moyen terme, une diminution significative de ces capacités de réserve chez les concurrents.
389. En tout état de cause, compte tenu l'inertie de la production d'un canard gras qui s'étale sur plusieurs mois au cours de l'année, et au décalage observé avec le pic de consommation de ces produits (notamment du foie gras) en GMS qui intervient en fin d'année, ces capacités de réserve ne sont pas mobilisables rapidement par les concurrents, et une latence serait observée entre le moment où les potentiels effets de l'opération pourraient se manifester et l'éventuelle réaction des concurrents (qui n'interviendrait nécessairement qu'*a posteriori*, lors des négociations commerciales pour la saison suivante).
390. Le développement des capacités de production en amont pourrait passer, **deuxièmement**, par le recrutement de nouveaux producteurs de canards gras qui n'exerçaient pas cette activité. Toutefois, le nombre de producteurs actifs dans la filière est, compte tenu de la pyramide des âges et de la difficulté de recruter des nouveaux producteurs, déjà structurellement déclinant¹⁷⁴. La poursuite de ce déclin géographique dans les prochaines années a été largement soulignée par les répondants au test de marché, eu égard notamment au degré élevé de pénibilité de ces métiers.
391. Le recours au levier du recrutement n'est en tout état de cause pas compatible ni avec l'objectif d'augmentation rapide des capacités de production des concurrents à l'amont, ni avec celui d'une augmentation de celles-ci sans surcoûts majeurs : les éléments qui précèdent sont ainsi à mettre au regard des investissements nécessaires pour le lancement d'une exploitation de canards gras, de l'ordre de plusieurs centaines de milliers d'euros, ne pouvant être amortis *a minima* qu'en une dizaine d'années. En raison du niveau élevé de ces investissements, de nombreux groupes de la filière, dont les parties, proposent des aides à l'installation permettant d'alléger la charge pour le

¹⁷⁴ Sur les [confidentiel] producteurs liés aux parties ayant répondu à l'enquête de l'Autorité, seuls [0-20] % d'entre eux ont déclaré avoir démarré leur activité dans la filière depuis 2022. Ce constat est cohérent avec les déclarations des opérateurs recueillies au cours de l'instruction soulignant le vieillissement de la pyramide des âges des producteurs.

producteur, illustrant le caractère coûteux du recours à ce levier pour les concurrents. Au demeurant, une fois les investissements réalisés, il faut plusieurs mois pour que le volume de production atteigne son plein potentiel.

392. Le développement des capacités de production en amont pourrait passer, **troisièmement**, par la conquête par les concurrents des parties de producteurs déjà actifs au sein de la filière. Si un démarchage relativement important par les OP a été mis en évidence, l'Autorité relève toutefois que la mobilité des producteurs entre OP demeure particulièrement faible. Cela ressort notamment des données relatives aux départs et entrées observés au niveau des OP et des déclarations des concurrents recueillies. Le test de marché réalisé auprès des producteurs des OP des parties illustre également que [60-80 %] d'entre eux ont toujours été liés à la partie avec laquelle ils sont en relation dans le cadre de leurs activités dans la filière. Cette mobilité est en pratique freinée par plusieurs facteurs d'ordre contractuel (contrats souvent d'une durée allant jusqu'à 5 ans avec pénalités en cas de départ anticipé) et financiers (remboursement *au prorata temporis* des aides auprès des OP prêteuses¹⁷⁵ ou des parts sociales détenues par les agriculteurs lorsqu'ils sont coopérateurs notamment).
393. Les groupes coopératifs concurrents ne peuvent au demeurant pas s'engager dans une stratégie consistant à proposer, de manière ciblée, des prix, des conditions d'achat ou d'installation plus attractifs à un producteur donné pour l'inciter à rejoindre leur OP car le droit coopératif poursuit un principe de non-discrimination entre adhérents. S'ils venaient à proposer des conditions plus intéressantes pour un producteur donné, ils devraient donc l'appliquer à l'ensemble de leurs producteurs, ce qui s'avèrerait alors particulièrement coûteux pour eux.
394. Le second levier concerne la mobilisation des stocks des concurrents visant à l'accroissement de leur offre à l'aval. Le foie gras, en particulier, est un produit qui se stocke facilement¹⁷⁶, avec des délais de conservation longs (de l'ordre de plusieurs mois pour le mi-cuit voire de plusieurs années pour les conserves présentes aux rayons épicerie en GMS). Il est nécessaire, pour un industriel, de constituer un stock de produits afin de répondre aux demandes ponctuelles supplémentaires et d'éviter les ruptures. Ce stock peut être utilisé par les industriels dans les mois qui suivent, notamment par le biais de promotions puis pour adresser le second pic annuel de consommation du foie gras, les fêtes de Pâques.
395. Les stocks des principaux concurrents ont été réduits durant l'épisode de grippe aviaire et n'ont pu être reconstitués qu'à partir de 2024. La saison festive 2024 n'a pas, selon les éléments collectés au cours de l'instruction, résulté en un stock particulièrement important, contrairement à celle de 2025 où les commandes des GMS ont manifestement été en-deçà des prévisions des industriels. La mobilisation de stocks, à supposer qu'ils soient constitués principalement chez les concurrents et non les parties (ce qui n'est pas établi), ne constitue en tout état de cause qu'une réponse conjoncturelle et de court terme à d'éventuels reports de la demande des GMS. Les concurrents ont indiqué en tout état de cause avoir adapté leurs mises en élevage au regard du niveau de demande constaté en 2025 pour leurs produits.

¹⁷⁵ C'est-à-dire la différence entre le montant prêté par leur OP (sous forme d'aides notamment) et celui qu'ils ont déjà remboursé par le biais de l'apport de leurs productions.

¹⁷⁶ La question de la mobilisation des stocks est nécessairement sans objet en ce qui concerne les produits commercialisés sous forme crue, comme le magret, dans la mesure où les délais de conservation les concernant sont beaucoup plus courts.

396. Au regard de l'ensemble des éléments qui précèdent, l'Autorité considère que les capacités de réaction des concurrents à une hausse des prix seront globalement faibles à l'issue de l'opération, eu égard à leur moindre accès à la matière première par rapport aux parties et à leur capacité limitée à pouvoir développer, rapidement, sans surcoûts et dans des proportions significatives leur offre pour répondre à une hausse de prix de la nouvelle entité.

◆ *Incitations des concurrents à répondre à une hausse des prix*

397. De manière générale, l'Autorité rappelle que les concurrents qui bénéficieraient d'une hausse de la demande à laquelle ils font face du fait de la hausse des prix de la nouvelle entité et des reports de la demande qui s'en suivent, pourraient trouver eux-mêmes intérêt, même en l'absence de comportement coordonné, à procéder à leur tour à des hausses de prix et suivre ainsi, tout au moins partiellement, les hausses de prix de la nouvelle entité. Interrogés sur leurs réactions quant à une éventuelle modification des prix de commercialisation de la nouvelle entité, plusieurs concurrents ont souligné que la réalisation de l'opération affecterait nécessairement leurs propres prix et volumes en les conduisant notamment à s'aligner sur le comportement du *leader* nouvellement constitué. L'hypothèse d'une hausse généralisée des prix de commercialisation des produits de canard gras en GMS à l'issue de l'opération ne peut donc pas être écartée.
398. Par ailleurs, il n'est pas certain que les concurrents soient incités à réorienter leurs volumes de canards gras à partir des débouchés qu'ils adressent vers les segments les plus à même d'être affectés par une hausse des prix résultant de l'opération. Cela reviendrait en effet pour eux à abandonner des débouchés pérennes et potentiellement très profitables pour d'autres qui le sont moins en fonction des velléités de report de la demande des GMS.
399. Enfin, il convient de relever l'importance de l'articulation entre les dynamiques de l'amont et de l'aval de la filière. Un industriel de la filière envisageant d'augmenter sa production ne le fait que s'il s'estime pouvoir valoriser cette production supplémentaire dans sa globalité, c'est-à-dire si cette valorisation porte sur l'ensemble du canard. Il ressort en effet de l'instruction que la filière canards gras se caractérise par la nécessité pour un opérateur du secteur de valoriser l'ensemble des parties d'un canard, sauf à mettre à risque la rentabilité de sa production (équilibre matière). Eu égard à la nécessité qu'il a de respecter un équilibre matière dans ses ventes de foies gras et de viandes, un opérateur doit être en mesure d'identifier des débouchés pour l'ensemble des pièces des canards qu'il met en production. L'équilibre-matière qui s'impose aux concurrents constitue à ce titre un puissant frein aux incitations de ceux-ci à répondre à une hausse des prix en ce qu'il limite leurs incitations à augmenter leur production, dès lors qu'elle porte sur l'ensemble d'un canard, pour réaliser un gain de part de marché sur un segment donné seulement.

◆ *Concurrence potentielle et barrières à l'entrée*

400. Une stratégie de hausse des prix de la nouvelle entité a peu de chance d'être contrecarrée par l'entrée rapide de nouveaux acteurs sur les marchés de la commercialisation de produits de canard gras en GMS, susceptible d'animer la concurrence dans des proportions significatives.
401. L'une des conditions *sine qua non* à cette entrée est en effet la mise en place d'un modèle d'approvisionnement, qui pourrait se faire par le biais de partenariats commerciaux visant à l'achat de canards gras à des tiers ou via la contractualisation

avec les producteurs, et donc le développement d'un potentiel de production. La seconde option soulève, pour l'essentiel, les contraintes précédemment exposées relatives au développement des capacités de production. Quant à la première, elle est théoriquement envisageable, mais elle requiert de trouver un acteur structuré à l'amont disposé à fournir des canards gras dans des proportions considérables à un nouvel entrant. Or, les principaux acteurs de l'amont constituent déjà les principaux concurrents de la nouvelle entité à l'aval et utilisent les canards dont ils disposent pour leurs propres activités de commercialisation. Fournir en canards gras un nouvel entrant supposerait donc pour ces acteurs de se priver de leurs propres canards et de débouchés, ou de puiser dans leurs capacités de réserve, en vue de « sponsoriser » une nouvelle concurrence de leurs propres produits, ce qui n'apparaît pas crédible.

402. Les répondants au test de marché ont largement confirmé ce point. Dans un contexte où les principaux acteurs de la filière sont verticalement intégrés, un nouvel entrant pourrait en effet rencontrer des difficultés à identifier des éleveurs et gaveurs souhaitant l'approvisionner, à se sourcer en canetons et à accéder à des outils d'abattage. Ils indiquent d'ailleurs n'avoir constaté aucune entrée récente d'acteurs sur les marchés de la commercialisation, relevant qu'ils sont très concentrés et caractérisés par la présence des mêmes acteurs chaque année.
403. D'autres barrières, de nature économique, sont susceptibles d'entraver l'entrée d'un acteur nouveau, liées notamment à la détention d'outils de transformation et d'une marque susceptible d'éveiller l'intérêt des GMS et des consommateurs, à l'atteinte d'une taille critique permettant de répondre à une demande importante ou encore au respect de l'équilibre-matière qui s'impose aux industriels.
404. Il convient enfin de rappeler que la France est le premier pays producteur de canards gras dans le monde, ce qui limite les options d'approvisionnement, pour un nouvel entrant, à l'étranger. Au demeurant, l'instruction montre que les consommateurs sont particulièrement attachés à l'origine française des produits de canards gras.
405. Au regard de ces éléments, l'entrée d'un nouvel acteur à brève échéance apparaît peu probable. Il n'a d'ailleurs pas été mis en évidence d'entrée récente sur le marché.

◆ *Contre-pouvoir de la demande*

406. S'agissant plus spécifiquement de la grande distribution, les lignes directrices de l'Autorité précitées rappellent qu'il convient d'écarter tout postulat de l'existence d'un contre-pouvoir des distributeurs vis-à-vis de leurs fournisseurs, et qu'il doit être procédé à une analyse casuistique en deux étapes. Il est ainsi vérifié si les distributeurs disposent de sources d'alternatives d'approvisionnement et si le changement de fournisseur est aisé¹⁷⁷.
407. En l'espèce, il convient de s'interroger sur la possibilité que les distributeurs sanctionnent une éventuelle stratégie d'augmentation des prix de la nouvelle entité en reportant les volumes achetés chez les parties vers un ou plusieurs de leurs concurrents, rapidement, sans difficultés et sans surcoûts.
408. En premier lieu, les alternatives à disposition des GMS sont, de manière générale en nombre limité (cf. *supra*). Ces acteurs ne disposent pas, au demeurant, du même niveau d'accès à la matière première que les parties et leurs capacités et incitations à répondre à un report sont limitées. Or il ressort du test de marché que la volumétrie et la

¹⁷⁷ Lignes directrices précitées, paragraphe 662.

disponibilité-matière sont les principaux arguments mobilisés par les industriels pour peser dans les négociations et l'un des principaux facteurs pris en compte par les GMS pour sélectionner leurs fournisseurs. Il sera dès lors particulièrement difficile, pour une enseigne donnée, de remplacer la nouvelle entité dans son approvisionnement en produits de canards gras.

409. En deuxième lieu, l'une des sources principales du contre-pouvoir des GMS, consistant à limiter leur approvisionnement auprès des industriels en produits MDF pour privilégier les produits MDD, n'est pas vérifié en l'espèce. Les parties constituent les principaux fournisseurs potentiels de produits MDD eu égard aux volumes qu'elles maîtrisent, et sont incontournables, ce dont elles conviennent elles-mêmes. Les éléments de contexte rappelés *supra* illustrent que les enseignes n'ont, en 2024, malgré la fin du contexte de pénurie, pas été en mesure de rattraper en totalité les volumes MDD qui leur étaient fournis par les parties avant la grippe aviaire et que celles-ci ont abandonné pour prioriser leurs marques. [confidentiel]. La stabilisation des prix observée en 2024, malgré la hausse des volumes commercialisés, illustre de manière plus générale que ce contre-pouvoir était déjà limité préalablement à l'opération.
410. En dernier lieu, l'instruction a mis en évidence le caractère incontournable des produits de canards gras, notamment du foie gras et du magret, pour les distributeurs. Celui-ci a très largement été souligné dans le cadre du test de marché, tant par les clients que par les concurrents. Il s'agit notamment de produits « *emblématiques* » et il n'est « *pas envisageable* » de s'en priver. Le foie gras est à ce titre un des produits festifs les plus plébiscités par les consommateurs, de sorte que se priver du principal fournisseur et de ses marques en fin d'année pourrait se traduire par une perte de clientèle pour les distributeurs.
411. Au regard de ces éléments, le contre-pouvoir des GMS ne sera pas suffisant pour discipliner le comportement concurrentiel de la nouvelle entité.

412. Par conséquent, eu égard à l'ensemble des éléments qui précèdent, l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la commercialisation de produits de canards gras sur le canal GMS par le biais d'effets horizontaux. Toutefois, les parties ont présenté des engagements analysés en section IV de la présente décision afin de remédier à un tel risque.

Sur le canal RHF

413. Les parties sont simultanément actives sur ce canal, par le biais des marques Sarrade (Maïsador) et Rougié (Euralis).

Position des parties

414. Les parties ont fourni une estimation de leurs parts de marché sur le canal RHF pour l'année 2024, reproduite dans les tableaux en annexe 3. De nombreux segments de marché sont affectés, particulièrement concernant les produits de foie gras, et, pour les produits de viandes de canard, et certains segments des magrets et des confits.
415. Les parties considèrent que l'opération n'est toutefois pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la RHF, en indiquant notamment que leurs parts de marché n'excèdent 50 % que sur certains « sous-segments » de marché.
416. Elles indiquent que la nouvelle entité fera face à de nombreux concurrents puissants, tels que Labeyrie, mais également de plus petits acteurs (La Quercynoise, LDC, Delmond, Vivadour). Selon elles, le canal RHF est également caractérisé par des importations (Hongrie, Bulgarie) qui représenteraient plus de 20 % du marché RHF en France.
417. En outre, les parties estiment qu'il n'y a pas de barrières à l'entrée en RHF. A ce titre, la moindre volumétrie nécessaire pour approvisionner la RHF viendrait renforcer cet argument. Elles précisent que les acteurs de la RHF peuvent changer rapidement de fournisseurs, sans coûts, dès lors que les clients de la RHF ne sont pas attachés aux marques dans la mesure où ils ne communiquent pas dessus et que les consommateurs ne les connaissent pas. Les acteurs de la RHF seraient ainsi en mesure de changer de fournisseurs ou de déployer des stratégies d'approvisionnement multiples en cas de hausse tarifaire de l'un de leurs fournisseurs.
418. Enfin, les parties indiquent être en position de faiblesse dans les négociations avec les clients RHF, et mettent en avant la puissance d'achat des distributeurs nationaux et régionaux comme Metro, Relais d'Or, Pegase et Sysco.

Analyse de l'Autorité

419. L'Autorité développe ci-après les résultats de son analyse concernant les marchés de la commercialisation de produits et de coproduits de canards gras en RHF.

♦ Parts de marché des parties, structure concurrentielle et appréciation de la proximité concurrentielle entre les parties

420. La part de marché de la nouvelle entité estimée par les parties fait apparaître un chevauchement sur plusieurs marchés analysés, et des niveaux de parts de marché supérieurs à 25 % sur un certain nombre d'entre eux.
421. En matière de foies gras, la position de la nouvelle entité est renforcée à la marge en matière de foies gras crus (qui représente approximativement 80 % des tonnages de foies gras vendus en RHF). La part de marché de la nouvelle entité estimée par les parties est de l'ordre de [40-50] % (+[0-5] points) sur les foies gras crus standards notamment, et de [60-70] % sur le segment le plus étroit des foies gras crus surgelés standards (+[0-5] points). Le chevauchement est plus important en matière de blocs et blocs morceaux (deuxième format de vente des foies gras en RHF), la part de marché de la nouvelle entité étant de l'ordre de [40-50] % (+[10-20] points), de [50-60] %

(+[10-20] points) sur les blocs standards et de [50-60] % sur les blocs standards non surgelés (+[10-20] points).

422. En matière de viandes, la position de la nouvelle entité estimée par les parties est renforcée sur les différents segments de marché : sur les magrets ([40-50] % sur les magrets standards non-surgelés, +[10-20] points), sur les magrets fumés séchés ([70-80] % sur les magrets fumés séchés standards, +[30-40] points) et sur les confits ([40-50] % sur les confits standards, +[5-10] points).
423. Les données recueillies par le biais du test de marché concernant les achats de produits de canards gras effectués par les principaux grossistes adressant la clientèle professionnelle tendent à confirmer les niveaux de parts de marché estimés par les parties. Ces données témoignent notamment d'un renforcement marginal au niveau des foies gras crus et plus significatif en ce qui concerne les blocs et blocs morceaux, à l'instar de ce qui est observé par les parties. De même, les éléments recueillis lors du test de marché pour ce qui concerne la viande confirment des parts marché élevées de la nouvelle entité sur plusieurs segments.
424. L'Autorité remarque que les principaux intervenants en RHF, côté industriel, sont globalement les mêmes que ceux en GMS. Les marchés RHF nécessitent en effet, à l'instar des marchés GMS, d'être capable de fournir d'importants volumes pour occuper une position significative sur le marché. Parmi les principaux intervenants figurent les parties, mais aussi Labeyrie, Delmond, La Quercynoise, ainsi que LDC et Soulard, plus particulièrement actifs à destination de la RHF. Canards d'Auzan est en revanche un acteur marginal sur ce canal. Il existe de petits acteurs, ciblant principalement le marché RHF de manière opportuniste, car cela leur permet notamment d'écouler certains produits dans l'optique de préserver leur équilibre-matière. La demande en RHF est en effet beaucoup plus lissée que celle observée en GMS. De manière générale, le paysage concurrentiel en RHF est plus atomisé qu'en GMS.
425. Les enseignes RHF ont également souligné qu'elles avaient recours ponctuellement à des importations de produits surgelés, en complément des produits commercialisés par les acteurs de la filière française, afin de répondre à la demande émanant de certains clients restaurateurs très sensibles aux prix. Elles ont toutefois expliqué que leurs achats étaient principalement dirigés sur des produits d'origine française, car le critère de l'origine constitue un critère de plus en plus valorisé par les clients dans les restaurants.
426. A la différence des marchés GMS, où leurs activités sont en concurrence frontale, les parties présentent un positionnement différencié sur les marchés RHF. Euralis, via la marque Rougié, qualifiée d'incontournable par les opérateurs de la RHF interrogés lors du test de marché, fait figure de leader, ce qui a été très largement confirmé par le test de marché. Les répondants soulignent notamment qu'Euralis dispose de la gamme la plus importante à destination du canal RHF, d'une offre qualitative et de prix plutôt élevés en comparaison de ses concurrents, grâce notamment à la force de sa marque et à la forte valorisation de ses produits. En RHF, Maïsador est pour sa part actif principalement par le biais de la marque Sarrade qui présente un positionnement prix attractif, et activité plus orientée sur les produits de viandes et de foies gras transformés. La principale similitude évoquée par les clients des parties sur le canal RHF tient en réalité à leur intégration verticale et à la détention de volumes matières importants.

427. De manière générale, en dehors d'Euralis via Rougié, tous les autres industriels de la filière (dont Maïsadour) disposent, en RHF, de volumes d'activité beaucoup plus limités. Le chiffre d'affaires d'Euralis en matière de commercialisation de produits de canards gras en RHF est ainsi [confidentiel] supérieur à celui de son principal concurrent (La Quercynoise), et [confidentiel] supérieur à celui de ses autres concurrents. [confidentiel].

[confidentiel]

Figure 4 : Extrait d'un document interne de Maïsadour relatif au marché RHF (Source : parties)

428. L'opération se traduit donc essentiellement, en RHF, par une perte de l'une des alternatives à la marque incontournable Rougié pour les grossistes adressant la clientèle professionnelle. Cette perte n'est pas neutre pour cette clientèle, eu égard aux volumes que Maïsadour est susceptible de commercialiser sur ce marché [confidentiel]. Dans un document interne relatif à ses ambitions stratégiques d'ici à 2030, Maïsadour ambitionne [confidentiel]. L'opération résulterait donc en la perte d'un challenger important.

