

***Cas n° COMP/M.6441 -
SENOBLE/ AGRIAL/
SENAGRAL JV***

Le texte en langue française est le seul disponible et faisant foi.

**REGLEMENT (EC) n° 139/2004
SUR LES CONCENTRATIONS**

Article 6, paragraphe 1, point b) NON-OPPOSITION
date: 20/02/2012

***En support électronique sur le site Internet EUR-Lex sous
le numéro de document 32012M6441***



Bruxelles, le 20.02.2012

C(2012)1231

Dans la version publique de cette décision, des informations ont été supprimées conformément à l'article 17 (2) du règlement du Conseil (CE) n° 139/2004 concernant la non-divulgence des secrets d'affaires et autres informations confidentielles. Les omissions sont donc indiquées par [...]. Quand cela était possible, les informations omises ont été remplacées par des fourchettes de chiffres ou une description générale.

VERSION PUBLIQUE

PROCÉDURE DE CONTRÔLE DES
OPÉRATIONS DE CONCENTRATION

Aux parties notifiantes:

Madame, Monsieur,

**Objet : Affaire n° COMP/M.6441 - SENOBLE/ AGRIAL/ SENAGRAL JV
Décision de la Commission européenne en application de l'article 6(1)(b) du
règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil¹**

1. Le 16 Janvier 2012, la Commission européenne a reçu notification, conformément à l'article 4 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil², d'un projet de concentration par lequel les entreprises SENOBLE et AGRIAL acquièrent, au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), du règlement sur les concentrations, le contrôle en commun de l'entreprise nouvellement créée SENAGRAL (France) par apport d'actifs et achat d'actions dans une société nouvellement créée constituant une entreprise commune.

I. LES PARTIES

2. AGRIAL est un groupe coopératif agricole français, intervenant dans les secteurs agricoles et agroalimentaires suivants : l'agrofourmiture, l'alimentation animale, la distribution rurale, l'équipement agricole et les filières animales et végétales. AGRIAL est notamment active dans la collecte de lait.
3. SENOBLE produit et commercialise des produits laitiers frais (yaourts, fromages frais, crème fraîche) et exerce diverses activités liées de collecte de lait auprès de

¹ JO L 24 du 29.1.2004, p. 1 («le règlement sur les concentrations»). Applicable à compter du 1^{er} décembre 2009, le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne («TFUE») a introduit divers changements, parmi lesquels le remplacement des termes «Communauté» par «Union» et «marché commun» par «marché intérieur». Les termes du TFUE seront utilisés dans cette décision.

² JO L 24 du 29.1.2004, p. 1 (le «règlement sur les concentrations»).

producteurs laitiers et de logistique de transport alimentaire. SENOBLE est notamment active en France, en Espagne, au Royaume-Uni, en Italie et en Slovaquie, dans la production et la commercialisation de laits, de produits laitiers et de boissons à base de fruits.

4. SENAGRAL sera active dans le domaine de la production et de la commercialisation de produits laitiers frais sous marque de distributeur (MDD) en France, en Allemagne et au Benelux.

II. L'OPERATION

5. Aux termes du Protocole d'accord conclu entre les Parties le 8 décembre 2011, SENOBLE et AGRIAL détiendront chacun 50 % du capital de SENAGRAL. Les principales décisions concernant l'entreprise commune seront prises d'un commun accord par les deux actionnaires de SENAGRAL³.
6. Par ailleurs, aux termes du protocole d'accord, SENOBLE transfèrera à SENAGRAL l'ensemble des actifs de production de produits laitiers frais, le personnel lié, ainsi que les contrats commerciaux correspondants au périmètre assigné à l'entreprise commune. SENAGRAL aura accès au marché dans le champ d'activité qui sera le sien, maîtrisant ses approvisionnements en lait, sa production ainsi que la commercialisation de ses produits dans le périmètre qui lui sera confié. Ce périmètre consiste en la commercialisation de produits laitiers frais sous MDD en France, en Allemagne et au Benelux. L'entreprise commune est prévue pour une durée indéterminée.
7. Des relations d'achat et vente existeront entre SENAGRAL et SENOBLE, à tout le moins pendant une période initiale, mais elles ne sont pas de nature à affecter son autonomie des lors que SENAGRAL ne sera pas tributaire de ces achats et ventes⁴. Les volumes fabriqués par SENAGRAL pour le compte de SENOBLE représenteront [20-30]% ([20-30]% en valeur) de la production totale de SENAGRAL en 2012 pour atteindre [10-20]% ([20-30]% en valeur) en 2018. Des relations limitées de distribution existeront également entre SENAGRAL et SENOBLE pour la distribution (par SENAGRAL) de desserts premium sous MDD en Allemagne, en France et au Benelux. Les volumes distribués par SENAGRAL pour le compte de SENOBLE représenteront [5-10]% des volumes produits par SENAGRAL.
8. Aucun approvisionnement n'est pour l'heure prévu entre SENAGRAL et AGRIAL. Si SENAGRAL souhaite dans le futur s'approvisionner auprès

³ Le Conseil d'Administration de SENAGRAL sera composé de 2 administrateurs désignés par SENOBLE et 2 administrateurs désignés par AGRIAL, approuvera les décisions importantes à la majorité simple, notamment la nomination des Directeurs Généraux, l'adoption et modification du plan d'affaires triennal, la cessation et le développement d'activités, la modification de la stratégie et les principaux investissements. (article 4.4.1. du Pacte d'associés conclu le 8 décembre 2011 entre les Parties, Formulaire CO, Annexe 5.1.1. p.70). Il est par ailleurs prévu que " *en case de partage des voix et quelle que soit la composition du Conseil d'Administration, le Président n'aura pas de voix prépondérante*" (article 4.5.9 du Pacte d'associés).

⁴ La Communication consolidée sur la compétence de la Commission en vertu du règlement (CE) no 139/2004 du Conseil relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises précise, au paragraphe 98, que « Si l'entreprise commune réalise plus de 50 % de son chiffre d'affaires avec des tiers, cela constitue une indication de son caractère de plein exercice ».

d'AGRIAL, elle ne pourra le faire que sur la base de conditions commerciales normales.

9. L'opération notifiée constitue dès lors une concentration au sens de l'article 3, paragraphe 4 du règlement sur les concentrations, dans la mesure où elle se traduit par le contrôle en commun de l'entreprise nouvellement créée (SENAGRAL) par apport d'actifs et achat d'actions dans une société nouvellement créée constituant une entreprise commune de plein exercice.

III. DIMENSION UE

10. Les entreprises concernées réalisent un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 2 500 millions d'euros (AGRIAL : [...] d'euros, SENOBLE : [...] d'euros)⁵. Dans au moins trois Etats membres le chiffre d'affaires cumulé de l'ensemble des entreprises dépasse [...] d'euros : en Espagne (AGRIAL : [...] d'euros, SENOBLE : [...] d'euros), en France (AGRIAL : [...] d'euros, SENOBLE : [...] d'euros) et au Royaume-Uni (AGRIAL : [...] d'euros, SENOBLE : [...] d'euros). Dans ces trois Etats membres les entreprises concernées réalisent chacune un chiffre d'affaires total supérieur à 25 millions d'euros. Chacune d'entre elles réalise un chiffre d'affaires dans l'Union de plus de 100 millions d'euros (AGRIAL : [...] d'euros, SENOBLE : [...] d'euros). Seul AGRIAL réalise plus des deux tiers de son chiffre d'affaires dans l'Union Européenne au sein d'un seul et même Etat membre, en France. L'opération a donc une dimension européenne au sens de l'article 1, paragraphe 3 du Règlement.

IV. ANALYSE CONCURRENTIELLE

11. L'opération concerne principalement le secteur du lait et des produits laitiers frais.⁶ Les Parties sont simultanément présentes sur un certain nombre de marchés de produits liés au secteur laitier en France. Le seul marché potentiel horizontalement affecté par l'opération est celui de l'approvisionnement en lait cru de vache dans le département français de l'Eure.
12. Les autres marchés verticalement affectés sont certains sous segments du marché français de la vente de détail de produits laitiers frais si les produits vendus sous marques de producteurs et ceux vendus sous MDD ne sont pas considérés comme faisant partie du même marché de produits : (i) les yaourts nature sous MDD, (ii) les yaourts à valeur ajoutée du segment santé sous MDD, (iii) les fromages blancs à valeur ajoutée sous MDD, (iv) les fromages blancs à valeur ajoutée du segment gourmandise sous MDD, (v) les crèmes aux œufs/cuits au four sous MDD.

1. Effets horizontaux : marché de l'approvisionnement en lait cru de vache

Définition du marché de produit

13. Afin de fabriquer les produits laitiers qui sont ensuite vendus aux détaillants et aux grossistes, les Parties se fournissent en lait cru auprès de producteurs laitiers.

⁵ Chiffre d'affaire calculé conformément à l'article 5(1) du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil.