♦ *Capacités de réaction des concurrents et incitations de ces derniers à les mettre en œuvre*

429. L'Autorité considère que l'analyse des capacités de réaction des concurrents à une éventuelle hausse des prix de la nouvelle entité, et de leurs incitations à réagir à celle-ci, soulève les mêmes problématiques que celles relevées pour le canal GMS, en particulier s'agissant de l'accès à la matière première et à son utilisation par les industriels. Elle renvoie donc aux éléments présentés ci-dessus.

♦ *Concurrence potentielle et barrière à l'entrée*

Comme en GMS, les concurrents et grossistes interrogés ont indiqué qu'aucune entrée significative n'avait eu lieu dernièrement sur les marchés RHF, ce qui s'explique essentiellement par l'existence de barrières à l'entrée significatives.

♦ *Contre-pouvoir de la demande*

430. Le contre-pouvoir des clients de la RHF ne sera pas suffisant pour discipliner le comportement de la nouvelle entité. En effet, il n'existerait pas d'alternatives suffisamment crédibles au pouvoir de marché de la nouvelle entité sur les segments où sa part de marché est la plus élevée, compte tenu des limites aux reports possibles de la demande vers les concurrents. Ce contre-pouvoir est au demeurant limité par le caractère incontournable de la marque Rougié qui est déjà le leader du marché RHF et dont le pouvoir de marché serait renforcé à l'issue de l'opération. Les clients de la RHF ont en outre également souligné le caractère incontournable des produits de foies gras, de confits et de magrets dans leur assortiment, ces produits constituant des références incontournables de la gastronomie française aux yeux des restaurateurs.

431. Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché de la commercialisation de produits de canards gras sur le canal RHF par le biais d'effets horizontaux unilatéraux. Toutefois, les parties ont présenté des engagements analysés en section IV de la présente décision afin de remédier à un tel risque.

2. SUR LES MARCHES DE LA FILIERE VOLAILLE

432. Les parties interviennent de manière différente dans la filière volaille.
433. Maisadour est un opérateur intégré dans cette filière. Les volailles produites par ses adhérents coopérateurs et par les adhérents non-coopérateurs de Canadour, sont très majoritairement des volailles sous signe de qualité, collectées et abattues au sein des abattoirs de ses filiales (Fermiers du Gers, Fermiers du Périgord et Les Fermiers Landais)¹⁷⁸. Ces abattoirs s'approvisionnent également en volailles auprès d'OP tierces ([confidentiel], [confidentiel] et Euralis notamment). Ils ont abattu pour compte propre un total de [confidentiel] millions de volailles en 2024. Les produits issus des volailles abattues sont ensuite commercialisés auprès des clients, par exemple les enseignes GMS, par le biais notamment de la société-mère des sociétés susmentionnées, Fermiers du Sud-Ouest.
434. Les volailles collectées et abattues pour compte propre par les 4 abattoirs de Maisadour¹⁷⁹ sont très majoritairement des poulets¹⁸⁰, aussi bien sous signe de qualité ([50-60] %) que standards ([40-50] %). L'abattage de poulets sous signe de qualité est concentré sur les abattoirs [confidentiel]. L'abattoir de [confidentiel], qui est le plus grand¹⁸¹, est pour sa part dédié à l'abattage de poulets standards.
435. Euralis n'intervient pour sa part qu'au stade de la production de volailles¹⁸². En 2024, environ [confidentiel] millions de poulets ont été achetées par la coopérative Euralis à ses producteurs adhérents coopérateurs, uniquement sous label. Ces poulets sont ensuite cédés aux sociétés détentrices d'abattoirs de volailles dans le Sud-Ouest, parmi lesquelles les sociétés contrôlées par Maisadour ou [confidentiel]. Les poulets fournis par Euralis aux filiales de Maisadour sont abattus sur les sites de [confidentiel].
436. Le seul chevauchement caractérisé dans la présente opération concerne le premier niveau des marchés de la collecte de volailles en vue de l'abattage. Les parties achètent en effet toutes deux, par le biais de leurs OP, des volailles, et plus précisément des poulets sous signe de qualité, aux éleveurs du Sud-Ouest.

¹⁷⁸ Fermiers du Gers exploite les abattoirs de Condom et Saramon (Gers). Fermiers du Périgord exploite l'abattoir de Terrasson (Dordogne). Les Fermiers Landais exploite l'abattoir de Saint-Sever (Landes).

¹⁷⁹ Les parties ont précisé que l'un de ces abattoirs, en l'occurrence celui de Pontonx sur l'Adour (Landes), a été fermé en avril 2024.

¹⁸⁰ Les poulets représentent en 2024 [90-100] % des abattages réalisés pour compte propre par ces 5 abattoirs, cette part variant entre [90-100] % et [90-100] % selon l'abattoir considéré.

¹⁸¹ Plus de [confidentiel] millions de poulets standards ont été abattus à Condom (Gers) par Fermiers du Gers, soit [30-40] % des volumes d'abattage de poulets pour compte propre de Maisadour.

¹⁸² Selon les données transmises par les parties, une part infime ([0-5] %) des volailles achetées par la coopérative Euralis en 2024 à ses éleveurs adhérents coopérateurs a porté sur des dindes.

437. Les parties ont fourni une estimation de la part à l'achat de Maïsadour dans les zones centrées autour des abattoirs de Saint-Sever (Landes) et de Saramon (Gers) :
- dans la zone centrée autour de l'abattoir de Saint-Sever, celle-ci est comprise entre [50-60] % et [60-70] % selon la dimension géographique des marchés retenue¹⁸³ ;
 - dans la zone centrée autour de l'abattoir de Saramon, celle-ci est comprise entre [50-60] % et [60-70] % selon la dimension géographique des marchés retenue.
438. Des cartes fournies par les parties montrent que des zones isochrones de 2 à 3 heures autour de ces deux abattoirs recouvrent principalement les départements de l'Ariège, de la Gironde, du Gers, de la Haute-Garonne, des Hautes-Pyrénées, des Landes, du Lot, du Lot-et-Garonne, des Pyrénées-Atlantiques, du Tarn et du Tarn-et-Garonne, situés dans les régions Nouvelle-Aquitaine et d'Occitanie.
439. Dans plusieurs de ces départements, les activités des OP des parties, sur le premier niveau d'analyse, se chevauchent notamment dans le Gers, les Hautes-Pyrénées, les Landes, le Lot-et-Garonne et les Pyrénées-Atlantiques.
440. Les deux cartes ci-après illustrent ce chevauchement :

[confidentiel]

Figure 5 : Répartition par commune des volumes de poulets sous signe de qualité fournis par les producteurs associés coopérateurs d'Euralis (à gauche) et par les producteurs associés coopérateurs de Maïsadour ou adhérents non-coopérateurs de Coqadour (à droite) dans le Sud-Ouest, en 2024 – source : parties, à la demande des services d'instruction

441. Les parts à l'achat des OP des parties, en volumes d'achats de poulets sous signe de qualité, sont supérieures à 25 % dans trois d'entre eux, à savoir les Hautes-Pyrénées, les Landes et les Pyrénées-Atlantiques¹⁸⁴ :

Département	Taille du marché (milliers de poulets sous signe de qualité) ¹⁸⁵	Part à l'achat Maïsadour (y compris Canadour)	Part à l'achat Euralis	Part à l'achat Nouvelle entité
Hautes-Pyrénées	[...]	[0-5] %	[30-40] %	[30-40] %
Landes	[...]	[30-40] %	[0-5] %	[40-50] %
Pyrénées-Atlantiques	[...]	[10-20] %	[10-20] %	[30-40] %

Tableau 2 : Part de marché des parties sur le marché de la collecte de poulets (source : parties)

¹⁸³ Zones de 2 à 3h de route autour de l'abattoir considéré.

¹⁸⁴ Ces parts à l'achat sont de [10-20] % dans le Lot-et-Garonne, [20-30] % dans le Gers et [20-30] % en Dordogne.

¹⁸⁵ Les tailles de marché sont issues d'estimations des parties réalisées à partir de données de l'Agreste et du recensement agricole de 2020.

442. Les parts de marché cumulées des parties sont supérieures à 25 % sur les marchés amont de la collecte de volailles en vue de l'abattage dans les départements des Hautes-Pyrénées, des Landes et des Pyrénées-Atlantiques.
443. Malgré ce niveau des parts de marché, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux peut être écarté sur ces marchés
444. En premier lieu, l'Autorité relève, comme le suggèrent les parties, que dans le Sud-Ouest, Euralis et Maïsadour collectent des poulets sous signe de qualité principalement auprès de leurs adhérents-coopérateurs via leurs coopératives, ce qui limite leur incitation à faire usage de leur puissance d'achat vis-à-vis de ces producteurs.
445. En deuxième lieu, il existe des alternatives crédibles dans les trois départements concernés, vers lesquelles les producteurs (coopérateurs ou non) pourraient se reporter si la nouvelle entité venait à dégrader leurs prix de reprise. On peut notamment citer Lur Berri, Vivadour et surtout Volailles d'Albret. Vivadour, [confidentiel], dispose également de débouchés d'abattage après sa fusion avec Terres du Sud. Volailles d'Albret est une OP qui constitue le principal fournisseur de poulets sous signe de qualité de LDC.
446. En troisième lieu, les incitations des parties à dégrader les conditions d'achat proposées aux éleveurs à l'issue de l'opération ne sont pas établies, dans la mesure où cette dégradation induirait des départs, et donc une perte de poulets, pouvant se répercuter sur l'ensemble des maillons en aval (abattoirs et usines de transformation), et donc une moindre capacité, pour la nouvelle entité, à adresser des débouchés importants pour elle.
447. 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 collecte de volailles en vue de l'abattage dans le Sud-Ouest.

3. SUR LES MARCHES DES COP

448. Les activités des parties se chevauchent principalement sur le marché de la collecte de COP¹⁸⁶.

a) Marchés amont de la collecte de COP

449. A titre liminaire, les parties considèrent que leurs parts de marché doivent tenir compte tant de la collecte des organismes collecteurs que du stockage à la ferme. En effet, selon elles, le critère juridique d'un référencement par FranceAgriMer ne correspondrait pas nécessairement à la réalité logistique et opérationnelle d'un collecteur de COP, de telle sorte que la présence d'un opérateur sur la liste FranceAgriMer n'implique pas nécessairement qu'il exploite un site de collecte/séchage de COP. A contrario, des exploitants de points de collecte sont absents de la liste des collecteurs actifs de FranceAgriMer, écartant de fait des concurrents importants des parties. Dès lors, ces dernières estiment que la seule prise

¹⁸⁶ Les parts de marché cumulées des parties sur le marché des silos portuaires sont inférieures à 10 %, en capacité de stockage, que ce soit au niveau national ou infra national. Ce marché ne sera donc pas analysé au titre des effets horizontaux mais sera analysé au titre des effets verticaux (voir section III. B.4).

en compte des volumes collectés par des organismes collecteurs référencés par de FranceAgriMer, sans prendre en compte le départ champs et le stockage à la ferme, conduit à surévaluer les parts de marché des parties.

450. L'Autorité considère toutefois que seuls les volumes collectés par des organismes collecteurs référencés par FranceAgriMer peuvent être pris en compte dans le calcul des parts de marché, ce qui a pour effet d'exclure les volumes stockés à la ferme, les CUMA, (sauf si l'exploitation ou la CUMA est référencée organisme collecteur par FranceAgriMer), et la pratique du départ champ¹⁸⁷.
451. À cet égard, l'Autorité confirme l'existence des pratiques de stockage à la ferme et du départ champ dans le Sud-Ouest notamment, en s'appuyant notamment sur le test de marché. Cette circonstance ne suffit toutefois pas à les considérer pour le calcul des parts de marché.
452. L'Autorité relève en effet que les principaux groupes de collectes présents dans le Sud-Ouest, coopératifs ou négociants, sont référencés auprès de FranceAgriMer, conformément à la réglementation applicable dès lors que tout grain produit en France doit transiter par un organisme collecteur, c'est-à-dire faire l'objet d'un transfert de propriété à ce dernier, avant d'être commercialisé. Or, les volumes du stockage à la ferme ne font l'objet d'aucun transfert de propriété ; ils sont généralement, dans le cas du maïs dans le Sud-Ouest, séchés¹⁸⁸ puis stockés sur place (ou dans une CUMA), dans l'optique d'une revente ultérieure permettant au producteur de maximiser son profit en tenant par exemple compte des cours mondiaux des céréales. Ces volumes sont dès lors comptabilisés lorsqu'ils font l'objet d'un transfert de propriété à un organisme collecteur.
453. Dès lors, l'analyse concurrentielle sera menée, sur les marchés de la collecte de COP, sur la base des volumes des organismes de collecte référencés par FranceAgriMer.
454. Pour mémoire, les activités des parties se chevauchent sur le marché de la collecte de COP, sur lequel elles sont actives :
- auprès de leurs adhérents (Euralis Coop et SCA Maïsadour), qui représentent, pour la campagne 2024/2025, respectivement [60-70] % et [50-60] % des collectes de COP conventionnelles d'Euralis et de Maïsadour ainsi que
 - en tant que négoce (Euralis Négoce et Agralia, pour Maïsadour) auprès de producteurs indépendants ou rattachés à d'autres organismes.
455. La localisation des infrastructures de collecte des parties est indiquée sur la carte ci-après.

[confidentiel]

Figure 6 : Implantation des points de collecte des parties – (source : parties)

456. Il en ressort que les parties exploitent des infrastructures de collecte dans les départements de la Dordogne, la Gironde, le Gers, la Haute-Garonne, les Hautes-

¹⁸⁷ La pratique du départ champ est un mode de collecte dans lequel l'organisme collecteur se rend sur l'exploitation pour collecter la production au moyen de camions et de transbordeurs. Voir, ci-dessus, paragraphe 166.

¹⁸⁸ Dès lors, prendre ces volumes en compte reviendrait à analyser un marché du séchage/stockage de COP, et non le marché de la collecte, qui est basé sur le transfert de propriété.

Pyrénées, les Landes, le Lot-et-Garonne et les Pyrénées-Atlantiques¹⁸⁹. La carte ci-après illustre les zones de chevauchements des activités des parties.

457. Les parts de marché cumulées des parties au niveau départemental en volumes collectés lors de la campagne de récolte 2024/2025 sont inférieures à 25 % et l'incrément de parts de marché est inférieur à 2 points dans la majorité des départements concernés par un chevauchement d'activité, à l'exception des Landes et des Pyrénées-Atlantiques, ces deux départements représentant l'essentiel des volumes de COP collectés par les parties. Dans ces deux départements, la part de marché cumulée de la nouvelle entité est de [40-50] % avec un incrément de [5-10] points pour les Landes et de [30-40] % avec un incrément de [10-20] points dans les Pyrénées-Atlantiques¹⁹⁰.
458. Dans ces deux départements, l'analyse de l'Autorité est conduite de la même manière, en considérant les effets potentiels de l'opération dans des zones définies par un rayon de 15 kilomètres à partir des points de collecte des parties (silos et plateformes). En outre, en raison de la continuité de l'implantation et du maillage dense des points de collecte des parties (voir la carte ci-dessus), l'analyse a également porté sur certains points de collecte situés dans le département limitrophe du Gers.

Analyse des zones

459. L'Autorité rappelle à titre liminaire que l'analyse des marchés locaux amont de la collecte de COP vise à apprécier l'existence d'alternatives pour le producteur, à l'issue de l'opération.
460. Elle a analysé un total de 101 zones, correspondant à autant de points de collecte exploités par les parties ([confidentiel] par Euralis, [confidentiel] par Maisadour) : [50-60] dans les Landes, [40-50] dans les Pyrénées-Atlantiques et [5-10] dans le Gers.
461. Sur ces 101 zones, 20 ne font l'objet d'aucun chevauchement des points de collecte des parties. L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence dans ces zones. L'étude des niveaux de parts de marché en volume (et non en capacité de stockage) dans ces zones le confirme : l'opération donnant lieu à des incréments de parts de marché en volume nuls ou faibles dans ces zones.
462. En outre, tout risque d'atteinte à la concurrence peut être écarté dans 28 zones. En effet, dans chacune de ces zones, la part de marché cumulée des parties est systématiquement inférieure à 50 % sur les trois dernières campagnes de récolte et au moins 3 groupes concurrents constituant des alternatives suffisantes et crédibles à la nouvelle entité sont présents dans chacune de ces zones.
463. Dans 50 zones (voir le tableau en annexe 5) toutefois, l'Autorité a considéré que l'opération était susceptible de porter atteinte à la concurrence, dans la mesure où :
- la part de marché cumulée des parties est supérieure à 50 % au moins une fois lors des trois dernières campagnes¹⁹¹ de récolte, sans qu'on relève une concurrence suffisante pour remettre en cause le pouvoir de marché de la

¹⁸⁹ En dehors du Sud-Ouest, les parties sont également présentes, de manière très marginale, dans le département de l'Aube.

¹⁹⁰ Voir, pour le détail, le tableau reproduit en annexe 4.

¹⁹¹ L'Autorité relève que des points de collectes utilisés en 2021/2022 ne l'ont pas été depuis, ce qui permet de les considérer comme inactives sur le marché.

nouvelle entité (présence insuffisante de concurrents susceptibles de constituer une alternative crédible) ; ou

- la part de marché de la nouvelle entité est inférieure à 50 %, mais l'opération conduit à la création d'un duopole ou d'un quasi-duopole¹⁹².

464. Dans ces zones, l'opération aboutit à la perte d'une alternative importante pour les producteurs qui pouvaient arbitrer entre l'une ou l'autre des parties pour la vente des COP. Or les producteurs doivent pouvoir faire jouer la concurrence entre les organismes collecteurs (dans la limite des clauses d'apport dont le niveau est plus ou moins élevé pour les producteurs adhérents à une coopérative¹⁹³) pour maximiser le prix de reprises de leurs grains. Cette perte d'alternative est en outre particulièrement préjudiciable aux producteurs non coopérateurs qui fournissent les parties¹⁹⁴, lesquels ne se voient pas appliqués les principes de transparence et de non-discrimination dans la fixation des prix et des conditions commerciales dont bénéficient les producteurs coopérateurs.
465. Le prix de reprise constitue, avec la proximité des sites de collecte, les deux principaux facteurs pris en compte par les producteurs au moment de céder leur production. Dans ces circonstances, l'existence d'un maillage particulièrement dense de la nouvelle entité sans concurrence suffisante ou le passage de trois opérateurs à deux est de nature à restreindre les choix offerts aux producteurs dans 50 zones.

Position des parties

466. Les parties estiment que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence dans aucune des zones identifiées par l'Autorité.
467. Elles ont tout d'abord relativisé leur part de marché cumulée¹⁹⁵, estimant que la nouvelle entité fera face, dans chaque zone, à une concurrence significative, pouvant représenter 50 % de parts de marché en volume. Dans le même sens, les parties indiquent faire face à de nombreux concurrents « puissants » dans les départements concernés, que ce soient des acteurs coopératifs ou des négociants¹⁹⁶.
468. En outre, elles considèrent que la pratique du départ champ est de nature à diminuer leurs parts de marché¹⁹⁷. Elles pointent en outre la possibilité pour les producteurs de construire leur propre point de collecte (pratique du stockage à la ferme), seuls ou de manière mutualisée (via une CUMA).

¹⁹² Par l'expression « quasi-duopole », l'Autorité désigne un marché sur lequel, avec la nouvelle entité, un ou deux concurrents constituent des alternatives, mais limitées par un seul point de collecte, souvent une plateforme.

¹⁹³ L'obligation d'apport en COP est de [confidentiel] % pour les adhérents Maïsadour et de [confidentiel] % pour les adhérents Euralis.

¹⁹⁴ Les volumes collectés par les parties auprès des producteurs non associés sont significatifs, de l'ordre de [confidentiel] % pour Euralis et de [confidentiel] % pour Maïsadour au cours de la saison 2023/2024.

¹⁹⁵ Les parties considèrent par ailleurs qu'elles doivent être minorées dès lors que l'Autorité ne retient que les organismes collecteurs référencés par FranceAgriMer.

¹⁹⁶ Les parties estiment en outre qu'il convient de prendre en compte les concurrents présents dans les départements limitrophes, qui exercent une pression concurrentielle.

¹⁹⁷ Sur ce point, si l'Autorité ne remet pas en cause la réalité de cette pratique, celle-ci reste en tout état de cause minoritaire voire marginale.

469. Par ailleurs, selon les parties, il n'existe pas de barrières à l'entrée sur ce marché : des concurrents peuvent constituer un contrepoids à la nouvelle entité dans chaque zone en rapatriant les récoltes vers leurs silos ou plateforme de collecte de manière aisée. D'ailleurs, selon les parties, les producteurs de COP peuvent changer d'opérateur de collecte sans supporter de surcoûts majeurs. Elles rappellent à cet effet que les agriculteurs demeurent libres de livrer leurs COP où ils le souhaitent, modulo l'existence de clauses d'apports.
470. Enfin, les parties mettent en avant le fait que le marché des COP est surcapacitaire. Les concurrents des parties seraient ainsi en mesure d'accueillir les volumes des agriculteurs si la nouvelle entité venait à détériorer ses conditions de reprise des grains.
471. Pour chaque zone identifiée par l'Autorité comme étant potentiellement problématique d'un point de vue concurrentiel, les parties ont produit une analyse concurrentielle. Ces analyses tendaient, par l'utilisation de données d'empreintes réelles, à élargir les zones d'analyses fixées à 15 kilomètres durant l'instruction, ainsi qu'à prendre en compte des points de collecte situés en bordure de zone ou des spécificités topographiques.