⁶ AGRIAL est également active dans la production et commercialisation d'autres produits alimentaires, notamment des cidres, et des jus de fruits frais comme DANA O contenant du lait écrémé qui est acheté auprès d'un fournisseur tiers. SENOBLE n'est pas active dans ces secteurs.

L'approvisionnement en lait se fait, par la collecte de lait cru directement auprès des producteurs.

14. AGRIAL et SENAGRAL seront actives sur le marché de la collecte de lait de vache en France, SENOBLE demeurera active sur ce marché dans d'autres Etats membres (Espagne et Slovaquie). AGRIAL est également marginalement active dans la collecte de lait de chèvre, qui représente moins de [0-5]% de ses volumes collectés.
15. Les Parties considèrent que le marché de l'approvisionnement en lait cru est un marché pertinent distinct, en accord avec la pratique de la Commission⁷.
16. En ce qui concerne le marché de l'approvisionnement en lait cru, la Commission a analysé dans sa décision *Lactalis/Nestlé JV (II)*⁸ la possibilité d'une subdivision entre l'approvisionnement en lait cru de vache, de brebis et de chèvre car, pour la majorité des produits en aval, les trois types de lait ne sont pas substituables. Elle n'a toutefois pas conclu sur la question de savoir si ces segments constituaient des marchés de produits pertinents distincts. Dans sa décision *Friesland Foods/Campina*⁹ la Commission a analysé l'approvisionnement en lait cru de vache mais n'a pas conclu si ce dernier constituait un marché de produit pertinent distinct. Dans le cas présent, l'enquête de marché a confirmé que le lait de vache et le lait de chèvre ne sont pas substituables du point de vue de la demande¹⁰. D'autre part, la plupart des collecteurs de lait de vache ayant répondu à l'enquête de marché ne sont pas actifs dans la collecte de lait de chèvre¹¹. La transaction ne donnant lieu à un chevauchement horizontal entre les parties qu'en ce qui concerne la collecte de lait cru de vache, la collecte des autres types de lait ne sera plus considérée dans la suite de cette décision.
17. En ce qui concerne une segmentation plus fine du marché de l'approvisionnement en lait cru de vache, la Commission, dans sa décision *Friesland Foods/Campina*¹², a retenu une segmentation en distinguant d'une part entre le lait conventionnel et le lait biologique, d'autre part.
18. SENOBLE ne collecte pas de lait biologique mais seulement du lait classique. La collecte de lait biologique ne représente que [0-5]% de la collecte de lait d'AGRIAL. Dès lors, la collecte de lait biologique ne sera plus considérée dans la suite de cette décision.

Définition du marché géographique

19. Les Parties considèrent que le marché de l'approvisionnement en lait cru de vache est national, en accord avec les décisions de la Commission dans ses décisions *Arla*

⁷ Décision de la Commission du 17 décembre 2008 n°COMP/M.5046 Friesland Foods/Campina.

⁸ Décision de la Commission du 19 septembre 2006 n° COMP/M.4344 Lactalis/Nestlé JV(II).

⁹ Décision de la Commission du 17 décembre 2008 n°COMP/M.5046 Friesland Foods/Campina.

¹⁰ Voir les réponses à la question 5 du questionnaire *concurrents collecte de lait* envoyé par la Commission le 20 janvier 2012

¹¹ Voir les réponses à la question 4.2 du questionnaire *concurrents collecte de lait* envoyé par la Commission le 20 janvier 2012

¹² Décision de la Commission du 17 décembre 2008 n°COMP/M.5046 Friesland Foods/Campina.

*Foods/Express Dairies, Lactalis/Nestlé JV(II) et Friesland Foods/Campina*¹³. Dans le cas *Lactalis/Puleva*¹⁴, concernant le secteur espagnol de la collecte de lait cru, la Commission a considéré que chaque cas doit être analysé séparément selon ses mérites, et que dans le cas d'espèce, les moyens de communication et de transports en place, l'organisation ou non des producteurs en coopératives, le niveau de l'homogénéité des prix de vente, ainsi que la taille du territoire sont des facteurs pertinents à prendre en compte afin de déterminer le périmètre géographique précis du marché de produit en question.

20. L'enquête de marché indique que le rayon maximum approprié entre l'usine de transformation de produits ultrafrais et les producteurs de lait de vache ne dépasse pas 150 km¹⁵. Il ressort également de l'enquête de marché que les prix peuvent varier d'une région à l'autre jusqu'à 10%¹⁶. Il serait donc envisageable qu'en France le marché soit de dimension infranationale (i.e. régionale ou même départementale).
21. Cependant, la question de savoir si le marché de l'approvisionnement en lait cru de vache est de dimension nationale, régionale ou départementale peut être laissée ouverte dans la mesure où l'analyse concurrentielle ne s'en trouve pas affectée.

Analyse concurrentielle

22. Sur le marché français de l'approvisionnement en lait cru de vache, la part de marché combinée des Parties s'élève à [5-10]%. Ce marché n'est dès lors pas affecté et il existe de nombreux concurrents actifs dans le secteur de la collecte du lait en France avec des parts de marchés plus importantes comme Lactalis ([20-30]%), Sodiaal ([10-20]%), ou encore Bongrain ([10-20]%).
23. Si le marché géographique de l'approvisionnement en lait cru de vache devait être de dimension infranationale, seul le marché potentiel de l'approvisionnement en lait cru de vache dans le département de l'Eure serait horizontalement affecté. La part de marché des Parties s'y élève à [10-20]%. Ces parts de marché sont limitées et ne semblent pas de nature à entraver la concurrence effective¹⁷. L'enquête de marché a par ailleurs largement confirmé que la concurrence sur le marché de la collecte de lait dans l'Eure ne sera pas impactée négativement par la transaction¹⁸. Il existe en outre des alternatives crédibles dans le secteur de la collecte du lait dans

¹³ Décision de la Commission du 10 juin 2003 n° COMP/M.3130 Arla Foods/Express Dairies; Décision de la Commission du 19 septembre 2006 n° COMP/M.4344 Lactalis/Nestlé JV(II); Décision de la Commission du 17 décembre 2008 n° COMP/M.5046 Friesland Foods/Campina.

¹⁴ Décision de la Commission du 23 août 2010 n° COMP/M.5875 – *Lactalis/Puleva Dairy*.

¹⁵ Voir les réponses aux questions 8 et 14 (respectivement) des questionnaires *concurrents collecte de lait* et *concurrents produits laitiers frais* envoyés le 20 janvier 2012.

¹⁶ Voir les réponses à la question 13 du questionnaire *concurrents collecte de lait* envoyé le 20 janvier 2012.

¹⁷ Voir sur ce point le paragraphe 18 des Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises : « les concentrations qui, en raison de la part de marché limitée des entreprises concernées, ne sont pas susceptibles d'entraver une concurrence effective, peuvent être présumées compatibles avec le marché commun. Sans préjudice des articles 81 et 82 du traité, une telle indication existe notamment lorsque la part de marché des entreprises concernées ne dépasse 25 % ni dans le marché commun ni dans une partie substantielle de celui-ci ».

¹⁸ Voir les réponses aux questions 22.2 et 22.2.1 du questionnaire *concurrents collecte de lait* envoyé par la Commission le 20 janvier 2012.

l'Eure comme Lactalis ([50-60]%), Sodiaal ([10-20]%), ou encore Coopérative Laitière de Haute Normandie ([5-10]%). Enfin, aucun concurrent actif sur le marché de la collecte de lait interrogé lors de l'enquête de marché n'anticipe une augmentation des prix du lait du fait de la transaction¹⁹.

24. Au vu des éléments qui précèdent, l'opération ne soulève pas de doutes sérieux quant à sa compatibilité avec le marché intérieur en ce qui concerne le marché de l'approvisionnement en lait cru de vache en France.

2. Effets verticaux

25. SENAGRAL et SENOBLE seront actives sur les marchés des produits laitiers frais en France, Allemagne et Benelux. SENOBLE sera par ailleurs active sur ces marchés en Espagne, au Royaume-Uni, et en Slovaquie. De son côté AGRIAL n'est présente sur aucun de ces segments de marché. Il n'y a donc pas de chevauchement horizontal entre les activités des Parties sur les marchés des produits laitiers frais. Cependant, il convient d'analyser les effets de l'opération résultant du lien vertical entre les activités des Parties sur les marchés de la collecte de lait et des produits laitiers frais.