Analyse de l'Autorité

◆ Concernant la structure de la concurrence

472. Les parties disposent d'un maillage territorial particulièrement dense, tant en plateformes de collecte qu'en silos dans le Sud-Ouest, et plus particulièrement encore dans les départements des Landes et des Pyrénées Atlantiques. L'Autorité relève à cet égard que ces deux départements constituent le cœur du dispositif de collecte des parties, puisqu'ils représentent près de [80-90] % des volumes collectés par Maisadour et [60-70%] des volumes collectés par Euralis.
473. Les parties constituent, avant l'opération, deux des principaux acteurs de la collecte de COP dans le Sud-Ouest. D'autres acteurs coopératifs de taille significative comme Auraïa et Lur Berri sont également actifs sur le marché de la collecte dans le Sud-Ouest et constituent, dans certaines zones, des alternatives crédibles aux parties. Par ailleurs, sur le bassin d'activité des parties, des négociants de taille significative ou moyenne sont également présents, tels que Casaus, Approvert Bergeret, Lacadée, les Silos de l'Adour ou encore Lesplene. L'Autorité a pris en compte ces opérateurs dans le cadre de son analyse locale centrée sur chaque point de collecte des parties.

◆ Concernant les barrières à l'entrée ou à l'expansion

474. Contrairement à ce qu'indiquent les parties, d'importantes barrières à l'entrée ou à l'expansion dans les marchés de la collecte de COP existent. Les concurrents ont notamment indiqué être contraints dans le développement de leur activité dans le Sud-Ouest. Ces barrières peuvent tout d'abord être géographiques. Il est en effet, pour un organisme collecteur, très difficile de développer son activité dans une zone où il ne dispose pas d'infrastructure de collecte, ce qui illustre l'importance d'un maillage dense et étendu du territoire par les points de collecte, l'éloignement géographique des infrastructures constituant un frein important en raison des coûts de transports

afférents. Les concurrents citent en outre des barrières économiques, qui tiennent tant à l'accès au foncier qu'aux pratiques tarifaires d'opérateurs déjà implantés, ou encore aux investissements nécessaires, allant ainsi de plusieurs centaines de milliers d'euros pour une plateforme à plusieurs millions d'euros pour un silo/séchoir.

475. Ces constats limitent en outre la pression concurrentielle qu'exerceraient les producteurs eux-mêmes sur la nouvelle entité à travers la construction d'infrastructures de stockage, dès lors que celle-ci nécessite un lourd investissement. En tout état de cause, pour les raisons expliquées plus haut, pour constituer une alternative réelle aux services proposés par les parties, les producteurs doivent obtenir le statut d'organisme collecteur, subordonné au respect d'une réglementation stricte¹⁹⁸.
476. Par ailleurs, les producteurs liés aux parties préalablement à l'opération étaient contraints par des clauses d'apport, représentant [50-60] % des volumes pour Maïsador et [70-80] % pour Euralis, ce qui limite automatiquement leur capacité à livrer leur production à des tiers.
477. Enfin, le maillage très développé des points de collecte des parties sur les zones concernées rend peu crédible la faculté des producteurs à changer facilement de collecteur dès lors que, comme le rappellent par ailleurs les parties, la proximité d'un point de collecte constitue le principal critère de choix.

◆ Concernant les analyses locales effectuées par les parties

478. L'Autorité relève tout d'abord que les empreintes réelles fournies par les parties étaient contestables d'un point de vue méthodologique, raison pour laquelle elles n'ont pas été retenues¹⁹⁹. En outre, la prise en compte des bordures des zones dans les analyses des parties ne concernait que l'inclusion des sites concurrents, et non des sites des parties, pourtant très régulièrement présents dans les bordures de zone, de sorte que cet argument peut être écarté. Enfin, les spécificités topographiques identifiées par les parties n'ont pas été jugées suffisamment convaincantes pour modifier l'analyse.
479. L'Autorité considère que l'opération est susceptible de diminuer fortement, dans 50 zones, les alternatives à disposition des producteurs, pouvant se traduire notamment par une dégradation des conditions d'achat de leurs grains.
480. Par conséquent, l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence sur 50 marchés locaux de la collecte de COP par le biais d'effets horizontaux. Toutefois, les parties ont présenté des engagements analysés en section IV de la présente décision afin de remédier à un tel risque.

4. SUR LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS D'AGROFOURNITURE

481. Sur les marchés de la distribution d'agrofournitures, les activités de parties se chevauchent principalement dans les départements de la Gironde, des Landes et des Pyrénées-Atlantiques, pour les produits destinés à la culture des terres (polyculture, maraîchage, viticulture).

¹⁹⁸ Les concurrents interrogés ont, à ce sujet, indiqué que le cadre réglementaire strict attaché au statut d'organisme collecteur constituait également une barrière à l'entrée sur le marché de la collecte de COP.

¹⁹⁹ L'Autorité relève à cet égard que les parties n'ont présenté des analyses basées sur l'empreintes réelles que pour certaines zones.

482. Les parts de marché en valeur pour l'année 2024 des parties sont les suivantes²⁰⁰ :

Marchés des produits destinés à la polyculture

Produits destinés à la polyculture	Zone	Euralis	Maïsadour	Nouvelle entité
Engrais	Gironde	[10-20] %	[20-30] %	[40-50] %
	Landes	[10-20] %	[40-50] %	[50-60] %
	Pyrénées-Atlantiques	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
Semences				
<i>Biologiques</i>	Gironde	[0-5] %	[10-20] %	[10-20] %
	Landes	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
	Pyrénées-Atlantiques	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
<i>Non-biologiques</i>	Gironde	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
	Landes	[10-20] %	[30-40] %	[40-50] %
	Pyrénées-Atlantiques	[30-40] %	[5-10] %	[40-50] %
Amendements	Gironde	[0-5] %	[10-20] %	[10-20] %
	Landes	[10-20] %	[50-60] %	[60-70] %
	Pyrénées-Atlantiques	[10-20] %	[5-10] %	[20-30] %
Phytoprotecteurs	Gironde	[10-20] %	[10-20] %	[30-40] %
	Landes	[10-20] %	[30-40] %	[40-50] %
	Pyrénées-Atlantiques	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %

Tableau 3 : Parts de marché départementales des parties pour les produits destinés à la polyculture, pour l'année 2024 (source : parties)

Marchés des produits destinés au maraîchage

²⁰⁰ L'analyse des parts de marchés cumulées des parties pour les produits destinés à la viticulture ne sera pas détaillée. En effet, celles-ci sont inférieures à 25 %, à l'exception du segment des phytoprotecteurs pour la viticulture, mais pour lequel les activités des parties ne se chevauchent pas.

Produits destinés au maraîchage	Zone ²⁰¹	Euralis	Maïsadour	Nouvelle entité
Global	Landes	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
	Pyrénées-Atlantiques	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %
Semences <i>Non biologiques</i>				
	Landes	[5-10] %	[20-30] %	[20-30] %
	Pyrénées-Atlantiques	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %
Amendements	Landes	[5-10] %	[20-30] %	[30-40] %
	Pyrénées-Atlantiques	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %
Phytoprotecteurs	Landes	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %
	Pyrénées-Atlantiques	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %

Tableau 4 : Parts de marché départementales des parties pour les produits destinés au maraîchage, pour l'année 2024 (source : parties)

483. Les parts de marché cumulées des parties sont supérieures à 25 %, avec un incrément supérieur à deux points, sur la quasi-totalité des marchés concernés²⁰².
484. Même si les parts de marché des parties sont systématiquement inférieures à 50 %, à l'exception des amendements et des engrais destinés à la polyculture dans le département des Landes, la nouvelle entité deviendrait l'opérateur le plus important sur ces marchés.
485. Il existe plusieurs opérateurs concurrents actifs sur ces marchés dans les départements concernés – le plus souvent les organismes collecteurs identifiés comme étant des concurrents des parties sur les marchés de la collecte de COP, tels que Aurià, Lur Berri, Casaus ou encore Lacadée. Les parties n'ont toutefois pas été en mesure d'estimer les parts de marché de leurs concurrents sur chacun des segments concernés, mais il apparaît que ces concurrents sont, en tout état de cause, d'une taille très inférieure à celle de la nouvelle entité. L'Autorité relève à cet égard que leurs parts de marché individuelles n'excèderaient que très rarement 15 % et seraient pour la plupart inférieures à 10 %, voire 5 %²⁰³. La nouvelle entité deviendrait donc le leader de ces marchés et ferait face à une concurrence particulièrement atomisée.
486. L'opération, en raison de la forte similitude entre les offres des parties sur ce marché, qui peut s'expliquer par le fait qu'elles ont recours à la même centrale d'achat selon plusieurs concurrents, prive ainsi les clients d'une alternative importante. Cela pourrait avoir pour effet, selon des concurrents interrogés dans le cadre du test de marché, d'impacter leur accès à certaines références tout en permettant à la nouvelle entité de

²⁰¹ Les parts de marché cumulées des parties en Gironde sont, sur les segments de marchés des produits destinés au maraîchage, systématiquement inférieures à 25 %.

²⁰² A l'exception, en Gironde, des semences biologiques pour les produits destinés à la polyculture et des amendements destinés à la polyculture.

²⁰³ Les parts de marché ainsi indiquées pour les concurrents concernent donc les marchés de la distribution de produits d'agrofourniture pris globalement.

sécuriser ses approvisionnements en période de tension. De plus, la crédibilité de la position importante de la nouvelle entité sur les marchés de la distribution de produits d'agrofourniture en comparaison de ses concurrents est renforcée par la position très significative des parties sur les marchés de la collecte de COP, présentée ci-dessus. En effet, compte tenu du fonctionnement général du secteur de la distribution de produits d'agrofourniture et des modalités contractuelles appliquées en l'espèce, l'Autorité relève que les parts de marché de la nouvelle entité sur ces marchés dépendent, pour une large part, de sa position dans le secteur de la collecte de COP.

487. En effet, il apparaît que ces deux marchés sont étroitement liés. Les organismes collecteurs à qui les agriculteurs vendent leurs productions de COP sont en effet également distributeurs de produits d'agrofourniture²⁰⁴. Dans ce contexte, il est courant que le producteur vende sa récolte de COP à l'organisme collecteur auprès duquel il s'est préalablement fourni en produits d'agrofourniture pour tout ou partie de ses besoins, ainsi que l'a d'ailleurs confirmé une majorité de répondants au test de marché.
488. Le lien commercial entre ces deux activités s'explique notamment par l'importance des conseillers technico-commerciaux. Il ressort de l'instruction²⁰⁵ que les conseillers technico-commerciaux des coopératives²⁰⁶ jouent un rôle particulier dans le secteur de l'agrofourniture. Ils sont en effet les principaux contacts des producteurs (coopérateurs ou non) dans leur relation avec la coopérative, auxquels ils proposent un accompagnement tout au long du processus de production ainsi que la fourniture des produits d'agrofourniture distribués par la coopérative. Les conseillers technico-commerciaux font ainsi le lien entre l'activité des producteurs et la distribution de ces produits. Dans ce secteur, l'Autorité a été en mesure de mettre en valeur la relation *d'intuitu personae* nouée avec les conseillers technico-commerciaux, reflétant l'importance, pour le producteur, d'un lien d'affinité, de confiance et d'accompagnement et la construction d'une relation commerciale complète (produits d'agrofourniture et collecte de COP) adaptée à leur exploitation.
489. A cet égard, les parties disposent d'un nombre important de conseillers technico-commerciaux ([confidentiel] techniciens-commerciaux pour Maïsadour et [confidentiel] conseillers d'exploitation pour Euralis). La nouvelle entité détiendra ainsi une forte capacité d'animation de son réseau de producteurs, tant pour la distribution de produits d'agrofournitures que pour la collecte de COP. Les concurrents « coopératifs » des parties sur ce marché disposent d'un nombre équivalent à chacune des parties avant l'opération et les négoce disposent d'un nombre très limité de conseillers technico-commerciaux. Dès lors, le nombre de techniciens-commerciaux de la nouvelle entité représentera [confidentiel] de ses concurrents²⁰⁷.

²⁰⁴ Les points de collecte jouent, par ailleurs, un rôle de stockage des produits d'agrofourniture, et les producteurs viennent s'y approvisionner.

²⁰⁵ Le rôle et l'importance des conseillers technico-commerciaux a été particulièrement soulevé par les concurrents dans le cadre du test de marché, ainsi que lors des visites sur sites effectuées durant l'instruction.

²⁰⁶ Ainsi que des négoce étant les filiales des parties.

²⁰⁷ Si l'Autorité n'a pas envisagé, au cas d'espèce, l'existence d'un marché relatif au recrutement des conseillers techniciens-commerciaux, elle relève que l'embauche d'un nombre conséquent de ces derniers représente un atout important pour assurer le démarchage régulier des producteurs. Ils constituent donc des intrants importants dans le cadre des activités de collecte de COP et de la distribution d'agrofourniture.

490. Enfin, le lien entre ces deux activités résulte également des clauses d'apport en COP et en approvisionnement en produits d'agrofourriture qui sont identiques. Ainsi, les producteurs qui adhèrent aux parties peuvent choisir de s'approvisionner pour [50-60] % (chez Maïsadour) ou [70-80] % (chez Euralis) de leurs besoins en produits d'agrofourriture auprès de ces coopératives.
491. Il résulte de ce qui précède que l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur les marchés de la distribution de produits d'agrofourriture destinés à la culture des terres. Afin d'éliminer tout risque d'atteinte à la concurrence, les parties ont proposé des engagements relatifs à l'obligation d'approvisionnement ainsi qu'aux conseillers technico-commerciaux, eu égard à l'importance qu'ils occupent sur le terrain, détaillés en section IV de la présente décision. En outre, compte tenu des liens existant entre les deux marchés, les engagements pris par les parties pour les marchés de la collecte de COP contribueront également à éliminer les risques identifiés sur les marchés de la distribution de produits d'agrofourriture.

5. SUR LES MARCHES DE LA NUTRITION ANIMALE

492. Au total, les parties exploitent 19 usines de nutrition animale, dont 17 pour Maïsadour²⁰⁸ (dans une dizaine de départements, principalement du Sud-Ouest) et 2 pour Euralis (dans les départements des Hautes-Pyrénées et des Pyrénées-Atlantiques), lesquelles présentent une capacité annuelle de production cumulée de plus d'un million de tonnes d'aliments complets, toutes espèces confondues²⁰⁹. La localisation des unités de production des parties et de leurs concurrents dans le quart du Sud-Ouest est présentée sur la carte ci-dessous.

[confidentiel]

Figure 7 : Implantation des usines de nutrition animale des parties et de leurs concurrents

493. Les usines des parties sont surtout présentes dans les départements du Gers, des Hautes-Pyrénées, des Landes et des Pyrénées-Atlantiques.
494. Parmi les 19 unités de production des parties, il existe un chevauchement d'activités sur 14 d'entre elles. Les parts de marché des parties sont présentées dans le tableau ci-après.

²⁰⁸ Maïsadour co-contrôle, en outre, avec Natera, la société Quérial, dont l'activité est de produire pour le compte et sur ordre de ses deux actionnaires : elle ne produit aucun aliment pour son compte propre et agit comme un prestataire de service.

²⁰⁹ Ce chiffre inclut également la capacité de production d'aliments complets biologiques. Parmi les parties, seule Maïsadour produit ce type d'aliments.

	Usine	Parts de marchés en volume		
		PDM Maïsadour	PDM Euralis	Cumul
Euralis	Lons	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
Euralis	Vic	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
Maïsadour	Gourdon	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
Maïsadour	Anan	[20-30] %	[5-10] %	[60-70] %
Maïsadour	Auch	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
Maïsadour	Baigts	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
Maïsadour	Castelnau	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
Maïsadour	Haut-Mauco	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
Maïsadour	Orègue	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
Maïsadour	Pomarez	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
Maïsadour	St Sylvestre (SOMIN)	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
Maïsadour	St Sylvestre (SOAL)	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
Maïsadour	Laissac	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
Maïsadour	Arzacq	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %

Tableau 5 : Parts de marché en volume des parties pour les aliments complets commercialisés dans les zones autour de leurs usines pour l'année 2024 (source : parties)

495. Les parts de marché de la nouvelle entité seront proches de [40-50] % pour 11 unités de production.
496. Une discussion méthodologique entre l'Autorité et les parties sur l'appréciation du niveau des parts de marché de la nouvelle entité a été menée au cours de l'instruction, au regard notamment des volumes produits et commercialisés par les concurrents dont l'Autorité a eu connaissance lors de l'instruction. Les volumes communiqués par les tiers ainsi que leur appréciation qualitative sur l'importance de la nouvelle entité suggéraient en effet un niveau de parts de marché des parties encore plus élevé que celui communiqué dans le dossier de notification. À cet égard, les parties expliquent notamment avoir estimé la taille des marchés sur la base des volumes consommés par chaque espèce dans la zone de chalandise définie autour des usines des parties. Cette consommation est estimée à partir du cheptel identifié dans la zone de chalandise par espèce, auquel est appliquée la ration d'aliments complets consommée annuellement par tête. La taille du cheptel (et des différentes espèces animales qui le composent) est elle-même estimée à partir des données collectées par FranceAgriMer lors du recensement agricole de 2020²¹⁰.

²¹⁰ Les parties ont pris l'hypothèse que la taille du cheptel est restée relativement constante entre 2020 et 2024, à l'exception du cheptel des palmipèdes – dans le contexte de la grippe aviaire – lequel a été corrigé selon l'évolution observée dans les volumes abattus annuellement par les abattoirs de canards gras situés dans le Sud-Ouest.

497. Les éléments recueillis par l'Autorité auprès des concurrents montrent un volume de production très largement supérieur pour les parties (en particulier Maisadour) par rapport à leurs concurrents. Le constat est similaire pour ce qui concerne les capacités de production. Dans le même ordre d'idée, une majorité de répondants au test de marché citent Maisadour et Sanders-Euralis comme les deux principaux opérateurs du marché de la production et de la commercialisation d'aliments complets dans le Sud-Ouest.
498. Compte tenu de ces différences d'appréciation entre les parties et l'Autorité, cette dernière n'est pas en mesure d'écarter tout risque d'atteinte à la concurrence sur les marchés concernés, résultant de parts de marché potentiellement importantes de la nouvelle entité.
499. En tout état de cause, le débat mené autour du niveau des parts de marché a un impact limité sur les conclusions de l'analyse concurrentielle dans la mesure où l'Autorité relève, par ailleurs, que l'opération conduira à la constitution d'un quasi-duopole dans les zones de chalandise de six unités de production de la nouvelle entité, à savoir les usines d'Euralis à Lons et Vic et les usines de Maisadour à Saint-Sever, Baigts, Orègue et Pomarez²¹¹. Dans leurs zones d'intervention, l'Autorité note que la nouvelle entité ne fera face à la concurrence que d'un seul opérateur significatif, Lur Berri, lequel exploite deux usines situées à Aicirits et Coarraze, dans les Pyrénées-Atlantiques.
500. La structure de la concurrence à l'issue de l'opération ainsi décrite apparaît cohérente avec la répartition géographique des sites des parties et la localisation des usines de leurs concurrents tel qu'illustré par la carte ci-dessus. Hormis Lur Berri, les usines des opérateurs importants du marché de la production et commercialisation d'aliments complets apparaissent éloignées, celles de Terre du Sud, de Natera ou d'Arterris les plus proches étant situées dans les départements de l'Aude, du Lot-et-Garonne et du Tarn-et-Garonne.
501. Si l'existence de l'usine d'un troisième opérateur, Mendikoa, peut également être relevée à proximité de sites des parties, celui-ci ne sera pas en mesure d'exercer une pression concurrentielle suffisante pour palier la perte d'alternative résultant de l'opération, pour plusieurs raisons. D'abord, les volumes produits et vendus par Mendikoa sont, ainsi que le révèlent les données communiquées par les parties elles-mêmes, significativement inférieurs à ceux de la nouvelle entité et de Lur Berri. En outre, Mendikoa est, pour une partie de son activité sur le marché, revendeur de la gamme d'aliments sous marque Lurali produits par Lur Berri. Enfin, Mendikoa n'est pas actif dans la production d'aliments complets à destination des palmipèdes et volailles²¹², laquelle constitue au contraire la part la plus importante de l'activité des parties, ce qui limite la concurrence directe de cet opérateur sur la nouvelle entité.
502. Les parties observent enfin la concurrence, qu'elles considèrent croissante, de producteurs espagnols (Piensos Unzue du groupe De Heus et San Critobal). Cette concurrence demeure toutefois trop marginale pour constituer une alternative suffisante dès lors que ces opérateurs représentent moins de 5 % des ventes en Nouvelle-Aquitaine selon les estimations des parties et qu'ils n'ont pas été identifiés

²¹¹ La structure quasi-duopolistique du marché peut aussi être constatée dans la zone de l'usine d'Arzacq. Toutefois, l'Autorité relève que les volumes produits dans ce site sont marginaux dans la mesure où il n'est pas dédié à la production et la commercialisation d'aliments complets. Dès lors, l'opération est sans impact significatif sur la structure de la concurrence dans cette zone.

²¹² La production de Mendikoa se concentre sur les aliments pour bovins.

comme des alternatives crédibles par une large majorité des opérateurs interrogés dans le cadre du test de marché.

503. La diminution du nombre d’alternatives présentes dans ces zones serait particulièrement préjudiciable aux producteurs non coopérateurs des parties, lesquels ne se voient pas appliqués les principes de droit coopératif visant au partage des bénéfices et à la rétrocession des excédents entre associés et qui protègent les coopérateurs des parties dans le cadre de la fixation des prix des produits et matériels agricoles.
504. Par conséquent, eu égard aux éléments qui précèdent, l’opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la production et de la commercialisation d’aliments complets par le biais d’effets horizontaux. Toutefois, les parties ont présenté des engagements analysés en section IV de la présente décision afin de remédier à un tel risque.

6. SUR LES MARCHES DE L’APPROVISIONNEMENT EN LEGUMES

505. Les activités des parties se chevauchent sur la production de maïs doux, d’haricots verts et de petits pois, en Nouvelle-Aquitaine (en particulier dans les départements de la Gironde, des Landes et des Pyrénées-Atlantiques) et, plus marginalement, en Occitanie.
506. Les parts de marché de la nouvelle entité (en volume, fondées sur les données relatives à l’année 2023) sont supérieures à 25 % (avec un incrément supérieur à 2 points) sur les segments présentés dans le tableau ci-dessous :

Produits	Région	Euralis	Maïsadour	Nouvelle entité
Légumes à destination de la transformation industrielle	Nouvelle-Aquitaine	[30-40] %	[20-30] %	[50-60] %
Maïs doux				
<i>Conventionnel</i>	Nouvelle-Aquitaine	[50-60] %	[20-30] %	[70-80] %
	Occitanie	[50-60] %	[5-10] %	[50-60] %
<i>Biologique</i>	Nouvelle-Aquitaine	[40-50] %	[20-30] %	[60-70] %
Haricots verts				
<i>Conventionnel</i>	Nouvelle-Aquitaine	[10-20] %	[10-20] %	[30-40] %
Petits pois				
<i>Conventionnel</i>	Nouvelle-Aquitaine	[20-30] %	[30-40] %	[50-60] %

Tableau 6 : Parts de marché des parties pour les légumes, en volume, pour l’année 2023 (source : parties)

507. Malgré ces niveaux de parts de marché, tout risque d’atteinte à la concurrence par le biais d’effets horizontaux peut être écarté sur ces marchés.

508. En effet, le renforcement du pouvoir de marché des parties résultant de l'opération n'est pas de nature à modifier la structure de la concurrence préexistante, ni à produire vis-à-vis des industriels transformateurs des effets anticoncurrentiels propres à la concentration. La relation entre les parties et les acheteurs de légumes dans le Sud-Ouest se caractérise par une interdépendance réciproque. En effet, si les parties représentent la quasi-totalité des besoins en légumes de certains industriels, la totalité de la production des légumes présentés ci-dessus par les parties sont destinés à ces clients industriels, les parties ne disposant à cet égard d'aucune usine concurrente de transformation. Sud-Ouest Légumes Alliance (ci-après « Soleal ») représente ainsi [confidentiel] du chiffre d'affaires et des volumes de maïs doux réalisés par Maïsadour, tandis que la Société d'étude de réalisation et d'exploitation pour le traitement du maïs (ci-après « Seretram ») et Soleal représentent, ensemble, [confidentiel] de la production de maïs doux d'Euralis.
509. L'importance des clients industriels traduit leur rôle fondamental dans le processus de production (mise en culture et récolte). Les volumes produits par les coopératives dépendent directement des besoins exprimés par les industriels. Ces derniers planifient en outre les mises en cultures et cadencent les semis tout en fournissant les semences utilisées, tout en assurant un suivi technique et agronomique régulier des productions.
510. Cette interdépendance réciproque est le fruit de longues relations contractuelles et commerciales des parties et de leurs clients industriels ([confidentiel], 50 ans pour Seretram) qui ont décidé de fonctionner en « filière ». L'Autorité relève en ce sens que la Seretram est une entreprise commune entre Euralis et General Mills, tandis que les parties et Vivadour ont longtemps été actionnaires de Soleal aux côtés de Bonduelle. S'agissant de Soleal (détenue par Bonduelle), son approvisionnement est organisé au travers d'un contrat-cadre conclu avec Euralis, Maïsadour et Vivadour. Ce contrat-cadre est commun aux quatre parties et prévoit notamment une répartition fixe des besoins d'approvisionnement de Bonduelle en maïs doux, chaque année, entre les trois coopératives depuis 25 ans²¹³. Il est prévu que les surfaces de culture de maïs doux destiné à l'appertisation sont affectées de la manière suivante : Euralis ([50-60] %), Maïsadour ([30-40] %) et Vivadour ([10-20] %).
511. [confidentiel].
512. Cette répartition tripartite exclusive, prévue contractuellement ne peut pas varier d'une année à l'autre. Ainsi, Soleal ne peut pas, en vertu de ce contrat, faire varier la répartition de ses volumes d'approvisionnement entre ces trois coopératives, sauf en cas d'impossibilité d'une coopérative de fournir le besoin demandé. En pareil cas, il est alors possible pour Soleal, après accord de la coopérative concernée, de demander aux deux autres coopératives partenaires de fournir des volumes au-delà de leur part initialement attribuée.

²¹³ Cette répartition a été mise en place au moment de la création de SOLEAL, en 2005, à l'initiative de Bonduelle, qui a souhaité se regrouper avec des acteurs du Sud-Ouest pour travailler en filière. Les trois coopératives partenaires (Euralis, Maïsadour, Vivadour) détenaient initialement un pourcentage de participation au capital de SOLEAL, qui leur donnait droit à un pourcentage équivalent à leur participation (hors participation de Bonduelle) dans l'attribution des surfaces agricoles nécessaires pour répondre aux besoins exprimés par SOLEAL chaque année. La répartition historique des surfaces agricoles a été reconduite dans le cadre du nouveau contrat-cadre signé, en [confidentiel], entre les 3 partenaires coopératifs et Bonduelle.

513. Cette répartition des volumes d’approvisionnement vaut uniquement pour le maïs doux. Pour ce qui est des légumes verts, le contrat-cadre prévoit que Soleal s’approvisionne [confidentiel] auprès d’Euralis.
514. S’agissant de Seretram, son approvisionnement uniquement en maïs doux est également régi par un contrat, qui prévoit un approvisionnement [confidentiel] auprès d’Euralis, [confidentiel]. Ces modalités d’approvisionnement sont, comme indiqué par Seretram dans le cadre de l’instruction, « *historique[s] et constitue[nt] le fondement de la joint-venture* »²¹⁴. En effet, Seretram a été créée en 1975, sous la forme d’une joint-venture entre Euralis et, à l’époque, la société Green Giant International.
515. Ainsi, pour organiser leur approvisionnement en légumes destinés à être transformés, les clients industriels présents dans le Sud-Ouest ont opté pour des partenariats historiques en filière avec des coopératives partenaires, et ne font pas jouer la concurrence entre les différentes coopératives présentes sur le marché préalablement à l’opération, de sorte que l’opération ne modifie pas le fonctionnement actuel de ce marché caractérisé par le constat d’une absence de concurrence entre les trois principaux fournisseurs de légumes du Sud-Ouest²¹⁵.
516. L’Autorité relève en tout état de cause que cette appréciation est effectuée sans préjudice de l’appréciation susceptible d’être réalisée au titre des articles L. 420-1 et suivants du code de commerce.
517. Par conséquent, il est possible d’exclure tout doute d’atteinte à la concurrence du fait de l’opération sur les marchés de l’approvisionnement en légumes destinés à la transformation industrielle.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

518. 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. Ce verrouillage peut viser les marchés aval, lorsque l’entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval (verrouillage par les intrants), 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 (verrouillage de la clientèle).

²¹⁴ Propos recueillis dans le cadre d’un entretien réalisé le 17 octobre 2025 avec les représentants de la société Seretram.

²¹⁵ En l’absence de tels liens contractuels, il aurait également été possible d’écarter tout risque d’atteinte à la concurrence, eu égard notamment au fait que les industriels clients des parties ont indiqué que la concentration n’était pas de nature à les placer en situation de dépendance économique vis-à-vis de la nouvelle entité.

**1. ENTRE LES MARCHES DE LA PRODUCTION ET DE LA COMMERCIALISATION
D'ALIMENTS COMPLETS (NUTRITION ANIMALE) ET LES MARCHES DES FILIERES
CANARD GRAS ET VOLAILLE**

519. Les parties sont toutes les deux actives sur les marchés de la production et de la commercialisation d'aliments complets pour animaux d'élevage. Ces aliments constituent des intrants nécessaires aux activités aval d'élevage d'animaux.
520. Outre l'approvisionnement des producteurs qui sont liés à leurs propres OP, les parties approvisionnent également des producteurs tiers (indépendants ou appartenant à des OP concurrentes). Plus précisément, les filiales de nutrition animale de chacune des parties réalisent ainsi [confidentiel] de leurs ventes auprès de producteurs liés à leurs OP et [confidentiel] de leurs ventes auprès de tiers. Ces derniers sont, pour la plupart, des producteurs indépendants ou des adhérents d'OP qui ne produisent pas de nutrition animale et doivent donc faire appel à des fournisseurs tels que les parties pour assurer leurs activités d'élevage.
521. Dans ce contexte, il existe un possible risque de verrouillage par les intrants entre les marchés de la production et de la commercialisation d'aliments complets pour animaux avec les marchés des filières des animaux d'élevage sur lesquels les parties sont également présentes, notamment les canards gras et les volailles²¹⁶, dans le Sud-Ouest. Ce verrouillage peut être complet (arrêt des livraisons d'aliments complets aux concurrents de la nouvelle entité sur les marchés à l'aval), partiel (retards ou livraisons limitées) ou commercial (augmentation des prix de vente des aliments complets ou dégradation des conditions commerciales).
522. Ainsi qu'il a été analysé en section III.A.5 de la présente décision, l'opération est susceptible de conduire à la constitution d'un quasi-duopole dans six zones autour des usines de nutrition animale de la nouvelle entité, à savoir les unités de production d'Euralis à Lons (Pyrénées-Atlantiques) et Vic (Hautes-Pyrénées) et les usines de Maïsadour à Saint-Sylvestre (Lot-et-Garonne), Baigts (Landes), Orègue (Pyrénées-Atlantiques) et Pomarez (Landes). Dans ces zones, l'opération fera donc disparaître une alternative importante d'approvisionnement en aliments complets nécessaires aux concurrents des parties en matière d'élevage d'animaux²¹⁷.
523. Dans ce contexte, en cas de mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage à partir des sites où le pouvoir de la nouvelle entité sera le plus important, les concurrents qui sont situés à une plus grande distance des usines des parties (tels que Arterris ou Terres du Sud) ne seraient pas en mesure de mettre en échec une telle stratégie en raison de cet éloignement géographique et de l'impact des coûts de livraisons sur les tarifs ou la rentabilité de ces acteurs.
524. À cet égard, il n'existe qu'une seule alternative crédible à la nouvelle entité pour l'approvisionnement en aliments complets dans ces zones, Lur Berri. Les éléments recueillis au cours de l'instruction n'ont pas toutefois pas permis de démontrer avec un degré de certitude suffisant que celui-ci dispose des capacités actuelles ou potentielles nécessaires

²¹⁶ L'opération n'est pas susceptible de mener à une stratégie de verrouillage de la clientèle de la nouvelle entité dans la mesure où [confidentiel] des producteurs liés aux OP de Maïsadour et Euralis s'approvisionnent effectivement auprès des filiales de nutrition animale de chacune des parties.

²¹⁷ L'activité d'une usine de nutrition animale dépend, en pratique, des espèces animales élevées dans son bassin de production. Dans le Sud-Ouest, les activités principales sont les volailles et les canards gras. L'examen des marchés de l'élevage de bovins ne sera pas détaillé.

pour mettre en échec une telle stratégie de la part de la nouvelle entité. Ses capacités de production actuelles sont en effet inférieures à celle de chacune des parties. Interrogé au cours de l’instruction, Lur Berri a certes déclaré [confidentiel].

525. La nouvelle entité serait notamment incitée à mettre en œuvre une telle stratégie vis-à-vis des concurrents en matière de canards gras, où sa position de marché est importante. Il apparaît en effet que l’alimentation représente une part significative du coût de production total d’un canard gras (environ un tiers), comme l’illustre le graphique ci-dessous (le coût de l’aliment est indiqué par la couleur bleue).

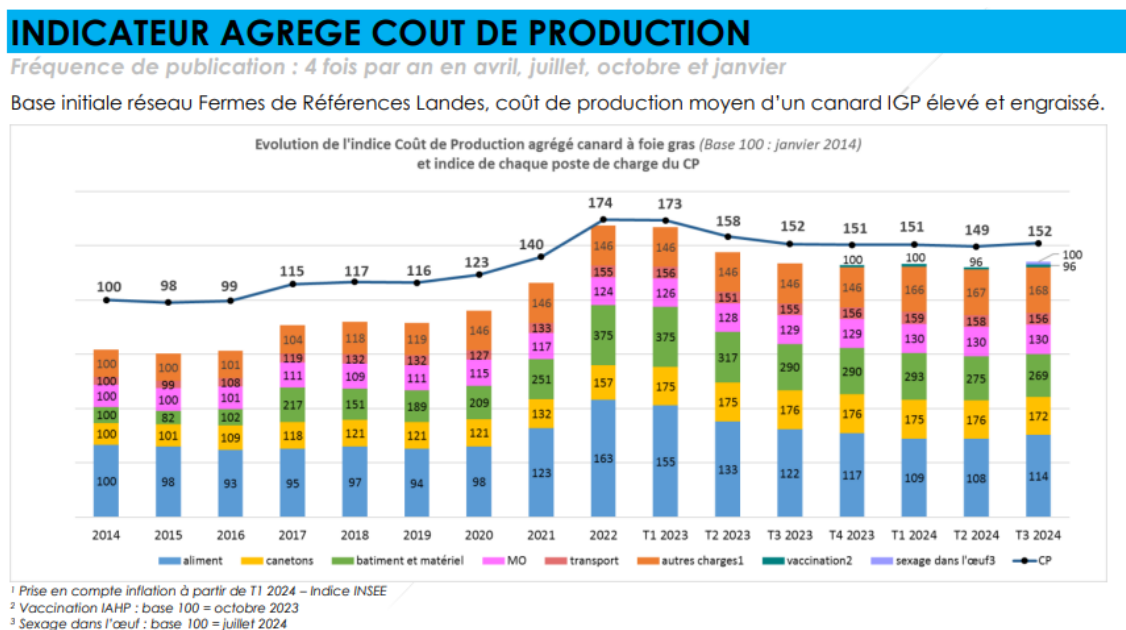


Figure 8 : Evolution des coûts de production. (source : CIFO, Les indicateurs de la filière foie gras, avril 2026).

526. L’Autorité relève que les coûts de l’alimentation dans la production de volailles représentent également une part significative de leurs coûts de production, comparable sinon supérieure à celle constatée pour les canards gras²¹⁸.
527. L’Autorité note en outre que, compte tenu de la structure duopolistique du marché des aliments complets à l’issue de l’opération, il ne peut être exclu que la seule alternative crédible à la nouvelle entité, Lur Berri, soit également incitée à pratiquer des conditions commerciales moins favorables vis-à-vis des demandeurs.
528. Dès lors, la mise en place d’une stratégie de verrouillage par les intrants vis-à-vis des concurrents de la nouvelle entité dans certaines filières en aval aurait un impact négatif significatif sur leurs coûts de production et donc leur compétitivité dans les zones où l’opération conduira à un quasi-duopole sur les marchés de la production d’aliments complets. Cet impact concernerait non seulement la filière canards gras mais également la filière volailles, ces deux filiales étant très présentes dans le Sud-Ouest de la France.

²¹⁸ Voir par exemple les données de la Confédération française de l’aviculture (<https://www.aviculteurs-france.fr/couts-de-production>).

529. Par conséquent, l'opération est susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur les marchés des filières canard gras et volaille par le biais d'effets verticaux. Toutefois, les parties ont présenté des engagements analysés en section IV de la présente décision afin de remédier à un tel risque.

2. ENTRE LES MARCHES DE L'ACCOUVAGE ET LES MARCHES DES FILIERES CANARD GRAS ET VOLAILLE

530. Maïsadour exerce une activité d'accoupage de canetons au travers notamment des sociétés SOA et Mulor, et d'accoupage de poussins par le biais de la société Caringa Sud-Ouest. Euralis n'exerce pas cette activité mais s'approvisionne en canetons auprès des sociétés contrôlées par Maïsadour et surtout, auprès de la société Grimaud qui représente 86 % de ses achats de canetons en 2024. Concernant les poussins, les approvisionnements d'Euralis se font également, pour partie, auprès de Maïsadour.
531. S'agissant des canetons produits par SOA et Mulor, ceux-ci sont commercialisés auprès des OP de Maïsadour ainsi qu'à des OP tierces²¹⁹. Ces OP cèdent ensuite les canetons achetés à leurs éleveurs. Il en est de même pour les poussins.
532. Compte tenu de ces liens verticaux, l'opération pourrait permettre l'émergence de stratégies de verrouillage. La nouvelle entité pourrait chercher à priver de canetons ou de poussins les OP tierces, ou dégrader leurs accès à ces derniers (verrouillage par les intrants), ou réduire les débouchés offerts aux entreprises d'accoupage concurrentes de celles de Maïsadour (verrouillage de la clientèle). Ces verrouillages pourraient être complets, partiels ou commerciaux.
533. Les parties estiment que Maïsadour ne représente que [5-10] % des ventes de poussins et soulignent à cet égard que Maïsadour est un acteur marginal de ce marché, dominé par les sociétés BD France ([30-40] % de parts de marché) et LDC ([30-40] % de parts de marché). En outre, la nouvelle entité représentera une part limitée des poussins achetés au niveau national (en tout état de cause inférieure à 30 %). Compte tenu du niveau de parts de marché, les risques d'effets verticaux de l'opération peuvent être écartés s'agissant des poussins et de la filière volaille.
534. L'analyse des effets verticaux de l'opération entre les marchés de l'accoupage de canetons et ceux de la filière canard gras est détaillée ci-dessous.

a) Verrouillage par les intrants

535. Le risque d'un verrouillage par les intrants peut être écarté en l'espèce.
536. S'agissant des canetons, il existe en France principalement trois accoupeurs : Maïsadour (avec une part de marché d'environ [20-30] % en 2024), par le biais de ses filiales SOA et Mulor, ainsi que les groupes Orvia ([30-40] %) et Grimaud ([20-30] %). Les informations recueillies auprès des concurrents ont confirmé que leurs OP avaient recours à des achats importants de canetons auprès de ces deux derniers acteurs qui disposent d'une offre de canetons compétitive en prix et qualité. Ils sont au demeurant les deux acteurs spécialisés dans la sélection génétique de canetons mulards en France. Les OP concurrentes de celles

²¹⁹ Certaines de ces OP cèdent ensuite des canards PAE produits à partir de ces canetons à Maïsadour, à l'instar de Val de Sèvre ou de Vivadour.

d'Euralis et Maïsadour pourraient donc aisément reporter leur demande de canetons vers ces deux groupes dans l'hypothèse d'une augmentation des prix par la nouvelle entité. Ces deux groupes sont, au demeurant, en mesure d'augmenter leurs productions de canetons pour répondre à une éventuelle demande supplémentaire. Au surplus, l'Autorité relève la présence d'autres sociétés actives sur le marché de l'accoupage de canetons même si elles ne représentent, ensemble, une part de marché limitée, de l'ordre de [10-20] %²²⁰.

537. La part de marché de Maïsadour a certes atteint un point culminant en 2022, à [40-50] %. L'année 2022 constitue toutefois une année atypique, de sorte que ce niveau de parts de marché doit être relativisé. L'épisode de grippe aviaire ayant affecté la filière cette année-là a surtout touché le bassin Grand Ouest, où sont principalement situées les unités d'accoupage d'Orvia et Grimaud, tandis que celles de Maïsadour sont localisées dans le bassin Sud-Ouest. Les OP de la filière ont donc reporté une partie de leurs achats de canetons qu'elles effectuaient auprès d'Orvia et Grimaud vers Maïsadour cette année-là, dans l'optique de permettre aux exploitations de leurs producteurs de ne pas être à l'arrêt et de préserver autant que possible leurs activités en aval. Les épisodes de grippe aviaire sont aujourd'hui mieux maîtrisés par la filière, notamment par le biais de la vaccination.
538. Au regard de ces éléments, l'Autorité considère que la nouvelle entité ne pourra pas mettre en œuvre une stratégie profitable de verrouillage par les intrants en ce qui concerne les marchés avals de la filière canard gras.

b) Verrouillage de la clientèle

539. Le risque d'un verrouillage de la clientèle pour les accoueurs concurrents de Maïsadour peut également être écarté.
540. Préalablement à l'opération, les OP de Maïsadour s'approvisionnent déjà en canetons de manière quasi-exclusive auprès des entités du groupe SOA et Mulor.
541. Concernant les achats effectués par Euralis, les parties ont précisé que la nouvelle entité ne serait pas incitée à mettre en œuvre une telle stratégie dans la mesure où la relation d'Euralis avec [confidentiel] pour l'achat de canetons était régie par voie contractuelle et était historique. Euralis entendrait, à l'issue de l'opération, respecter le contrat dont il dispose avec [confidentiel] et faire perdurer cette relation. Selon les parties, les éleveurs et engraisseurs d'Euralis sont habitués à travailler sur la génétique [confidentiel], ce qui leur permet ainsi d'atteindre les objectifs de performance fixés par leurs OP et les abattoirs. L'Autorité note à cet égard que la nouvelle entité, en ayant accès à la fois aux canetons produits par les filiales d'accoupage du groupe Maïsadour et ceux produits par [confidentiel], s'assure une sécurisation de son approvisionnement en canetons, en même temps qu'un accès à des génétiques différenciées, lui permettant le cas échéant d'anticiper d'éventuelles modifications des préférences de ses éleveurs ou de ses clients.
542. En dehors de l'appréciation de l'incitation de la nouvelle entité à mettre en place une stratégie de verrouillage de la clientèle, l'Autorité considère, en tout état de cause, que celle-ci ne disposera pas de la capacité à mettre en œuvre une telle stratégie.
543. Elle relève à cet égard que les parties ont indiqué que les unités d'accoupage de Maïsadour étaient proches de la saturation en 2024, et ne seraient en tout état de cause pas à même d'absorber les volumes de canetons dont ont besoin les producteurs d'Euralis sans

²²⁰ Parts de marché estimées sur la base des données du CIFOG concernant les mises en place de canetons dans la filière.

investissements supplémentaires. De plus, il existe de nombreuses OP concurrentes de celles des parties représentant une part significative des canards gras produits et abattus sur le territoire national, qui pourraient constituer une solution de report pour [confidentiel] notamment, dans l'hypothèse où la nouvelle entité venait malgré tout à internaliser l'ensemble de ses besoins.