2.1. Marché de la vente de produits laitiers frais

Définition du marché de produit

26. Les Parties commercialisent leurs produits à travers deux principaux canaux de distribution, à savoir la vente de détail, d'une part, et la vente « hors domicile », d'autre part. Cette dernière comprend les ventes aux restaurants, cafés, hôtels, traiteurs, hôpitaux, ainsi qu'à de petites entreprises tels que des boulangers ou d'autres entités du secteur de la transformation alimentaire.
27. Dans *Friesland Foods/Campina*, la Commission a envisagé une distinction entre la vente de détail et les ventes "hors domicile" mais la définition précise du marché a été laissée ouverte²⁰.
28. Dans le cas présent, la définition précise du marché peut également être laissée ouverte sur ce point dans la mesure où l'analyse concurrentielle ne s'en trouve pas affectée.
29. En ce qui concerne la possibilité de réaliser une distinction plus fine entre les produits laitiers frais vendus sous marque de distributeur (MDD) et ceux vendus sous marque de fabricant (MDF), la partie notifiante considère qu'il n'y a pas lieu de procéder à une telle distinction, dans la mesure où les MDD et les MDF sont en concurrence dans la perspective du consommateur final, en particulier en ce qui concerne le prix.
30. Dans la décision *Lactalis / Puleva*²¹ la Commission a indiqué qu'une large majorité des clients interrogés lors de l'enquête de marché a confirmé que les MDD et les

¹⁹ Voir les réponses à la question 23 du questionnaire *concurrents collecte de lait* envoyé par la Commission le 20 janvier 2012.

²⁰ Décision de la Commission du 17 décembre 2008 n° COMP/M.5046 – *Friesland Foods/Campina*.

²¹ Décision de la Commission du 23 août 2010 n° COMP/M.5875 – *Lactalis/Puleva Dairy*.

MDF se faisaient concurrence sur le marché du lait, et ce principalement sur les prix, mais a finalement laissé la définition ouverte.

31. En l'espèce, l'enquête de marché a largement confirmé que les produits laitiers vendus sous MDDet ceux vendus sous MDF sont substituables du point de vue des consommateurs au sein de certaines catégories comme les yaourts nature, les yaourts à valeur ajoutée du segment santé, les fromages blancs à valeur ajoutée, les fromages blancs à valeur ajoutée du segment gourmandise ou encore les crèmes aux œufs/cuits au four.²² Toutefois la définition précise du marché peut être laissée ouverte dans la mesure où l'analyse concurrentielle ne s'en trouve pas affectée.
32. Enfin, dans la décision *Friesland Foods/Campina*, la Commission a envisagé de segmenter les marchés de produits laitiers de base en fonction du caractère biologique des produits concernés.²³
33. En l'espèce, les Parties ne commercialisent pas de produits laitiers à base de lait biologique. Dès lors, les produits laitiers fabriqués à partir de lait biologique ne seront plus considérés dans cette décision.

Marché géographique

34. La Commission a traditionnellement retenu une dimension nationale des marchés de la commercialisation au détail des produits laitiers, en raison des différences existant dans les préférences des consommateurs, de différences de prix, de la forte présence de marques nationales et du faible volume des importations²⁴.
35. L'enquête de marché tend à confirmer la dimension nationale des marchés des produits laitiers. En particulier, concernant la France et la péninsule ibérique, la majorité des répondants à l'enquête de marché considèrent que les produits commercialisés sont différents et qu'il est important pour un fournisseur de produits laitiers dans la péninsule ibérique d'y disposer de sites de production²⁵. Toutefois la définition précise du marché géographique peut être laissée ouverte dans la mesure où l'analyse concurrentielle ne s'en trouve pas affectée.

Parts de marché

36. Sur le marché global des produits laitiers frais en France, la part de marché en volume des activités dépendant du périmètre de SENOBLE et SENAGRAL après la transaction est de [10-20]%, derrière Danone ([20-30]%), Lactalis ([10-20]%) et légèrement devant Yoplait ([10-20]%). En valeur, la part de marché cumulée des activités dépendant du périmètre de SENOBLE et SENAGRAL après la transaction atteint [5-10]%.

²² Voir les réponses aux questions 7 des questionnaires *clients produits laitiers frais et concurrents produits laitiers frais* envoyés par la Commission le 20 janvier 2012.

²³ Sont biologiques les produits respectant les conditions posées par le Règlement (CE) n° 2092/91 du 24 juin 1991 concernant le mode de production biologique de produits agricoles, et les produits ordinaires.

²⁴ Voir notamment la décision de la Commission du 17 décembre 2008 n° COMP/M.5046 – *Friesland Foods/Campina*.