544. Au regard de ces éléments, l'Autorité considère que la nouvelle entité ne pourra pas mettre en œuvre une stratégie profitable de verrouillage de la clientèle en ce qui concerne l'accoupage de canetons mulards.

c) Conclusion

545. En conséquence, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux entre les marchés de l'accoupage et ceux des filières canards gras et volaille peut être écarté.

3. ENTRE LES MARCHES DE LA COLLECTE DE CANARDS GRAS EN VUE DE L'ABATTAGE ET CEUX DE LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS DE CANARDS GRAS

546. Plusieurs concurrents sur les marchés de la commercialisation de produits de canards gras s'approvisionnent en canards gras, vifs ou déjà abattus, auprès des OP et abattoirs des parties situés en amont, sur les marchés de la collecte de canards gras.

547. Cette situation concerne plus spécifiquement les acteurs suivants :

- les sociétés qui s'approvisionnent, ponctuellement ou structurellement, auprès des OP des parties, et plus particulièrement auprès de Coquadour en canards gras vifs²²¹. Ces sociétés font ensuite abattre, dans leurs propres abattoirs (si elles en disposent) ou dans des abattoirs tiers, les animaux et utilisent la matière qui en est issue pour leurs activités de commercialisation ;
- les sociétés de transformation et de conserverie situées dans le Sud-Ouest et le Grand Ouest, qui peuvent avoir recours à des achats de matière découpée (des foies gras ou de la viande de canards gras) auprès des abattoirs des parties, en vue d'adresser différents canaux de commercialisation (GMS, les marchés, la vente directe, les circuits-courts, etc.).

548. Ces acteurs pourraient faire l'objet d'une stratégie de verrouillage par les intrants, susceptible de se traduire par une dégradation ou un arrêt, complet ou partiel, de leur approvisionnement par les parties.

549. L'Autorité a présenté *supra* la part à l'achat de la nouvelle entité sur les marchés de la collecte de canards gras en vue de l'abattage. Ces parts à l'achat peuvent également être appréciées comme des parts de marché, dans la mesure où elles reflètent également (i) la part de leurs OP dans la fourniture de canards gras et (ii) la part de leurs abattoirs dans l'abattage de canards gras dans la zone où ils sont implantés. Celles-ci sont supérieures à 30 % dans un certain nombre de départements et dans plusieurs zones autour de leurs abattoirs.

²²¹ Notamment (liste non exhaustive) les sociétés [confidentiel].

550. Les parts de marché de la nouvelle entité en matière de commercialisation de produits de canards gras en GSM et en RHF également supérieures à 30 % sur un certain nombre de segments, sur lesquels, pour l'essentiel, les concurrents qui se verraient appliqués la potentielle stratégie de la nouvelle entité disposent, pour leur part, de parts de marché plus limitées.
551. Enfin, sur le canal de l'IAA, sur lequel sont comptabilisées les ventes de matière effectuées par les parties à des tiers de la filière, la part de marché de la nouvelle entité est supérieure à 30 % sur un certain nombre de marchés : celui des foies gras crus sous signe de qualité, celui des magrets crus (disposant ou non d'un signe de qualité) et celui des autres produits de viande de canard gras crus sous signe de qualité²²².
552. Il ressort des informations collectées auprès des concurrents que les achats effectués auprès des parties présentent un enjeu relativement stratégique, à tout le moins pour certains d'entre eux, puisque leur part dans leur approvisionnement total est substantielle. L'instruction a notamment mis en évidence le cas d'au moins quatre sociétés, transformant chacune moins de 500 000 canards gras annuellement, pour lesquelles la part des achats effectués auprès des parties se situe entre 10 % et 25 % de leur approvisionnement total. Ces sociétés déclarent toutes adresser les mêmes marchés de la commercialisation que les parties à l'aval. Par ailleurs, ces sociétés disposent, de manière générale, d'une intégration verticale bien moins importante que celle de la nouvelle entité dans la filière et sont, à ce titre, également dépendantes d'achats réalisés auprès des parties sur d'autres maillons de la filière, comme les achats de canetons ou d'aliments complets.
553. À l'inverse, ces ventes représentent principalement pour les parties un complément de revenu, marginal à l'échelle de leurs activités dans la filière canards gras et, plus généralement, de l'ensemble de leurs activités. Il apparaît notamment que Canadour fournit à des tiers environ [confidentiel] canards gras en 2024, soit [0-5] % du nombre de canards gras total achetés par les parties ([confidentiel] millions)²²³. Euralis a également indiqué que l'activité « B2B » d'Euralis Gastronomie, qui inclut notamment les ventes de matières effectuées à des tiers au sein de la filière, représentaient seulement [10-20] % de l'activité. S'agissant de Maisadour, la part du chiffre d'affaires dans la filière canards gras résultant de ventes à des tiers est, en tout état de cause, [10-20] %. Plus généralement, la société Coquadour a réalisé en 2024 un chiffre d'affaires de l'ordre de [confidentiel] millions d'euros en 2024, soit [0-5] % du chiffre d'affaires total généré par le groupe coopératif Maisadour²²⁴.
554. À supposer que les parties mettent en œuvre la stratégie précitée, les tiers concernés pourraient éprouver des difficultés à identifier des solutions alternatives d'approvisionnement sans augmentation de leurs coûts (d'achats des canards gras, ou de

²²² Euralis dispose, en particulier, sur ces marchés, de parts de marché élevées, dans la mesure où il dispose en pratique de plus de matière que Maisadour ([confidentiel] millions de canards gras abattus par Euralis en 2024, contre [confidentiel] par Maisadour). La part de marché de la nouvelle entité est ainsi de l'ordre de [50-60] % pour les foies gras crus disposant d'un signe de qualité (pas d'incrément), de [50-60] % pour les magrets sous signe de qualité (+ [20-30] points), de [30-40] % pour les magrets sans signe de qualité (+ [10-20] points) et de [30-40] % pour les autres produits de viande de canards gras crus (+ [0-5] points).

²²³ La différence entre ce chiffre de [confidentiel] millions de canards gras achetés en 2024 et le volume total de canards gras abattus pour compte propre par les parties en 2024, de l'ordre de [confidentiel] millions est de [confidentiel] million de canards gras. En dehors des ventes effectuées par Canadour, d'autres ventes ponctuelles de canards gras à des tiers ont donc eu lieu en 2024. Elles ne représentent, en tout état de cause, qu'une part très faible des canards gras dont disposent les parties.

²²⁴ Cette part est donc encore plus faible pour ce qui concerne spécifiquement les ventes de canards gras effectués par cette société à des tiers.

transport notamment). Eu égard à la part significative qu'occupent les parties dans la production de canards gras dans les bassins du Sud-Ouest et du Grand Ouest, les solutions de report envisageables sont réduites, et en tout état de cause limitées aux groupes adossés à des OP disposant de canards gras en quantités significatives. Ces alternatives pourraient être notamment Lur Berri, Auraïa, Canards d'Auzan, ou encore Natera.

555. Or, pour ces coopératives, fournir ces tiers nécessiterait soit de réduire les canards gras fournis à leurs propres filiales actives dans la transformation et la commercialisation, soit d'augmenter la production de canards gras des producteurs qui leur sont liés. La première option n'apparaît pas envisageable, dans la mesure où cela reviendrait, pour ces coopératives, à renoncer à adresser des débouchés sur les marchés de la commercialisation. La seconde pourrait théoriquement être envisagée, mais elle supposerait toutefois que les coopératives s'engagent auprès de leurs OP sur une visibilité quant à la stabilité de leur demande en canards gras sur plusieurs années, afin que les OP en question et leurs producteurs n'engagent pas la production de canards gras qui *in fine* ne pourraient pas être valorisés ensuite. Or, cette exigence de stabilité est particulièrement complexe pour les petits acteurs qui transforment moins de 500 000 canards gras par an, du fait de leur non-intégration le long de la filière et de leur exposition plus significative au contre-pouvoir de la grande distribution.
556. Enfin, la mise en place d'une stratégie de verrouillage pourrait emporter des effets profitables pour la nouvelle entité et conduire à réduire la concurrence exercée par ces acteurs à l'aval *via* leur éviction partielle. Partant, une telle pratique renforcerait les effets horizontaux mis en évidence précédemment en ayant un impact sur cette frange concurrentielle, en contribuant à réduire l'offre de ces acteurs en matière de produits de canards gras pour les clients et en participant à une hausse des prix.
557. Au regard des éléments qui précèdent, le risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux entre les marchés de la collecte de canards gras et ceux de la commercialisation des produits qui en sont issus ne peut être exclu.
558. Toutefois, les parties ont présenté des engagements analysés en section IV de la présente décision afin de remédier à un tel risque.

4. ENTRE LES MARCHES INTERMEDIAIRES DU STOCKAGE PORTUAIRE ET LES MARCHES DES COP

559. Les parties sont présentes en amont (collecte de COP) et en aval (commercialisation de COP). Elles sont en outre présentes sur le marché du stockage portuaire, puisqu'elles sont toutes deux actionnaires du GIE Maïsica du port de Bayonne.
560. Préalablement à l'opération, Euralis est actionnaire à hauteur de [confidentiel] %²²⁵ et possède donc un contrôle exclusif sur Maïsica. La nouvelle entité possèdera [confidentiel] % du capital de Maïsica, de telle sorte que la nature du contrôle exercé sera inchangée à l'issue de l'opération. Toutefois, et quand bien même la nature du contrôle demeure inchangée à l'issue de l'opération, l'Autorité relève que la nouvelle entité bénéficiera d'un accès accru (voir ci-dessous) aux capacités de stockage de Maïsica, ce qui serait de nature à pouvoir dégrader l'accès des concurrents à ce site.

²²⁵ Contre [confidentiel] % pour Maïsadour.

561. Cependant, la nouvelle entité ne sera pas en mesure de limiter l'accès de ses concurrents au silo de Bayonne, et, plus largement, à des capacités de stockage portuaire.
562. En premier lieu, les actionnaires de Maïsica disposent d'une capacité de stockage dite « capacité de référence », attachées à leurs parts sociales. Maïsica dispose également d'une capacité de stockage dite « commune », permettant d'optimiser les flux logistiques. La répartition du capital donne dès lors une indication de la répartition théorique de l'activité, dès lors qu'il existe un rapport de proportionnalité. Cedi dit, une forte rotation et une optimisation des volumes permet de s'écarter de ce rapport de proportionnalité, comme l'illustrent à cet égard les volumes traités pour Maïsadour en 2024, ayant représenté près de [40-50] % des volumes sortant.
563. Par ailleurs, le GIE Maïsica est titulaire d'une Autorisation d'Outillage Privé avec Obligation de Service Public. Cette autorisation d'exploitation du domaine public maritime du port de Bayonne implique une obligation d'ouverture et d'accès des installations à tout opérateur sollicitant les services du GIE ; les parties, malgré le contrôle exclusif de la nouvelle entité sur Maïsica, ne pourront dès lors pas refuser l'accès aux installations de Maïsica à un opérateur tiers dès lors que ce dernier respecte les conditions techniques et commerciales.
564. Maïsica continuera donc, à l'issue de l'opération, à traiter des volumes de la Nouvelle entité ainsi que ceux de ses autres clients, qu'ils soient ou non actionnaires.
565. En outre, le silo de Bayonne est en concurrence avec des silos de l'Ouest de la France (les sites de Blassens et Blaye à Bordeaux, La Rochelle, Tonnay-Charente, les Sables d'Olonnes notamment) de telle sorte qu'une dégradation des tarifs serait à même de détourner une partie de la clientèle vers d'autres silos portuaires, alors que les parties ont intérêt à maximiser l'utilisation des capacités de ce silo (plus de 100 000 tonnes).
566. En conséquence, Maïsica ne pourra pas limiter l'utilisation de sa capacité de stockage à la seule nouvelle entité, de telle sorte que l'opération n'apparaît pas de nature à réduire son accès à des clients actuels ou potentiels.
567. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effet verticaux entre les marchés des COP et le marché du stockage portuaire.

IV. Engagements

568. Les mesures destinées à remédier aux atteintes à la concurrence résultant de l'opération notifiée doivent être conformes aux critères généraux définis par la pratique décisionnelle et la jurisprudence, afin d'être jugées aptes à assurer une concurrence suffisante.
569. L'Autorité veille à ce que les engagements répondent à plusieurs critères :
- ils doivent être efficaces, en permettant de remédier aux atteintes à la concurrence identifiées ;
 - ils doivent être proportionnés, en ce qu'en particulier, ils n'ont pas vocation à accroître le degré de concurrence qui existait sur un marché avant l'opération de concentration ;
 - leur mise en œuvre ne doit pas soulever de doute, ce qui implique qu'ils soient rédigés de manière précise, sans ambiguïté, et que les modalités opérationnelles pour les réaliser soient suffisamment détaillées ;
 - leur mise en œuvre doit être rapide, la concurrence n'étant pas préservée tant qu'ils ne sont pas réalisés ;
 - ils doivent être contrôlables (les parties notifiantes devant prévoir un dispositif de contrôle, le cas échéant en proposant la nomination d'un mandataire indépendant, permettant à l'Autorité de s'assurer de leur réalisation effective)²²⁶.
570. L'Autorité recherche en priorité des mesures structurelles pour remédier aux risques d'atteinte à la concurrence, qui visent à garantir des structures de marché compétitives par des cessions d'activités à un acquéreur approprié, susceptible d'exercer une concurrence réelle, ou l'élimination de liens capitalistiques entre des concurrents²²⁷. Au cas d'espèce, des cessions d'actifs ont donc été privilégiées dans le cadre des discussions entre l'Autorité et les parties avant d'aboutir à la proposition d'engagements finale.
571. Afin de remédier aux effets anticoncurrentiels identifiés ci-dessus dans les secteurs des canards gras, des COP et de la nutrition animale, les parties ont présenté le 20 avril 2026 trois propositions d'engagements (ci-après, les « Engagements canards gras », « Engagements COP » et « Engagements nutrition animale »), dont le contenu a été soumis à un test de marché. Une ultime version de leur proposition d'engagements a été présentée le 16 juillet 2026 et a été jugée suffisante pour répondre aux préoccupations de concurrence identifiées par l'Autorité.
572. Ces engagements sont présentés dans les développements qui suivent. Joint en annexe, leur texte fait partie intégrante de la présente décision.

²²⁶ Lignes directrices précitée, paragraphe 354.

²²⁷ Lignes directrices précitée, paragraphe 414.

A. LES ENGAGEMENTS DANS LE SECTEUR DES CANARDS GRAS

1. PRESENTATION DES ENGAGEMENTS DANS LE SECTEUR DES CANARDS GRAS

573. Dans le cadre des Engagements canards gras, les parties s'engagent, dans un délai maximal de 5 ans à compter de la date de la présente décision²²⁸, à transférer, avec obligation de résultat, deux millions de canards gras, au bénéfice de leurs concurrents actifs sur les marchés amont de la collecte de palmipèdes gras en vue de l'abattage pour compte propre ou pour compte de tiers et actifs sur le marché aval de la commercialisation de produits issus de canards gras.
574. Le volume transféré s'apprécie comme un solde net de deux millions de canards gras calculé comme la différence entre (i) les volumes de canards gras transférés effectivement à des concurrents résultant de la mise en œuvre des Engagements n° 1 et n° 2 (volumes sortants), lesquels sont décrits ci-après, et (ii) les volumes de canards gras acquis par la nouvelle entité à compter de la date de la décision, résultant de l'arrivée de producteurs chez la nouvelle entité²²⁹ (volumes entrants).
575. L'obligation de transfert se matérialise à travers quatre séries d'engagements d'application cumulative.
576. Le premier engagement (« Engagement n° 1 ») se décompose en deux cessions, à savoir la cession des titres de l'entité Canadour et de celle de la marque Sarrade, toutes deux détenues par Maisadour.
577. Les parties s'engagent à céder l'entité Canadour selon les modalités dites de « *l'up-front buyer* » décrites aux paragraphes 389 et 393 des lignes directrices de l'Autorité relatives au contrôle des concentrations. Les parties s'engagent à céder l'entité Canadour à un concurrent approuvé par l'Autorité avant la réalisation de la présente opération.
578. La cession de l'entité Canadour se fera après détournage des activités hors canards gras de Canadour-Coquadour²³⁰. Cette activité représente, ainsi que l'indique la proposition d'engagements, 500 000 canards gras transférés auprès du repreneur²³¹. De plus, les parties s'engagent à céder la marque Sarrade, active très majoritairement en RHF. Cette cession inclut notamment toutes les immobilisations corporelles et incorporelles affectées à l'exploitation de la marque Sarrade, l'ensemble des licences, le bénéfice et la charge de tous les contrats, engagements et commandes de clients en cours et de tous les contrats du personnel associé.

²²⁸ L'engagement de transfert des 2 millions de canards gras sera considéré comme réalisé si l'intégralité de ces transferts est opérée avant l'expiration de ce délai de 5 ans, sans préjudice des autres remèdes prévus au titre des Engagements canards gras dont les échéances se poursuivront au-delà (comme précisé ci-après).

²²⁹ En provenance de tiers ainsi que de la conclusion ou modification de contrats d'approvisionnement de canards gras avec des tiers.

²³⁰ Canadour exerce une activité de commercialisation de palmipède gras et de volailles. La branche Coquadour, en charge d'une de production et de négoce de volailles dans le Sud-Ouest, n'entre pas dans le périmètre des engagements proposés.

²³¹ La cession de l'entité Canadour permettra même au repreneur d'accéder à un potentiel d'un million de canards gras (via ceux actuellement produits pour le compte de Delpeyrat qui seront considérés comme des volumes sortants – soit environ 500 000 canards – et ceux produits par ailleurs pour le compte d'opérateurs tiers, d'un volume comparable et qui ne seront pas considérés comme des volumes sortants dès lors qu'ils ne sont pas, préalablement à l'opération, utilisés par Maisadour pour son compte propre).

579. Les cessions de l'entité Canadour et de Sarrade pourront être réalisées auprès d'un repreneur unique ou de deux repreneurs distincts. En cas de cession dissociée de l'entité Canadour et de la marque Sarrade, le repreneur de la marque Sarrade pourra bénéficier de la cession d'un contrat d'approvisionnement ou d'un transfert de producteurs des parties pour un volume allant jusqu'à 500 000 canards gras. Dans une telle hypothèse, ces volumes seront décomptés des deux millions de canards gras prévus au titre du solde indiqué *supra*.
580. L'Engagement n° 1 est complété par deux mesures comportementales additionnelles visant à sécuriser (i) l'approvisionnement des opérateurs qui se fournissent actuellement auprès de l'entité Canadour et (ii) l'activité du(des) repreneur(s) de l'entité Canadour et Sarrade. D'une part, dans l'hypothèse où l'approvisionnement d'un opérateur se fournissant préalablement à l'opération auprès de l'entité Canadour cesserait ou se réduirait, les parties s'engagent à continuer de l'approvisionner, s'il en formule la demande et avec préavis d'un an, dans des conditions équivalentes à celles pratiquées par l'entité Canadour au jour d'adoption de la présente décision. D'autre part, les parties s'engagent à réaliser, à la demande du(des) repreneur(s) de l'entité Canadour et Sarrade, des prestations d'abattage, d'approvisionnement en canetons ou en nutrition animale à des conditions de marché, c'est-à-dire dans des conditions équivalentes et non-discriminatoires par rapport aux conditions dans lesquelles les parties fournissent ces prestations ou intrants aux tiers. Ces mesures comportementales sont souscrites pour une durée maximale de 5 ans à compter de chaque cession (entité Canadour et/ou Sarrade).
581. Enfin, toujours au titre de l'Engagement n° 1, les parties s'engagent à ne pas signer de nouveaux contrats d'intégration ou de coopération avec les producteurs jusqu'ici affiliés à l'entité Canadour pendant une période de 5 ans à compter de la date de la cession de l'entité Canadour.
582. Le deuxième engagement (« Engagement n° 2 ») prévoit un ensemble de mesures permettant la mobilité des producteurs (éleveurs et engraisseurs) adhérents des parties vers les concurrents. Ces mesures doivent permettre qu'à l'issue de la période maximale de 5 ans à compter de la date de la présente décision, le volume global de canards gras transféré par les parties à des concurrents dans le cadre des engagements atteigne au moins deux millions. Les mesures nécessaires à la mise en œuvre de l'Engagement n° 2 seront adoptées à partir de la cession de l'entité Canadour selon les modalités de « *l'up-front buyer* ».
583. Ces mesures comprennent :
- **Un mécanisme d'information du marché et la levée de certains freins à la mobilité des producteurs des parties** (points (a) et (c) de l'Engagement n° 2).
584. Le mécanisme d'information portera sur les mouvements en cours et à venir parmi les producteurs des parties partant à la retraite²³² et qui quitteront la nouvelle entité à la suite de la notification d'une résiliation unilatérale par l'une ou l'autre des parties au contrat. Ce mécanisme d'information porte sur l'intégralité des producteurs de la nouvelle entité qui, grâce notamment à la faculté de sortie qui leur est offerte, peuvent, en respectant un préavis de cinq mois, quitter la nouvelle entité sans pénalité et sans remboursement du solde des aides aux investissements apportés aux producteurs lors de leur installation. Ce mécanisme d'information reposera sur l'envoi d'un courriel ou courrier à l'ensemble des concurrents, contenant les meilleures estimations des parties sur les départs susceptibles d'intervenir au cours des 18 mois suivants, ainsi que des informations précises permettant l'identification

²³² A cet effet, la nouvelle entité s'engage à ne pas reprendre les exploitations de ses producteurs qui partiraient à la retraite, à l'exception des transmissions familiales.

des exploitations concernées, (adresse, capacité de production, nom de l'exploitant et, le cas échéant, du repreneur potentiel). Les concurrents disposeront d'un délai de 6 mois pour signaler à la nouvelle entité leur intérêt (avec engagement de conclure dans ce délai) ou leur défaut d'intérêt pour reprendre l'exploitation du producteur quittant la nouvelle entité. Dans le cas où une exploitation ferait l'objet de marque d'intérêt, les parties s'engagent à ce que la nouvelle entité fasse ses meilleurs efforts pour faciliter la reprise de ladite exploitation par le(s) concurrent(s) intéressé(s) (mise en relation avec le repreneur dès réception de sa marque d'intérêt, renonciation à toute disposition contractuelle empêchant la reprise de l'exploitation par un concurrent, accompagnement de l'exploitant dans le cadre des négociations avec les concurrents intéressés)²³³.