²⁵ Voir les réponses aux questions 8.2 et 9 du questionnaire clients produits laitiers frais et 10.2 et 11 du questionnaire concurrents produits laitiers frais envoyés par la Commission le 20 janvier 2012

37. Sur le marché de la vente de détail de produits laitiers frais en France, la part de marché des activités dépendant du périmètre de SENOBLE et SENAGRAL après la transaction s'établit à [10-20]% en volume et [5-10]% en valeur. Sur le marché de la vente hors foyer, elle atteint [5-10]% en volume et [0-5]% en valeur
38. Sur le marché de la vente de détail des produits laitiers frais du segment MDD en France, la part de marché de SENAGRAL après la transaction est de [20-30]%²⁶, devant Novandie ([20-30]%), Lactalis ([20-30]%) et Yoplait ([5-10]%). En valeur, la part de marché en volume de SENAGRAL après la transaction s'établit à [20-30]%²⁷ sur ce même marché²⁸.

2.2 Marchés des yaourts et des fromages frais

Définition du marché de produit

39. Le marché des yaourts ou laits fermentés regroupe les produits à base de laitensemencés avec des bactéries lactiques caractéristiques. Ils peuvent être nature, aromatisés ou aux fruits et existent sous plusieurs textures : liquide, crémeuse, ou épaisse²⁹.
40. La Commission a d'autre part considéré que le marché du fromage frais regroupe les produits identifiés comme des fromages frais, des fromages blancs, des topfens, des kwark, du tehénturo et du brynza. Cette catégorie n'inclut pas les fromages fondus et les fromages frais consommés comme fromages ou comme ingrédients culinaires.
41. Dans la décision *Friesland Foods/Campina*, la Commission a segmenté plus précisément le marché entre les yaourts nature, d'une part, et les yaourts à valeur ajoutée et le fromage blanc (avec une distinction supplémentaire possible entre notamment le yaourt à valeur ajoutée du segment santé au bifidus, le fromage blanc à valeur ajoutée lissés et suisses, et le fromage blanc à valeur ajoutée du segment gourmandise comme les faisselles), d'autre part, tout en soulignant que l'approche suggérée ainsi par les Parties avait donné lieu à des réponses contrastées dans le cadre du test de marché. Elle a dès lors laissé ouverte la question de la segmentation exacte du marché de produits³⁰.
42. Les Parties proposent de retenir un marché global des yaourts et un marché global des fromages frais, comprenant également les petits suisses. Elles estiment en outre qu'il n'est pas nécessaire d'opérer des segmentations supplémentaires au sein de ces marchés dans le cas présent, dans la mesure où l'analyse concurrentielle ne s'en trouverait pas affectée.

²⁶ A la suite de la transaction seul SENAGRAL sera active sur ce segment : SENOBLE n'y sera plus active et il n'y a donc pas de chevauchement horizontal entre les activités conservées par SENOBLE et les activités de SENAGRAL.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Quant au marché de la vente hors foyer de produits laitiers frais sous MDD, il n'y a pas de chevauchement horizontal entre les Parties puisque avant comme après la transaction seule SENOBLE sera active sur ce segment

²⁹ Décision n° COMP/M.4344 – Lactalis / Nestlé / JV (II).

³⁰ Décision de la Commission du 17 décembre 2008 n° COMP/M.5046 – *Friesland Foods/Campina*.

43. L'enquête de marché ne permet pas de conclure sur ce point dans la mesure où les réponses à l'enquête sont partagées concernant le degré de substituabilité entre les différentes catégories de yaourts et de fromage frais³¹. Toutefois la segmentation de ces marchés peut rester ouverte dans la mesure où, quelle que soit la définition de marché retenue, l'analyse concurrentielle ne s'en trouvera pas affectée.

Parts de marché

44. L'opération donne lieu à des marchés affectés sur les segments suivants de la vente de détail de produits laitiers frais vendus sous *MDD* en France:
- yaourts nature (la part de marché des activités dépendant du périmètre de SENAGRAL s'établit à [20-30]% en volume);
 - yaourts à valeur ajoutée du segment santé au bifidus (la part de marché des activités dépendant du périmètre de SENAGRAL s'établit à [20-30]% en volume);
 - fromages blancs à valeur ajoutée lissés et suisses la part de marché des activités dépendant du périmètre de SENAGRAL s'établit à [20-30]% en volume);
 - fromages blancs à valeur ajoutée du segment gourmandise (la part de marché des activités dépendant du périmètre de SENAGRAL s'établit à [50-60]% en volume);