- **Des incitations financières à la reprise par des concurrents** (point (a) de l'Engagement n° 2).

585. Les parties s'engagent à verser à tout concurrent repreneur d'exploitation(s) de la nouvelle entité quittant cette dernière une prime, d'un montant de 2,25 euros par place d'élevage s'agissant des éleveurs, et de 15 euros par place s'agissant des engraisseurs. Cette prime sera payée en une fois, lors de la prise effective de l'exploitation par les concurrents.

- **La possibilité de céder à un ou des concurrents un ou des contrats d'approvisionnement de canards gras** dont les parties disposent avec les organismes de production suivants : Bellavol, Eureden, Sanders, Terrena, Val de Sèvre et Vivadour (point (b) de l'Engagement n° 2).

586. Le troisième engagement (« Engagement n° 3 ») prévoit un droit de tirage au bénéfice des concurrents, à prix coutant, sans marge pour la nouvelle entité. L'objectif de l'Engagement n° 3 est de tenir compte du caractère progressif des effets de la mesure de transfert de producteurs. Dès lors, son volume annuel correspond à la différence entre l'objectif sur lequel se sont engagées les parties et les volumes effectivement transférés par les parties en application des Engagements n° 1 et n° 2, afin de permettre, dès la mise en œuvre de l'Engagement canards gras, la mise à disposition de l'équivalent de 2 millions de canards gras au profit des concurrents de la nouvelle entité. Les parties s'engagent, à compter de la date de la présente décision, à ce que la nouvelle entité accorde un droit de tirage aux concurrents qui en feraient la demande, sous réserve du respect d'un préavis de 8 mois et selon le principe du « *premier arrivé, premier servi* », et avec une mise en œuvre lissée sur l'année afin de tenir compte des capacités de la nouvelle entité. Ce droit de tirage demeurera en vigueur jusqu'à l'atteinte de l'objectif précité, à savoir le transfert d'au minimum deux millions de canards gras dans un délai maximum de 5 ans à compter de la date de la présente décision.

587. Enfin, le quatrième engagement (« Engagement n° 4 ») prévoit que les parties communiquent, en interne et en externe, sur la nature et l'étendue des trois premiers engagements. La communication interne prendra la forme d'un courriel envoyé aux producteurs des parties, éleveurs ou engraisseurs, adhérents des organisations de producteurs palmipèdes à foie gras de la nouvelle entité, dans un délai de trois mois à compter de la date de réalisation de l'opération. La communication externe sera effectuée par la publication d'un communiqué de presse résumant les trois premiers engagements, dans un titre de presse locale et dans un titre de presse spécialisé, dans un délai de trois mois à compter de la date de réalisation de l'opération.

²³³ Si plusieurs concurrents manifestent un intérêt à la reprise d'une même exploitation, les parties s'engagent en outre à ce que la nouvelle entité ne les discrimine pas.

588. Le suivi de la mise en œuvre de ces engagements sera assuré par un mandataire indépendant. Ce dernier aura plusieurs missions permettant de garantir le transfert de deux millions de canards gras. Tout d'abord, le mandataire aura pour mission d'assurer le suivi du décompte, sur la base des volumes apportés par chaque producteur à l'organisme auquel il était lié l'année précédente. Il devra en outre s'assurer du respect, par les parties, du mécanisme d'information des concurrents, notamment ce qui concerne les exploitations concernées et les informations devant être communiquées par la nouvelle entité à leur propos, c'est-à-dire l'adresse (y compris les coordonnées GPS), la capacité de production, et le nom de l'exploitant (ou de son repreneur potentiel dans le cas, notamment, d'un départ à la retraite).
589. Le mandataire devra établir, tous les trois mois, un rapport à l'Autorité concernant le suivi et la bonne mise en œuvre des engagements. Ces rapports devront comporter un suivi statistique relatif au nombre de canards transférés à des concurrents depuis la date de la présente décision, et aux débouchés auxquels sont dédiés les canards gras qui ont été transférés. En outre, le mandataire sera chargé de vérifier que les canards dont bénéficieraient les concurrents au titre du droit de tirage sont bien cédés à prix coûtant, c'est-à-dire sans aucune marge pour la nouvelle entité.

2. APPRECIATION DE L'AUTORITE

♦ *Sur l'objectif et le périmètre des Engagements canards gras*

590. L'Autorité souligne à titre liminaire que les parties se sont engagées « *avec obligation de résultat, avant l'expiration d'un délai de 5 ans à compter de la Date d'effet, à transférer deux millions de canards gras au bénéfice de Concurrents* », de telle sorte que si deux millions de canards ne sont pas effectivement transférés à des concurrents dans un délai de cinq ans, la nouvelle entité s'exposerait à l'ouverture d'une procédure contentieuse pour non-respect des engagements conformément au IV de l'article L. 430-8 du code de commerce. Ce délai est strict et court à compter de la date de la présente décision.
591. Les Engagements canards gras, en transférant des éleveurs et des gaveurs, c'est-à-dire des capacités de production aux concurrents des parties, visent à permettre à ces derniers de concurrencer efficacement la nouvelle entité sur les marchés aval de la commercialisation sur les canaux GMS et RHF, à travers un double mouvement. Ces engagements, très principalement de nature structurelle, ont ainsi pour objectif de rétablir une structure concurrentielle de ces marchés satisfaisante à l'issue de l'opération.
592. D'une part, l'engagement de la nouvelle entité, avec obligation de résultat, de transférer deux millions de canards gras viendra renforcer les capacités de production des concurrents par rapport à la nouvelle entité. La mise en place de ce transfert à travers l'outil d'un suivi du solde correspondant à la différence entre les canards gras transférés et ceux qui pourraient arriver, via de nouvelles adhésions aux OP de la nouvelle entité, doit permettre d'assurer le contrôle et l'effectivité de ce renforcement des capacités des concurrents à l'amont, sans pour autant priver les producteurs aujourd'hui non adhérents des parties de pouvoir rejoindre la nouvelle entité à l'avenir.
593. Ce mécanisme de transfert des capacités de production en faveur des concurrents crée les conditions de l'émergence d'une concurrence efficace sur les marchés aval de la commercialisation. Il permet en effet de diminuer les capacités de production de la nouvelle entité, sans réduire celles disponibles dans l'ensemble du secteur puisque les concurrents verront leurs capacités de production augmenter du même volume en parallèle. L'Autorité

relève que ces transferts permettront de créer de nouvelles opportunités pour les concurrents afin de répondre à la demande exprimée sur les marchés aval de la commercialisation.

594. L'Autorité note d'ailleurs que les transferts de capacité seront d'autant plus à la faveur des concurrents que la pyramide des âges des producteurs de canards gras est vieillissante et résultera en un nombre important de départs à la retraite dans les années à venir. Dans ce contexte, les Engagements canards gras devraient permettre aux concurrents de mieux faire face à la possible diminution des capacités de production totales dans le secteur, notamment par rapport à la nouvelle entité. Ces engagements constituent donc pour les concurrents un outil de développement particulièrement utile.
595. Outre le transfert de capacités, les opportunités de développement en matière de RHF seront soutenues par la cession de la marque Sarrade.
596. Plusieurs répondants au test de marché ont également souligné que les transferts de capacités devaient, pour être effectifs, s'accompagner de débouchés supplémentaires vis-à-vis des GMS. Ils ont ainsi souligné que la cession d'une des deux marques des parties (Delpeyrat et Montfort) devrait être incluse afin de garantir ces débouchés.
597. L'absence de cession de marque active sur le canal GMS n'est pas de nature à remettre en cause l'efficacité des Engagements canards gras, compte tenu notamment des caractéristiques de la demande exprimée par les GMS pour les produits issus de canards gras, et du fait qu'une telle cession serait disproportionnée au regard de l'objectif poursuivi. Il ressort en effet de l'instruction que les GMS sont enclines à reporter une partie de leur demande en produits issus de canards gras (foie gras et viandes) vers les concurrents de la nouvelle entité, à la condition que ces derniers soient en mesure de sécuriser les volumes demandés. L'Autorité relève à cet égard que les concurrents des parties disposent déjà pour la plupart de leurs propres marques, tels que Labeyrie pour le groupe Lur Berri, Larnaudie et Canards d'Auzan pour le groupe CA Holding, Delmond l'Originel pour Terres du Sud ou encore Paysans de Gascogne pour le groupe Lafitte. L'effet utile de l'engagement ne nécessite donc pas tant de transférer un débouché sous forme d'une marque au profit d'un concurrent unique que de permettre à plusieurs opérateurs de développer efficacement les marques qu'ils exploitent déjà par l'augmentation de leurs capacités de production et donc de leur capacité à répondre à la demande des GMS. En outre, le transfert de volumes prévus par les Engagements canards gras doit permettre aux opérateurs de concurrencer plus efficacement la nouvelle entité en matière de produits MDD, pour lesquels les appels d'offres concernent souvent des volumes conséquents.
598. De plus, le volume de deux millions de canards gras transféré est adapté pour lever les doutes d'atteintes à la concurrence. Il s'agit en effet d'un volume conséquent comparable aux volumes de canards produits par chacun des principaux concurrents des parties avant l'opération, volumes qui se situent dans une fourchette comprise entre 1 et 3 millions de canards gras. Dans ce contexte, l'Autorité considère que ce volume permet de créer ou de maintenir des alternatives significatives à même de pouvoir répondre aux besoins des GMS, et donc de pouvoir concurrencer significativement la nouvelle entité, et ce quand bien même ces volumes seraient panachés entre plusieurs concurrents. Les concurrents interrogés ont confirmé ce constat en indiquant en majorité que la baisse de l'approvisionnement de la nouvelle entité, au vu des volumes concernés, devait leur permettre de répondre à de nouvelles opportunités de développement dès lors qu'ils seraient en mesure de produire des volumes correspondant au niveau de la demande exprimée par les clients sur les marchés aval, en particulier les GMS.

599. En outre, l'Autorité relève que l'impact des transferts sur la structure de la concurrence sera d'autant plus important qu'ils viendront également minorer les capacités de production de la nouvelle entité.
600. Il résulte de ce qui précède que l'Autorité considère que l'objectif et le périmètre de l'Engagement canards gras est adapté et de nature à lever les doutes d'atteinte à la concurrence sur les marchés identifiés.

♦ *Concernant le comptage du volume transféré*

601. Les engagements prévoient le suivi, tout au long de leur durée, des volumes de canards gras sortants et entrants. Cette prise en compte des variations potentielles de volumes chez la nouvelle entité présente l'avantage de garantir le suivi du transfert effectif de 2 millions de canards gras des parties au bénéfice des concurrents, sans pour autant figer les positions de la nouvelle entité en permettant aux producteurs des concurrents qui le souhaiteraient de rejoindre cette dernière. Ce système permet donc à la nouvelle entité de demeurer une alternative pour les producteurs des concurrents qui désireraient la rejoindre : il ne fige pas la concurrence sur le marché.
602. L'Autorité souligne en outre que le comptage des deux millions de canards gras transférés exclut les canards gras actuellement fournis par l'entité Canadour à des opérateurs tiers. Ainsi, si le repreneur de l'entité Canadour décidait d'utiliser tout ou partie de ces canards gras pour son compte propre, ces volumes (pouvant aller jusqu'à 500 000 canards gras) ne seraient pas comptabilisés en tant que volumes sortants parmi les deux millions de canards, dès lors qu'ils ne sont pas, préalablement à l'opération, utilisés par Maïsadour pour ses besoins propres.
603. La même logique conduit à considérer que, dans le cas où la cession de l'entité Canadour et de la marque Sarrade seraient dissociées et que le repreneur de Sarrade solliciterait le transfert de canards gras (à hauteur de 500 000 canards gras) via des contrats d'approvisionnement ou des transferts de producteurs²³⁴, les canards transférés au repreneur de la marque Sarrade seraient effectivement comptabilisés au sein de l'objectif de deux millions.
604. Plus globalement, l'Autorité sera, tout au long de la durée d'application des engagements, particulièrement attentive au suivi des volumes transférés. Le mandataire, conformément aux engagements, effectuera tous les trois mois un rapport comportant un suivi statistique du nombre de canards gras transférés et sur les débouchés concernés. L'Autorité se réserve la possibilité de communiquer publiquement sur cette avancée.

b) Concernant l'Engagement n° 1

605. Comme indiqué ci-dessus, les cessions de l'entité Canadour et de Sarrade, sont de nature à permettre le transfert d'un maximum d'un million de canards gras (en cas de cession dissociée) et, à tout le moins, de 500 000 canards gras pour un repreneur unique.
606. Il ressort de l'instruction que Sarrade dispose d'une bonne notoriété en RHF, canal sur lequel cette marque est très principalement active. En outre, la cession de Sarrade a pour effet de supprimer tout chevauchement d'activité entre les parties sur le canal RHF.

²³⁴ Comme précisé au point 10 des engagements, « le repreneur de la marque Sarrade pourra bénéficier de la cession d'un Contrat d'approvisionnement et/ou d'un transfert de Producteurs des Parties pour un volume allant jusqu'à 500 000 canards gras ».

607. En ce qu'elle peut être couplée à la reprise de l'entité Canadour ou qu'elle peut s'accompagner de cessions de contrats d'approvisionnement ou de transferts de producteurs, cette cession permet en outre au repreneur de bénéficier de la matière première nécessaire pour pouvoir animer le marché avec cette acquisition.
608. Dans l'hypothèse de cessions à des repreneurs distincts, la cession de l'entité Canadour est appropriée et efficace en ce qu'elle permet, de manière immédiate et efficace, le transfert d'au moins 500 000 canards vers un concurrent.
609. L'Autorité considère que le premier engagement est suffisamment effectif et contrôlable pour résoudre les problèmes de concurrence identifiés en RHF ou participer au transfert rapide d'un volume important de canards gras à la concurrence.
610. Enfin, les engagements liés visant à continuer l'approvisionnement actuels des opérateurs tiers auprès de l'entité Canadour aux conditions actuelles, dans l'hypothèse où le repreneur cesserait ou réduirait ces approvisionnements, permet de garantir la continuité de leur activité. De plus, la proposition selon laquelle le repreneur pourra demander à la nouvelle entité de bénéficier de prestations d'abattage pour son compte, d'approvisionnement en canetons ou en nutrition animale, à des conditions de marché, permettra à ce dernier de bénéficier des outils et intrants nécessaires pour absorber ce volume conséquent en une seule reprise.
611. L'Autorité relève que le recours à une cession, pour l'entité Canadour, sous le régime de « *l'up-front buyer* » signifie que l'opération, dans son ensemble, ne pourra pas être réalisée avant que l'Autorité agréé le repreneur et le contrat de cession de l'entité Canadour. Jusqu'à cette date, Euralis et Maisadour devront se comporter comme deux entreprises indépendantes et s'assurer de l'absence de mise en œuvre anticipée de l'opération.

c) Concernant l'Engagement n° 2

612. L'Engagement n° 2 prévoit un ensemble de mesures instaurant des conditions favorables et incitatives permettant à tout producteur de la nouvelle entité, qui le souhaiterait, de rejoindre un concurrent.
613. L'Engagement n° 2 sera mis en œuvre à compter de la cession de l'entité Canadour, cette cession devant intervenir avant la réalisation de l'opération. L'Autorité de la concurrence sera vigilante à la mise en œuvre diligente des mesures concernées par l'Engagement n° 2 à compter de la cession de l'entité Canadour.
614. L'Autorité abordera successivement, dans cette section, le mécanisme d'information, la levée des freins à la mobilité des producteurs, la prime à la reprise versée aux concurrents repreneurs et la nature progressive du transfert de capacités aux concurrents.

♦ Concernant mécanisme d'information des concurrents

615. L'Engagement n° 2 prévoit un mécanisme d'information annuel, au bénéfice des concurrents, concernant les producteurs amenés à quitter la nouvelle entité dans les 18 mois suivants (départ à la retraite ou producteur actif souhaitant la quitter). Cette information permettra aux concurrents de pouvoir démarcher activement les producteurs susceptibles de quitter la nouvelle entité. Cette information sera accessible à l'ensemble des opérateurs figurant sur la liste des « principales entreprises de découpe-transformation » et des

« principales entreprises de transformation » dans le dernier rapport annuel du CIFOG. Elle le sera également pour les opérateurs ne figurant pas sur cette liste²³⁵.

616. Grâce aux informations dont disposeront les concurrents à propos des exploitations concernées (adresse, capacité notamment), ils pourront cibler leurs propositions de rejoindre leur(s) OP aux producteurs qu'ils souhaiteraient accueillir. L'Autorité note à cet égard que la précision des informations est primordiale pour que les engagements soient pleinement effectifs.
617. Le mécanisme d'information doit s'accompagner, dans les mois suivant l'opération, d'une double communication²³⁶ interne (par courriel/courrier) auprès des producteurs de la nouvelle entité pour qu'ils soient en mesure de faire jouer les clauses de sortie facilitées (voir ci-dessous), mais également externe, à destination de la presse locale et de la presse spécialisée, afin que producteurs et concurrents aient connaissance des modalités de fonctionnement de l'engagement, participant à son efficacité.

♦ *Concernant la levée des freins à la mobilité des producteurs*

618. La possibilité d'une résiliation anticipée sans pénalité et le remboursement des aides à l'installation versées par les parties, prévus par l'Engagement n° 2, sont de nature à permettre une mobilité accrue des producteurs.
619. La possibilité d'une résiliation anticipée avec préavis de cinq mois doit permettre à tout producteur d'envisager une mobilité vers une autre coopérative sans attendre la fin de son engagement. Cette mesure est donc de nature à fluidifier les transferts des producteurs des OP des parties vers leurs concurrents.
620. L'Engagement n° 2 permet en outre de lever les freins financiers éventuels qui pouvaient contraindre un producteur. En effet, ce dernier ne supportera pas, en application des engagements, de pénalités pour des résiliations anticipées, et n'aura en sus pas à rembourser les éventuelles aides à l'installation perçues. Selon les parties, ces aides peuvent atteindre 30 000 euros et constituent en temps normal des freins importants à la mobilité des producteurs.

♦ *Concernant la prime versée aux concurrents*

621. L'Engagement n° 2 prévoit également le versement d'une prime au concurrent reprenant une installation. Cette prime est versée aux concurrents et non au producteur en raison de contraintes propres au droit coopératif, qui interdit toutes formes d'avantages particuliers consentis à certains membres d'une coopérative²³⁷.
622. Concernant la prime elle-même, l'Autorité relève que sa modalité de fixation, reposant sur un prix fixe par place d'élevage ou de gavage, est transparent et objectivement contrôlable.

²³⁵ Permettant ainsi à des concurrents potentiels d'avoir accès à cette information.

²³⁶ Ces communications sont désignées comme l'engagement n° 4 dans les engagements des parties.

²³⁷ En effet, l'article 15 de la loi n° 47-1775 du 10 septembre 1947 portant statut de la coopération indique que « [n]ulle répartition ne peut être opérée entre les associés si ce n'est au prorata des opérations traitées avec chacun d'entre eux ou du travail fourni par lui ». Dès lors, une prime, versée à un coopérateur sortant s'opposerait au principe de ristourne proportionnelle et serait contraire au principe d'équité entre les adhérents d'une coopérative.

623. Celui-ci, fixé à 2,25 euros par place d'élevage et 15 euros par place de gavage²³⁸, est cohérent avec les ordres de grandeur de primes à l'installation pratiquées par les parties préalablement à l'opération et constitue dès lors un montant approprié pour encourager les concurrents à reprendre des exploitations des parties.

♦ *Concernant le caractère progressif du transfert de capacités de production aux concurrents*

624. Le marché connaît actuellement une phase surcapacitaire qui aurait pu être de nature à questionner l'effectivité de l'engagement.

625. Toutefois, l'Autorité relève que si des concurrents ont pu indiquer ne pas être en mesure d'accueillir des producteurs des parties à très court terme, ils ont exprimé le souhait de bénéficier d'un transfert de producteurs d'ici deux à trois ans, afin notamment de compenser, via le mécanisme de l'engagement, l'érosion de leurs capacités de production due aux départs en retraite de leurs producteurs.

626. Plus généralement, la mise en œuvre progressive sur une période maximale de 5 ans de l'Engagement n° 2 est cohérente avec le fonctionnement des marchés amont de la filière canard gras. Les capacités de production proviennent en effet d'un ensemble de producteurs qui peuvent adhérer individuellement à la coopérative de leur choix. Les transferts de capacité via l'adhésion des producteurs à des coopératives concurrentes seront nécessairement progressifs dans la mesure où chaque transfert sera individuel et ne concernera pas un ensemble de producteurs. L'Autorité relève au surplus que la mise en œuvre progressive des transferts à plusieurs concurrents doit permettre à ces derniers de réaliser des investissements nécessaires, le cas échéant, en matière d'abattage ou de transformation, afin d'absorber ces volumes dans de bonnes conditions.

627. A ce titre, le transfert progressif de capacités de production aux concurrents assure l'effet utile des engagements.