2.3. Marché des desserts lactés frais

Définition du marché de produit

45. Dans sa décision Lactalis/Nestlé/JV(II) la Commission mentionne que les desserts lactés ultra-frais sont fabriqués à base de produits laitiers frais, comme le lait ou la crème, auxquels peuvent être ajoutés des œufs, de l'amidon, des céréales, du sucre, de la vanille, du chocolat, du caramel, des fruits, etc. Ils se distinguent des desserts thermisés en raison de leur conservation au froid entre 0 et 6 degrés. La catégorie des desserts lactés regroupe les produits principaux suivants : liégeois, mousses, riz au lait, crèmes dessert, petits pots de crème, crèmes aux œufs/caramel/brûlées/catalanes, flans et puddings, clafoutis, gâteau de riz, îles flottantes, profiteroles, tiramisu.
46. Dans cette même décision, la Commission a examiné en détail la possibilité de définir des marchés plus étroits. Plus spécifiquement, elle a envisagé un sous segment des Crèmes aux œufs/Cuits au four. L'enquête de marché a néanmoins révélé qu'il paraît très difficile, du point de vue de la demande, d'isoler un tel marché. La Commission a donc relevé sans pour autant conclure qu'il convient mieux de parler d'un marché des desserts lactés fortement différencié plutôt que de marchés des crèmes aux œufs, des crèmes dessert, des liégeois, etc.

Parts de marché

47. L'opération donne lieu à un marchés affecté uniquement sur l'hypothétique segment de la vente de détail de crèmes aux œufs/cuits au four sous *MDD* en France, où la

³¹ Voir les réponses aux questions 4 des questionnaires *clients produits laitiers frais et concurrents produits laitiers frais* envoyés par la Commission le 20 janvier 2012

part de marché des activités dépendant du périmètre de SENAGRAL après la transaction s'établit à [40-50]% en volume

2.4. Analyse concurrentielle des effets verticaux de la transaction

Verrouillage de l'accès aux intrants

48. La transaction crée un lien vertical en France entre les activités d'AGRIAL sur le marché amont de la collecte de lait cru de vache et les marchés en aval des produits laitiers où SENOBLE (et, suite à la transaction, SENAGRAL) est active.
49. La part de marché combinée des Parties sur le marché amont de l'approvisionnement en lait cru de vache en France est limitée ([5-10]% au niveau national³²) et des alternatives continueront d'exister.
50. Par ailleurs, si une dimension géographique infranationale du marché de la collecte de lait cru de vache est retenue, un lien vertical n'existe que dans la région de la Haute-Normandie, composée des départements de l'Eure et de la Seine-Maritime. AGRIAL et SENOBLE sont actifs dans la collecte de lait dans l'Eure où la part de marché combinée des Parties s'élève à [10-20]%. Seul SENOBLE est actif dans la collecte de lait en Seine-Maritime où sa part de marché s'élève à [10-20]%. SENOBLE dispose d'un site de production en Seine-Maritime qui sera transféré à SENAGRAL dans le cadre de la transaction. Néanmoins les parts de marché combinées des parties dans la collecte de lait cru de vache au niveau départemental et régional (moins de 20%) sont limitées et des alternatives continueront d'exister.
51. Dès lors, il est peu probable que les Parties aient la capacité de mener avec succès une stratégie de verrouillage des intrants. Ceci a été confirmé par l'enquête de marché³³.
52. En outre la majorité des concurrents de SENOBLE (et, après la transaction, de SENAGRAL) sont verticalement intégrés et disposent de leurs propres capacités de collecte. Bongrain, le principal client d'AGRIAL (représentant [90-100]% des ventes de lait d'AGRIAL), a indiqué ne pas s'inquiéter de l'effet de l'opération sur la concurrence³⁴. Le contrat de fourniture de lait par AGRIAL à Bongrain a été conclu pour une durée de [...] ans (se terminant [...]) et lie AGRIAL au moins jusqu'à la suppression des quotas laitiers, prévue pour 2015³⁵. D'autre part, le lait fourni par AGRIAL à Bongrain ne représente que [20-30]% environ du lait consommé par Bongrain³⁶.
53. Enfin, SENOBLE ne dispose pas d'incitation à verrouiller l'accès de Bongrain au lait cru de vache : en effet, Bongrain est essentiellement actif dans la production et

³² La part de marché d'AGRIAL est de [0-5]%, celle de SENOBLE de [0-5]%.

³³ Voir les réponses aux questions 24 et 25 questionnaire *concurrents collecte de lait* envoyé par la Commission le 20 janvier 2012

³⁴ Version non-confidentielle des minutes de la conférence téléphonique avec Bongrain du 11 janvier 2012.

³⁵ Formulaire CO, p. 91.