628. L'Engagement n° 2 met les concurrents en situation d'accueillir des producteurs des parties tout au long de leur durée. L'Autorité le considère dès lors approprié pour répondre aux problèmes de concurrence soulevés par l'opération puisqu'ils permettent effectivement de transférer (avec obligation de résultat), en cinq ans maximum, au moins deux millions de canards gras à des concurrents des parties.

629. L'Autorité relève en outre que le caractère progressif des engagements est cohérent avec les manifestations d'intérêt et donc les besoins des concurrents qui ont été exprimés dans le cadre du test de marché relatif aux engagements. La mise en œuvre lissée des engagements tout au long de leur durée d'application permet en effet aux concurrents, à horizon 2028/2029, de se positionner pour des reprises d'exploitation pour remplacer les éventuels départs à la retraite ou pour renforcer leur capacité de production.

630. Enfin, afin de permettre aux concurrents de disposer à court terme des volumes nécessaires pour favoriser les conditions d'une concurrence efficace, le caractère progressif des transferts de capacité sera compensé, à titre provisoire, par la mise en place d'un droit de tirage au titre de l'Engagement n° 3.

²³⁸ Comme l'indiquent les engagements au point 29, « [à] titre illustratif, le transfert d'un éleveur, disposant d'une capacité d'élevage de 10 000 canards par bande, représente une prime globale de 22 500 € et le transfert d'un engraisseur, disposant de 1 000 places de gavage, représente une prime globale de 15 000 € ».

d) Concernant l'Engagement n° 3

631. L'Engagement n° 3 prévoit un droit de tirage calculé annuellement au bénéfice des concurrents.
632. Le droit de tirage ne constitue pas un transfert pérenne de capacité vers les concurrents, mais il permet la mise à disposition, à court terme, pour les concurrents qui en formuleraient la demande, d'un volume de canards gras correspondant au solde entre les volumes déjà transférés et le volume total de 2 millions de canards gras. Il doit ainsi contribuer à diminuer le volume dont bénéficient les parties pour leur compte propre.
633. En outre, le droit de tirage se fait à prix coutant, c'est-à-dire sans marge pour la nouvelle entité de telle sorte qu'elle ne retirera pas de bénéfices de ce mécanisme et n'exercera en outre pas de pouvoir de marché sur ce fondement.
634. L'Autorité note enfin que les parties ont fait en sorte d'aligner du mieux possible les déclarations d'intention des concurrents soient en cohérence et le calendrier des négociations annuelles entre les opérateurs de la filière canards gras et les clients GMS, afin que les concurrents puissent au mieux déterminer et anticiper le volume dont ils ont besoin pour satisfaire leurs débouchés.
635. L'Engagement n° 3 sera mis en œuvre à compter de la cession de l'entité Canadour, cette cession devant intervenir avant la réalisation de l'opération. L'Autorité de la concurrence sera vigilante à la mise en œuvre diligente des mesures concernées par l'Engagement n° 3 à compter de la cession de l'entité Canadour.

e) Concernant l'Engagement n° 4

636. Enfin, l'Engagement n° 4, qui a trait à la communication interne et externe des Engagements canards gras, contribuera à leur effet utile en informant tous les opérateurs intéressés (concurrents et producteurs notamment) de l'existence et des principales modalités de mise en œuvre de ces derniers. Cet engagement constitue donc un complément utile à la bonne mise en œuvre de l'Engagement canards gras.

f) Le rôle du mandataire

637. Comme indiqué ci-dessous, le rôle du mandataire sera prépondérant dans le suivi statistique des transferts de canards gras tout au long de l'application des engagements. Le rapport qu'il transmettra à l'Autorité permettra en effet de suivre avec précision l'état et le progrès des engagements des parties.
638. Dans le cadre de l'Engagement n° 1, le mandataire accompagnera les parties sur le processus des cessions de l'entité Canadour et de Sarrade. Le mandataire chargé du suivi des engagements devra s'assurer en premier lieu que les repreneurs potentiels aient bien accès aux informations nécessaires leur permettant de concrétiser ou non leur intérêt à la reprise. En outre, après l'expiration de la première période de cession de [confidentiel] mois, le mandataire²³⁹ aura la charge de procéder à la cession des actifs qui n'auraient pas été cédés durant ce laps de temps.
639. Son rôle sera en outre majeur dans le cadre de l'Engagement n° 2. Tout au long de l'application de cet engagement, le mandataire devra assurer que les informations transmises

²³⁹ Qui pourra, le cas échéant, être un autre mandataire spécifiquement chargé de la cession.

par les parties concernant les producteurs prêts à quitter la nouvelle entité soient complètes, exactes et actualisées permettant aux concurrents de démarcher utilement ces producteurs. Le mandataire devra également, pour chaque cession, être en mesure d'apprécier la viabilité de l'actif repris par un concurrent.

640. Compte tenu de ce qui précède, l'Autorité considère que les Engagements canards gras sont de nature à éliminer les risques d'atteinte à la concurrence résultant de l'opération sur les marchés des canards gras.

B. LES ENGAGEMENTS DANS LE SECTEUR DE LA NUTRITION ANIMALE

1. PRESENTATION DES ENGAGEMENTS DANS LE SECTEUR DE LA NUTRITION ANIMALE

641. Les Engagements nutrition animale consistent en la cession de l'usine de Pomarez (Landes) détenue par SOAL (Maïsadour), incluant les immobilisations corporelles et incorporelles affectées à son exploitation, les licences, permis et autorisations administratives, le bénéfice et la charge de tous les contrats, baux, engagements et commandes de clients en cours dans le cadre de l'exploitation de l'usine et le bénéfice et la charge de tous les contrats afférant au personnel de celle-ci.
642. Cette cession devra intervenir dans un délai de [confidentiel] mois à compter de la date de la présente décision. Afin de préserver l'efficacité de l'engagement de cession, la nouvelle entité s'engage à ne pas réacquérir l'actif cédé, ni à acquérir une influence directe ou indirecte sur celui-ci, pour une durée de 10 ans.
643. Plusieurs mesures d'accompagnement à la cession sont en outre prévues. Les parties s'engagent tout d'abord à ce que, à la demande de l'acquéreur, la nouvelle entité approvisionne ce dernier en matières premières pour les besoins de l'actif cédé, à des conditions de marché, pendant l'année suivant la cession. En outre, les parties s'engagent à agréer le repreneur de l'actif cédé pour lui permettre de commercialiser ses propres produits de nutrition animale à destination des filières intégrées de la nouvelle entité, dans la limite de [confidentiel] tonnes par an, ce qui correspond à la production de l'actif cédé à destination de ces filières avant l'opération, dans le respect d'un principe de non-discrimination par rapport aux autres fournisseurs de produits de nutrition animale de la nouvelle entité. Cet agrément est délivré pour 5 ans à compter de la date de la cession de l'usine. Enfin, les clients actuels de l'usine de Pomarez sur le marché libre pourront résilier totalement ou partiellement leur contrat conclu avec Maïsadour (ou ses filiales) s'agissant de l'approvisionnement en produits de nutrition animale en provenance de l'actif cédé, et ce sans pénalité, afin que ces clients puissent continuer à s'approvisionner auprès de l'usine de Pomarez. Cette mesure d'accompagnement est souscrite pour une durée d'un an.
644. Le suivi de la mise en œuvre des Engagements nutrition animale sera assuré par un mandataire indépendant des parties.

2. APPRECIATION DES ENGAGEMENTS

645. En l'espèce, cet engagement de nature structurelle a pour effet de garantir l'existence d'une alternative crédible et suffisante dans les territoires où un risque d'atteinte à la concurrence

a été identifié. Pour mémoire, l'opération conduit, dans les zones des usines d'Euralis à Lons et Vic et des usines de Maïsadour à Saint-Sylvestre, Baigts, Orègue et Pomarez, à la création d'un quasi-duopole et donc à la suppression d'une alternative importante sur ces marchés.

646. L'efficacité des remèdes dépend de la cession des actifs concernés à un acquéreur approprié. Pour rétablir des conditions de concurrence suffisantes, le repreneur devra être capable de concurrencer la nouvelle entité de manière effective sur les marchés concernés. Ceci suppose qu'il présente toutes les garanties de viabilité et d'indépendance, tant juridique que commerciale, vis-à-vis de la nouvelle entité. Le repreneur devra donc être un acteur expérimenté du secteur de la nutrition animale, indépendant des parties et capable d'assurer l'exploitation pérenne de l'actif cédé.
647. En outre, l'acquisition de l'usine cédée ne doit pas être susceptible de créer de nouvelles atteintes à la concurrence sur les marchés concernés, en créant ou en renforçant la position d'un concurrent déjà fortement implanté.
648. Dans le cas présent, l'usine de Pomarez constitue un actif significatif, avec une capacité annuelle de production de 100 000 tonnes. Elle est à cet égard la troisième usine la plus importante exploitée par Maïsadour (derrière les sites d'Auch et de Haut-Mauco) et la seule de ces trois usines à être implantée dans l'ensemble des zones identifiées par l'Autorité où l'opération conduirait à la création d'un quasi-duopole. L'Autorité note à cet égard que les volumes produits dans l'usine de Pomarez représentent, en 2024, près de 10 % de l'ensemble des volumes produits dans chacune des zones considérées. Ces volumes correspondent à une part significative de l'incrément issu d'Euralis dans ces zones.
649. Ainsi, la cession de l'usine de Pomarez doit permettre à son repreneur de représenter une offre alternative significative dans ces zones, ainsi que l'ont d'ailleurs confirmé les opérateurs interrogés au cours du test de marché. De manière générale, les répondants ont indiqué considérer cet actif comme attractif et en mesure de permettre l'émergence d'une offre alternative conséquente sur son territoire d'intervention.
650. En outre, les mesures comportementales d'accompagnement de la cession participeront à la garantie de la viabilité économique de l'actif cédé.
651. Une première mesure répond notamment à la question des débouchés de l'usine pour le repreneur. Aux termes de l'engagement, l'usine sera agréée comme fournisseur de nutrition animale à destination des filières de la nouvelle entité, pour une durée de cinq années à compter de la cession de l'usine, dans la limite de [confidentiel] tonnes par an. Il ressort des éléments fournis par les parties que cette limitation correspond à la production de l'usine de Pomarez à destination des filières de Maïsadour avant l'opération. Elle constitue donc un débouché significatif, correspondant à 40 % des capacités de production de l'actif (et environ la moitié des volumes produits en 2024). Les parties ont complété cette mesure par l'engagement de permettre à leurs co-contractants sur le marché libre (c'est-à-dire les clients qui ne sont pas adhérents des parties) de se libérer des contrats existants sans pénalités pendant un an à compter de la cession de l'usine.
652. La seconde mesure vise à garantir au repreneur un approvisionnement en matières premières destinées à la fabrication de produits de nutrition animale à des conditions normales de marché pendant une période de démarrage d'un an suivant la cession. L'Autorité juge cette mesure appropriée pour éviter tout risque de rupture d'approvisionnement en intrants nécessaires à la production de nutrition animale, qui viendrait pénaliser le repreneur.
653. L'Autorité considère dès lors que ces deux mesures sont de nature à garantir les débouchés et l'approvisionnement de l'actif cédé – donc sa viabilité – pour le repreneur.

654. Le mandataire chargé du suivi des engagements devra s'assurer en premier lieu que les repreneurs potentiels aient bien accès aux informations nécessaires leur permettant de concrétiser ou non leur intérêt à la reprise. En outre, après l'expiration de la première période de cession de [confidentiel] mois, le mandataire²⁴⁰ aura la charge de procéder à la cession des actifs qui n'auraient pas été cédés durant ce laps de temps.
655. Le mandataire chargé du suivi des engagements devra en outre s'assurer du principe de non-discrimination à l'égard du repreneur de l'usine, afin que les engagements comportementaux assurant la viabilité de l'actif cédé puissent être pleinement effectifs.
656. En conséquence, les Engagements nutrition animale sont de nature à éliminer les risques d'atteinte à la concurrence résultant de l'opération sur les marchés de la nutrition animale.

C. LES ENGAGEMENTS DANS LES SECTEURS DES COP ET DE L'AGROFOURNITURE

1. PRESENTATION DES ENGAGEMENTS DANS LES SECTEURS DES COP ET DE L'AGROFOURNITURE

657. Dans le cadre des Engagements COP, les parties ont proposé deux types de mesures : une série d'engagements structurels et des engagements comportementaux.

a) Les engagements structurels

658. Les engagements proposés portent sur la cession de douze plateformes et silos de collecte à un ou plusieurs concurrent(s) actif(s) dans le secteur de la collecte de COP, dans un délai maximum de [confidentiel] mois à compter de la date de la présente décision. Parmi les 12 cessions proposées, trois portent alternativement sur 2 infrastructures de collectes différentes.

²⁴⁰ Qui pourra, le cas échéant, être un autre mandataire spécifiquement chargé de la cession.

Sites concernés	Entité	Type	Capacité de collecte (en tonnes)
Saint-Lon	Maïsadour	Silo-stockeur	15 000
Leren ou Sames	Maïsadour Euralis	Plateformes de collectes	500 500
Basta Saint Vincent de Paul	Euralis	Silo-sécheur	42 000
Souprosse	Euralis	Plateforme de collecte	500
Saint-Maurice	Maïsadour	Plateforme de collecte	500
Araujuzon	Maïsadour	Plateforme de collecte	500
Leme	Maïsadour	Silo-sécheur	12 500
Arzacq Vignes	Euralis	Plateforme de collecte	500
Barcelonne du Gers	Euralis	Silo-sécheur	77 600
Bahus	Euralis	Plateforme de collecte	500
Hagetmau ou Samadet	Euralis Maïsadour	Silo-stockeur Silo-sécheur	10 500 10 000
Momuy ou Mant	Euralis Maïsadour	Plateformes de collecte	500 500

659. Afin de préserver l'efficacité de l'engagement de cession, la nouvelle entité s'engage à ne pas réacquérir les actifs cédés, ni à acquérir une influence directe ou indirecte sur ceux-ci, pendant une durée de 10 ans.

b) Les engagements comportementaux

Dans le secteur des COP

660. Les parties se sont engagées à procéder à la modification des statuts de la nouvelle entité, de manière à réduire, pour leurs adhérents, l'obligation d'apport de leurs récoltes de COP à la coopérative en la portant à un minimum de 50 % en volume de récolte. Cette modification pourra être mise en œuvre au moment de l'adoption des statuts de la nouvelle entité. Cet engagement sera maintenu pour une durée de 5 ans à compter de la cession du dernier actif cédé.

661. De plus, les parties proposent de dispenser individuellement les agriculteurs situés dans les zones de 15 kilomètres des douze sites de collecte cédés du paiement de pénalités. Cette dispense fera l'objet d'une information individuelles auprès des agriculteurs concernés. Ces engagements s'appliquent envers chaque producteur de COP situé à moins de 15 kilomètres d'un actif cédé, pour une durée de 5 ans à compter du *closing* de la cession de l'actif concerné.

Dans le secteur de l'agrofourniture

662. Les parties s'engagent par ailleurs à fixer corrélativement le principe de l'obligation d'approvisionnement total via la coopérative à un minimum de 50 % de leurs besoins en produits d'agrofourniture pour la production de COP.
663. Les parties s'engagent également à ne pas lier l'apport de leurs adhérents en COP et l'approvisionnement des adhérents en produits d'agrofourniture auprès de la coopérative.
664. Enfin, les parties s'engagent à dispenser leurs conseillers techniciens commerciaux de l'exécution de toute clause de non-concurrence et de toute pénalité associée en cas de recrutement de l'un de leurs conseillers comme salarié par un acquéreur de l'un des sites concernés par les engagements, dans une zone comprenant l'un de ces sites.
665. Les parties rédigeront les statuts et règlement intérieur de la nouvelle entité conformément à ces engagements. Ces engagements sont pris pour une durée de cinq ans à compter de la cession du dernier actif cédé.
666. Le suivi de la mise en œuvre des Engagements COP sera assuré par un mandataire indépendant des parties.

2. APPRECIATION DES ENGAGEMENTS

a) Les engagements structurels

667. Les engagements consistent en la cession, dans un délai de [confidentiel] mois à compter de la présente décision²⁴¹, de douze plateformes et silos de collecte se situant au sein de chaque zone dans laquelle les effets de l'opération sont susceptibles de porter atteinte à la concurrence.
668. Compte tenu du marché géographique défini par un rayon de 15 kilomètres autour de chaque infrastructure de collecte retenu, et dans la mesure où ces marchés se superposent très largement, la cession d'un site a généralement un impact dans plusieurs zones, comme l'illustre le tableau ci-après.

²⁴¹ Ces [confidentiel] mois se décomposent en deux périodes : une première période de cession de [confidentiel] mois et une période de [confidentiel] mois durant laquelle le mandataire sera chargé de la cession.

Sites proposés à la cession	Zones dans lesquelles les risques d'atteinte à la concurrence sont éliminés par la cession du site
Saint-Lon	Saint-Jean, Saint-Lon, Belus, Peyrehorade, Sames, Leren
Leren ou Sames	Saint-Jean, Saint-Lon, Belus, Peyrehorade, Sames, Leren
Basta Saint Vincent de Paul	Laluque, Basta, Cassen, Onard, Tartas, Audon
Souprosse	Meilhan, Haut-Mauco, Lamothe, Saint-Sever, Saint-Maurice, Mauléon, Monguilhem
Saint-Maurice	Meilhan, Haut-Mauco, Lamothe, Saint-Sever, Saint-Maurice, Mauléon, Monguilhem
Araujuzon	Autevielle, Sauveterre du Béarn, Araujuzon, Susmiou, Lanneplaa, Orthez
Leme	Arzacq, Miramont, Boueilh, Leme, Poursiugues, Piets, Poms
Arzacq Vignes	Arzacq, Miramont, Boueilh, Leme, Poursiugues, Piets, Poms
Barcelonne du Gers	Cazeres, Aire, Barcelonne du Gers, Sorbets, Bahu-Soubiran, Duhort, Classun
Bahu-Soubiran	Cazeres, Aire, Barcelonne du Gers, Sorbets, Bahu-Soubiran, Duhort, Classun
Hagetmau ou Samadet	Hagetmau (Maïsador), Hagetmau (Euralis), Audignon, Fargues, Coudures, Samadet, Urgons, Momuy, Saint-Cricq Chalosse, Mant (Euralis), Mant (Maïsador), Arboucave
Momuy ou Mant	Hagetmau (Maïsador), Hagetmau (Euralis), Audignon, Fargues, Coudures, Samadet, Urgons, Momuy, Saint-Cricq Chalosse, Mant (Euralis), Mant (Maïsador), Arboucave

669. Via cet ensemble de cessions, les parties verront leur présence sur ces marchés significativement réduite, résultant en une diminution importante de l'incrément. Ces cessions permettront surtout aux producteurs de COP de disposer d'un choix incluant au moins trois groupes actifs différents après leur mise en œuvre (incluant la nouvelle entité), constituant autant d'alternatives pour la vente de leurs récoltes. À cet égard, l'Autorité sera, dans le cadre de son analyse de l'agrément du ou des repreneur(s), vigilante quant à l'identité de celui-ci afin d'éviter une concentration des marchés locaux entre un nombre réduit d'opérateurs et de garantir un choix suffisant au bénéfice des agriculteurs.
670. L'Autorité relève que la grande majorité des répondants au test de marché a indiqué que les cessions envisagées étaient, dans leur principe et leur périmètre, de nature à résoudre les problèmes de concurrence identifiés par l'Autorité. En outre, la quasi-totalité des sites proposés a reçu des marques d'intérêt au cours du test de marché, confirmant la pertinence des sites proposés.

671. De plus, l'Autorité accueille favorablement le fait que, compte tenu de la proximité géographique de plusieurs infrastructures de collecté proposées à la cession, un éventuel repreneur actuellement absent d'une zone puisse disposer, en cas de reprise, de plusieurs sites situés dans une même zone (par exemple dans le cas de sites Leme et Arzacq Vignes, les cessions incluent dans une même zone un silo-séchoir et une plateforme qui pourra utilement servir du support à ce silo-séchoir). Cette circonstance est de nature à renforcer encore le degré de concurrence entre opérateurs.

b) Les engagements comportementaux

Dans le secteur des COP

672. L'engagement de limiter à 50 %²⁴² les obligations d'apport en matière de COP, pour une durée de cinq ans à compter de la cession du dernier site cédé, permettra aux adhérents de la nouvelle entité de continuer à recourir ou de décider de recourir aux offres concurrentes dans les zones couvertes par les parties pour une partie de leurs récoltes. Les opérateurs interrogés ont toutefois fait valoir que ce niveau de libération partielle des obligations d'apport ne permettait pas de garantir à suffisance que les sites cédés seraient effectivement utilisés par les producteurs de COP adhérents des parties pour garantir leur viabilité économique.
673. Compte tenu de ces retours, les parties ont amélioré leur proposition en s'engageant à supprimer, pour les agriculteurs dont les exploitations sont situées dans une zone de 15 kilomètres autour de chaque site cédé, les pénalités qui peuvent être appliquées par la nouvelle entité²⁴³ en cas de non-respect du taux d'apport obligatoire. Cet engagement fait ainsi disparaître, en pratique, toute obligation d'apport minimum pour les producteurs situés à proximité des sites cédés.
674. L'Autorité note à cet égard que cet engagement aura un véritable effet sur les incitations des producteurs de COP concernés. Il ressort en effet des éléments fournis par les parties que ces dernières ont sanctionné à plusieurs reprises au cours des dernières années certains de leurs coopérateurs pour ne pas avoir respecté les obligations d'apport. Les sanctions prononcées en cas de non-respect constituent donc une menace que l'engagement vient lever. Cet engagement apparaît également proportionné à l'objectif poursuivi, en ce qu'il vise spécifiquement les producteurs les plus susceptibles d'apporter leurs récoltes aux points de collecte cédés²⁴⁴.
675. Ainsi, cet engagement favorise la viabilité des sites cédés dès lors que le repreneur pourra potentiellement collecter l'intégralité de la récolte d'un producteur adhérent de la nouvelle entité en cas de baisse significative des prix de sa part, par exemple, outre le fait qu'il exploitera une infrastructure de proximité (à moins de 15 kilomètres de ces producteurs).

²⁴² Afin d'assurer le bon suivi de cet engagement, les parties fourniront dès que possible à l'Autorité les statuts et le règlement intérieur de la nouvelle entité. L'Autorité relève que l'entrée en vigueur de l'engagement se situe à la signature des statuts et du règlement intérieur de la nouvelle entité, quand bien même rien n'empêche les parties de le mettre en œuvre préalablement à la réalisation de l'opération.

²⁴³ L'Autorité note à cet égard que les producteurs concernés par cette mesure seront informés par la nouvelle entité.

²⁴⁴ À cet égard, les parties ont fait valoir qu'une diminution supplémentaire de l'obligation d'apport en matière de COP serait disproportionnée en ce qu'elle s'appliquerait à l'ensemble des producteurs coopérateurs de la nouvelle entité, incluant des exploitations situées en dehors des zones où des risques d'atteinte à la concurrence ont été identifiés.

676. La durée de cet engagement est de 5 ans, à compter de la cession de chaque site. Cette durée apparaît suffisante et proportionnée pour garantir l'exercice d'une concurrence entre organismes collecteurs dans les zones concernées à compter de la reprise du site. Le déclenchement du délai à partir de la cession garantit par ailleurs l'effet utile de la mesure et accompagne utilement le lancement de l'activité par le repreneur.
677. En ce qu'il garantit la viabilité des sites repris ainsi que la liberté des producteurs des zones concernées de se tourner vers des alternatives, pendant une durée de cinq ans (correspondant, par ailleurs, en pratique, à la durée d'engagement des adhérents des parties), l'engagement proposé est proportionné et efficace.

Dans le secteur de l'agrofourniture

678. Les marchés des COP et de l'agrofourniture sont étroitement liés compte tenu du rôle majeur des points de collecte de COP et des conseillers technicien-commerciaux.
679. En laissant la possibilité aux adhérents de s'approvisionner jusqu'à 50 % de leurs besoins auprès de tiers et, surtout, en ne liant pas l'apport des adhérents en COP à l'approvisionnement en produits d'agrofourniture, l'engagement est de nature à leur permettre de s'approvisionner auprès des fournisseurs de leur choix. Cet engagement constitue donc un remède adéquat, qui permet d'éviter tout risque d'effets anti-concurrentiels horizontaux sur ces marchés connexes.
680. En outre, les engagements des parties facilitent le recrutement, par les repreneurs des sites concernés, des conseillers technico-commerciaux des parties. Ils dispensent ces derniers de toute clause de non-concurrence ou de toute pénalité associée dès lors qu'ils seraient amenés à travailler pour le compte du repreneur dans une zone territoriale incluant un des actifs cédés. Dans un marché où *l'intuitu personae* reste déterminant, cette mesure est de nature à pouvoir assurer l'activité d'agrofourniture d'un repreneur, s'il en éprouve la nécessité.

c) Le rôle du mandataire

681. Dans le cadre de la cession des sites concernés par les engagements, le mandataire²⁴⁵ devra s'assurer en premier lieu que les repreneurs potentiels aient bien accès aux informations nécessaires leur permettant de concrétiser leur intérêt éventuel à la reprise. En outre, après l'expiration de la première période de cession de [confidentiel] mois, le mandataire aura la charge de procéder à la cession des actifs qui n'auraient pas été cédés durant ce laps de temps.
682. Le mandataire devra en outre s'assurer de la diligence de la nouvelle entité à transmettre les statuts et le règlement intérieur de la nouvelle entité. Ces documents constituent en effet le point de départ des engagements comportementaux (limitation de l'obligation d'apport à 50 % en COP et d'approvisionnement en agrofourniture, ne pas lier l'approvisionnement en agrofourniture et apport de COP) à l'exception de la non-application des pénalités en COP.
683. Sur ce dernier point, le mandataire devra s'assurer dans un premier temps que chaque producteur présent dans une zone de 15 kilomètres autour d'un actif cédé soit informé utilement de cet engagement, ce qui suppose qu'il puisse disposer d'une liste complète des producteurs concernés, qui devra, par ailleurs, être mise à jour le cas échéant afin d'intégrer les producteurs qui rejoindraient la nouvelle entité. Le mandataire devra, en outre, s'assurer que les pénalités prévues ne sont pas appliquées et que les producteurs coopérateurs qui

²⁴⁵ Qui pourra, le cas échéant, être un autre mandataire spécifiquement chargé de la cession.

apporteraient moins de 50 % de leurs volumes de COP à la nouvelle entité ne fassent l'objet d'aucune forme de discrimination vis-à-vis des autres. A cet effet, le mandataire devra être en mesure d'interroger les producteurs concernés et donc disposer de leurs coordonnées.

684. Compte tenu de l'ensemble des éléments qui précèdent, les engagements proposés par les parties sont de nature à éliminer les atteintes à la concurrence sur les marchés de la collecte de COP et de l'agrofourniture.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 24-311 est autorisée sous réserve des engagements décrits aux paragraphes 573 à 683 ci-dessus et annexés à la présente décision.

Le président,

Benoît Cœuré

© Autorité de la concurrence

Annexe 1 : Parts de marché des parties en GMS pour l'année 2024 (Source : parties)

Type de produits	Signe de qualité	Taille de marché indicative (T)	Euralis	Maïsadour	Nouvelle entité
Foies gras Crus	GMS	[...]	[10-20] %	[10-20] %	[30-40] %
	<i>Signe de qualité</i>	[...]	[0-5] %	[5-10] %	[5-10] %
	<i>Standard</i>	[...]	[30-40] %	[30-40] %	[60-70] %
Foies gras entiers	GMS	[...]	[10-20] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>Signe de qualité</i>	[...]	[20-30] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>Standard</i>	[...]	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
	MDD	[...]	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
	<i>Signe de qualité</i>	[...]	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
	<i>Standard</i>	[...]	[10-20] %	[30-40] %	[50-60] %
	MDF	[...]	[10-20] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>Signe de qualité</i>	[...]	[20-30] %	[20-30] %	[50-60] %
	<i>Standard</i>	[...]	[10-20] %	[10-20] %	[30-40] %
Blocs et blocs morceaux de foies gras	GMS	[...]	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
	<i>Signe de qualité</i>	[...]	[10-20] %	[10-20] %	[20-30] %
	<i>Standard</i>	[...]	[20-30] %	[30-40] %	[50-60] %
	MDD	[...]	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
	<i>Signe de qualité</i>	[...]	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
	<i>Standard</i>	[...]	[10-20] %	[70-80] %	[80-90] %
	MDF	[...]	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
	<i>Signe de qualité</i>	[...]	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
	<i>Standard</i>	[...]	[20-30] %	[20-30] %	[40-50] %

Type de produits	Signe de qualité	Taille de marché indicative (T)	Euralis	Maïsadour	Nouvelle entité
Magrets	GMS	[...]	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
	Signe de qualité	[...]	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
	Standard	[...]	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
	MDD	[...]	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
	Signe de qualité	[...]	[5-10] %	[0-5] %	[10-20] %
	Standard	[...]	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
	MDF	[...]	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
	Signe de qualité	[...]	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
	Standard	[...]	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
Autres produits de viande découpés	GMS	[...]	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
	Signe de qualité	[...]	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	Standard	[...]	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
	MDD	[...]	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	Signe de qualité	[...]	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	Standard	[...]	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	MDF	[...]	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
	Signe de qualité	[...]	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
	Standard	[...]	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
Magrets fumés séchés	GMS	[...]	[10-20] %	[40-50] %	[60-70] %
	Signe de qualité	[...]	[10-20] %	[50-60] %	[60-70] %
	Standard	[...]	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %
	MDD	[...]	[10-20] %	[40-50] %	[60-70] %
	Signe de qualité	[...]	[10-20] %	[40-50] %	[60-70] %
	Standard				
	MDF	[...]	[10-20] %	[50-60] %	[60-70] %
	Signe de qualité	[...]	[10-20] %	[50-60] %	[70-80] %
	Standard	[...]	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %

Confits	GMS	[...]	[20-30] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>Signe de qualité</i>	[...]	[10-20] %	[30-40] %	[40-50] %
	<i>Standard</i>	[...]	[30-40] %	[10-20] %	[40-50] %
	MDD	[...]	[20-30] %	[30-40] %	[50-60] %
	<i>Signe de qualité</i>	[...]	[20-30] %	[20-30] %	[50-60] %
	<i>Standard</i>	[...]	[0-5] %	[60-70] %	[60-70] %
	MDF	[...]	[20-30] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>Signe de qualité</i>	[...]	[0-5] %	[40-50] %	[40-50] %
	<i>Standard</i>	[...]	[30-40] %	[10-20] %	[40-50] %

Annexe 2 : Parts de marché des parties en GMS pour l'année 2024 (Source : estimations de l'Autorité)

Type de produits	Signe de qualité	Euralis	Maïsadour	Nouvelle entité
Foies gras Crus	GMS	[30-40] %	[10-20] %	[50-60] %
	MDD	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
	<i>Signe de qualité</i>	[90-100] %	[0-5] %	[90-100] %
	<i>Standard</i>	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
	MDF	[40-50] %	[10-20] %	[60-70] %
	<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	<i>Standard</i>	[50-60] %	[20-30] %	[70-80] %
Foies gras entiers	GMS	[20-30] %	[20-30] %	[40-50] %
	MDD	[20-30] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>Signe de qualité</i>	[30-40] %	[10-20] %	[40-50] %
	<i>Standard</i>	[10-20] %	[40-50] %	[50-60] %
	MDF	[20-30] %	[20-30] %	[50-60] %
	<i>Signe de qualité</i>	[20-30] %	[30-40] %	[60-70] %
	<i>Standard</i>	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
Blocs et blocs morceaux de foies gras	GMS	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
	MDD	[5-10] %	[20-30] %	[20-30] %
	<i>Signe de qualité</i>	[20-30] %	[20-30] %	[50-60] %
	<i>Standard</i>	[0-5] %	[20-30] %	[20-30] %
	MDF	[10-20] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>Signe de qualité</i>	[10-20] %	[30-40] %	[40-50] %
	<i>Standard</i>	[10-20] %	[20-30] %	[40-50] %

Type de produits	Signe de qualité	Euralis	Maïsadour	Nouvelle entité
Magrets	<i>GMS</i>	[20-30] %	[10-20] %	[40-50] %
	<i>MDD</i>	[10-20] %	[10-20] %	[30-40] %
	<i>Signe de qualité</i>	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
	<i>Standard</i>	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
	<i>MDF</i>	[30-40] %	[20-30] %	[50-60] %
	<i>Signe de qualité</i>	[40-50] %	[0-5] %	[40-50] %
	<i>Standard</i>	[30-40] %	[20-30] %	[50-60] %
Magrets fumés séchés	<i>GMS</i>	[10-20] %	[40-50] %	[50-60] %
	<i>MDD</i>	[5-10] %	[30-40] %	[40-50] %
	<i>Signe de qualité</i>	[5-10] %	[30-40] %	[40-50] %
	<i>Standard</i>	[10-20] %	[30-40] %	[40-50] %
	<i>MDF</i>	[10-20] %	[60-70] %	[80-90] %
	<i>Signe de qualité</i>	[10-20] %	[70-80] %	[90-100] %
	<i>Standard</i>	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
Confits	<i>GMS</i>	[10-20] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>MDD</i>	[10-20] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>Signe de qualité</i>	[10-20] %	[20-30] %	[30-40] %
	<i>Standard</i>	[10-20] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>MDF</i>	[10-20] %	[20-30] %	[40-50] %
	<i>Signe de qualité</i>	[10-20] %	[60-70] %	[80-90] %
	<i>Standard</i>	[10-20] %	[5-10] %	[20-30] %

Annexe 3 : Parts de marché des parties en RHF pour l'année 2024 (source : parties)

Type de produits	Surgelés / Non surgelés	Signe de qualité	Euralis	Maïsadour	Nouvelle entité
Foies gras Crus	Tous produits confondus	<i>Tous produits confondus</i>	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[40-50] %	[0-5] %	[40-50] %
	Non-surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[10-20] %	[0-5] %	[20-30] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
	Surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[40-50] %	[0-5] %	[40-50] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[60-70] %	[0-5] %	[60-70] %
Foies gras entiers	Tous produits confondus	<i>Tous produits confondus</i>	[10-20] %	[10-20] %	[30-40] %
		<i>Signe de qualité</i>	[5-10] %	[20-30] %	[30-40] %
		<i>Standard</i>	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
	Non-surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
		<i>Signe de qualité</i>	[10-20] %	[5-10] %	[20-30] %
		<i>Standard</i>	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
	Surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[0-5] %	[40-50] %	[40-50] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[40-50] %	[40-50] %
		<i>Standard</i>	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %

Blocs et blocs morceaux de foies gras	Tous produits confondus	<i>Tous produits confondus</i>	[20-30] %	[10-20] %	[40-50] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[40-50] %	[10-20] %	[50-60] %
	Non-surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[30-40] %	[10-20] %	[40-50] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[40-50] %	[10-20] %	[50-60] %
	Surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %

Type de produits	Surgelés / Non surgelés	Signe de qualité	Euralis	Maïsadour	Nouvelle entité
Magrets	Tous produits confondus	<i>Tous produits confondus</i>	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[30-40] %	[5-10] %	[30-40] %
	Non-surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[30-40] %	[10-20] %	[40-50] %
	Surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
Autres produits de viande découpés	Tous produits confondus	<i>Tous produits confondus</i>	[10-20] %	[5-10] %	[20-30] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[10-20] %	[5-10] %	[20-30] %
	Non-surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[20-30] %	[0-5] %	[20-30] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[30-40] %	[0-5] %	[30-40] %
	Surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[5-10] %	[10-20] %	[10-20] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[5-10] %	[10-20] %	[20-30] %

Magrets fumés séchés	Tous produits confondus	<i>Tous produits confondus</i>	[10-20] %	[10-20] %	[20-30] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[30-40] %	[30-40] %	[70-80] %
	Non- surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[10-20] %	[10-20] %	[20-30] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[30-40] %	[40-50] %	[70-80] %
	Surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[5-10] %	[0-5] %	[5-10] %
Confits	Tous produits confondus	<i>Tous produits confondus</i>	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
		<i>Signe de qualité</i>	[20-30] %	[5-10] %	[20-30] %
		<i>Standard</i>	[30-40] %	[5-10] %	[40-50] %
	Non- surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[30-40] %	[5-10] %	[30-40] %
		<i>Signe de qualité</i>	[20-30] %	[5-10] %	[30-40] %
		<i>Standard</i>	[30-40] %	[5-10] %	[40-50] %
	Surgelés	<i>Tous produits confondus</i>	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %
		<i>Signe de qualité</i>	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
		<i>Standard</i>	[10-20] %	[0-5] %	[10-20] %

**Annexe 4 : Parts de marché des parties en volumes de COP, pour la récolte 2024-2025
(source : parties)**

Département	Volume total collecté dans le département (en tonnes)		Volume des COP collectés par les parties	Part de marché
Aube	1 317 977	Euralis	[...]	[0-5] %
		Maïsadour	[...]	[0-5] %
		Nouvelle entité	[...]	[0-5] %
Dordogne	243 086	Euralis	[...]	[0-5] %
		Maïsadour	[...]	[0-5] %
		Nouvelle entité	[...]	[0-5] %
Gers	946 932	Euralis	[...]	[0-5] %
		Maïsadour	[...]	[0-5] %
		Nouvelle entité	[...]	[0-5] %
Gironde	196 446	Euralis	[...]	[0-5] %
		Maïsadour	[...]	[10-20] %
		Nouvelle entité	[...]	[10-20] %
Haute-Garonne	784 068	Euralis	[...]	[10-20] %
		Maïsadour	[...]	[0-5] %
		Nouvelle entité	[...]	[10-20] %
Landes	949 347	Euralis	[...]	[5-10] %
		Maïsadour	[...]	[30-40] %
		Nouvelle entité	[...]	[40-50] %
Lot-et-Garonne	668 120	Euralis	[...]	[0-5] %
		Maïsadour	[...]	[0-5] %
		Nouvelle entité	[...]	[0-5] %
Pyrénées-Atlantiques	658 774	Euralis	[...]	[20-30] %
		Maïsadour	[...]	[10-20] %
		Nouvelle entité	[...]	[30-40] %

Annexe 5 : Tableaux des zones locales COP (source : parties)

Site (Propriétaire)	Part de marché cumulée en volumes collectés la plus importante sur les trois dernières campagnes	Incrément en volume	Nombre de sites actifs de la nouvelle entité	Nombre de groupes concurrents ²⁴⁶	Nombre de sites concurrents
Aire (Maisadour)	[60-70] % (2024/2025)	[10-20] pts	7	3	7
Araujuzon (Maisadour)	[30-40] % (2023/2024)	[10-20] pts	5	1	5
Arboucave (Maisadour)	[50-60] % (2022/2023)	[10-20] pts	11	2	3
Audignon (Maisadour)	[50-60] % (2023/2024)	[5-10] pts	10	2	3
Audon (Maisadour)	[50-60] % (2022/2023)	[5-10] pts	8	1	3
Autevielle (Maisadour)	[30-40] % (2023/2024)	[5-10] pts	4	1	2
Arzacq- Vignes (Euralis)	[60-70] % (2024/2025)	[20-30] pts	10	5	6
Bahus- Soubiran (Euralis)	[60-70] % (2024/2025)	[10-20] pts	10	3	5
Barcelonne du Gers (Euralis)	[50-60] % (2024/2025)	[10-20] pts	7	4	11
Basta Saint Vincent de Paul (Euralis)	[50-60] % (2022/2023)	[10-20] pts	4	1	1
Belus (Euralis)	[50-60] % (2022/2023)	[10-20] pts	9	2	2
Boueilh- Boueilho- Lasque (Euralis)	[50-60] % (2022/2023)	[20-30] pts	9	6	9
Cassen (Maisadour)	[50-60] % (2022/2023)	[0-5] pts	7	1	3
Cazères (Maisadour)	[50-60] % (2024/2025)	[10-20] pts	6	2	5
Classun (Maisadour)	[60-70] % (2024/2025)	[10-20] pts	9	3	3
Coudures (Maisadour)	[50-60] % (2023/2024)	[10-20] pts	10	4	4
Duhort (Maisadour)	[60-70] % (2024/2025)	[10-20] pts	9	3	4

²⁴⁶ Seuls les organismes collecteurs agréés par FranceAgriMer sont comptabilisés

Fargues (Maisadour)	[60-70] % (2024/2025)	[10-20] pts	8	2	2
Hagetmau (Maisadour)	[50-60] % (2023/2024)	[10-20] pts	10	1	1
Hagetmau (Euralis)	[50-60] % (2023/2024)	[10-20] pts	12	2	2
Haut-Mauco (Maisadour)	[50-60] % (2022/2023)	[5-10] pts	3	1	2
Laluque (Maisadour)	[50-60] % (2022/2023)	[0-5] pts	4	1	1
Lamothe (Maisadour)	[50-60] % (2022/2023)	[10-20] pts	7	2	4
Leme (Maisadour)	[60-70] % (2022/2023)	[20-30] pts	7	5	6
Leren (Maisadour)	[40-50] % (2022/2023)	[20-30] pts	7	2	3
Lanneplaa (Euralis)	[50-60] % (2023/2024)	[10-20] pts	4	2	3
Mant (Maisadour)	[50-60] % (2023/2024)	[10-20] pts	9	1	1
Mauleon (Maisadour)	[30-40] % (2022/2023)	[0-5] pts	4	2	5
Meilhan (Maisadour)	[50-60] % (2022/2023)	[5-10] pts	6	2	3
Miramont (Maisadour)	[60-70] % (2024/2025)	[20-30] pts	8	4	5
Momuy (Euralis)	[60-70] % (2023/2024)	[10-20] pts	11	1	1
Onard (Maisadour)	[50-60] % (2022/2023)	[0-5] pts	7	2	4
Orthez (Maisadour)	[50-60] % (2023/2024)	[20-30] pts	6	3	4
Peyrehorade (Maisadour)	[50-60] % (2022/2023)	[20-30] pts	7	4	4
Piets-Plasence-Moustrou (Euralis)	[50-60] % (2023/2024)	[20-30] pts	7	2	2
Pomps (Euralis)	[50-60] % (2023/2024)	[10-20] pts	6	2	6
Poursiugues-Boucoue (Euralis)	[60-70] % (2022/2023)	[20-30] pts	8	5	6
Samadet (Maisadour)	[50-60] % (2023/2024)	[5-10] pts	12	2	2
Sorbets (Maisadour)	[70-80] % (2024/2025)	[20-30] pts	8	3	4
St-Cricq Chalosse (Maisadour)	[50-60] % (2023/2024)	[10-20] pts	9	3	3
St-Jean (Maisadour)	[50-60] % (2022/2023)	[20-30] pts	4	2	2

St-Lon (Maïsadour)	[50-60] % (2022/2023)	[10-20] pts	5	1	1
St-Maurice (Maïsadour)	[50-60] % (2024/2025)	[5-10] pts	6	3	4
St-Sever (Euralis)	[50-60] % (2022/2023)	[5-10] pts	10	3	4
Sames (Euralis)	[50-60] % (2022/2023)	[20-30] pts	7	3	4
Sault de Navailles (Euralis)	[60-70] % (2023/2024)	[30-40] pts	6	2	4
Sauveterre de Béarn (Euralis)	[30-40] % (2023/2024)	[5-10] pts	4	1	2
Susmiou (Euralis)	[30-40] % (2024/2025)	[10-20] pts	2	1	3
Tartas (Maïsadour)	[50-60] % (2022/2023)	[0-5] pts	5	1	1
Urgons (Maïsadour)	[60-70] % (2024/2025)	[10-20] pts	7	2	3