³⁶ Formulaire CO, p. 91.

commercialisation de produits fromagers, marché sur lequel SENOBLE n'est pas présente.

Verrouillage de l'accès aux intrants

54. D'autre part, une stratégie de verrouillage de l'accès aux clients est peu probable dans la mesure où SENOBLE collectait déjà avant la transaction l'essentiel du lait nécessaire à la production de ses produits laitiers frais en France et n'achetait donc qu'une part limitée du lait dont il a besoin pour la fabrication de ses produits laitiers.
55. En outre, la part de marché de SENOBLE sur le marché aval des produits laitiers frais en France reste modeste ([10-20]% en volume). En ce qui concerne le risque de verrouillage de l'accès aux clients c'est en effet la part de marché des Parties sur le marché global des produits laitiers frais qui est pertinente dans la mesure où chacun des segments de ce marché constitue un débouché possible pour les entreprises actives dans la collecte de lait en France³⁷. En outre, en dépit des parts de marché assez élevés sur certains segments du marché des desserts lactés frais et du marché des yaourts et des fromages frais, il faut relever que le lait cru peut être utilisé comme intrant sur plusieurs autres marchés où les parties ont des parts de marché faibles.
56. La très grande majorité des clients de produits laitiers frais considère que la transaction ne provoquera pas de hausse des prix des produits laitiers frais en cause dans la mesure où SENOBLE fait déjà face à une concurrence importante et que ses produits sont substituables du point de vue de la demande. Certains clients estiment même que la transaction aura des effets proconcurrentiels³⁸. Cependant, si la très large majorité (six sur huit) des clients des Parties ayant répondu à l'enquête de marché considère que la transaction n'aura pas d'impact sur leur entreprise et qu'elle n'est pas de nature à entraîner une hausse des prix³⁹, un nombre restreint de clients de produits laitiers frais ont fait part à la Commission de leur crainte que la transaction notifiée ne provoque une augmentation des prix et une baisse de l'innovation sur le marché des produits laitiers. Ils estiment que la transaction renforcera la position de SENOBLE sur le marché en amont de la collecte de lait et éliminera un concurrent potentiel sur le marché en aval des produits laitiers⁴⁰.
57. Néanmoins, comme il a été montré plus haut, il est peu probable que les Parties aient la capacité de mener avec succès une stratégie de verrouillage des intrants., la part de marché des parties après la transaction dépassera 25% sur les marchés de la vente de détail sous MDD en France de yaourts nature, yaourts à valeur ajoutée du segment santé, fromages blancs à valeur ajoutée, fromages blancs à valeur ajoutée

³⁷ Voir point 66 des Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations non horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, Journal officiel n° C 265 du 18/10/2008 p. 0006 – 0025.

³⁸ Voir réponse à la question 12 du questionnaire *clients produits laitiers frais* envoyé par la Commission le 20 janvier 2012

³⁹ Voir réponse à la question 19 du questionnaire *concurrents produits laitiers frais* envoyé par la Commission le 20 janvier 2012

⁴⁰ Voir les réponses non-confidentielles de Carrefour aux questions 12, 13 et 14 du questionnaire *clients produits laitiers frais* envoyé par la Commission le 20 janvier 2012 et la réponse non-confidentielle de LIDL à la question 1 du questionnaire *clients produits laitiers frais* envoyé par la Commission le 20 janvier 2012.

du segment gourmandise et crème aux œufs/cuits au four. Toutefois pour chacun de ces segments, l'enquête de marché a montré que les produits vendus sous MDD sont en concurrence avec les produits vendus sous MDF. Lorsque les produits vendus sous MDF sont pris en compte dans le calcul des parts de marché, la part de marché des parties sur les segments mentionnés ci-dessus tombe en dessous de 25%. D'autre part, les parties continueront à devoir affronter des concurrents crédibles sur le marché de la vente de détail des produits laitiers frais du segment MDD en France : Novandie (avec une part de marché de [20-30]%), Lactalis ([20-30]%), Yoplait ([5-10]%), les Maîtres Laitiers du Cotentin ([5-10]%) ou encore Alsace Lait ([5-10]%).

58. Au vu des éléments qui précèdent, la présente opération ne soulève pas de doutes sérieux quant à sa compatibilité avec le marché intérieur en ce qui concerne les marchés de la collecte de lait cru de vache et des produits laitiers frais.

V. CONCLUSION

59. La Commission européenne a décidé, pour les raisons exposées ci-dessus, de ne pas s'opposer à l'opération notifiée et de la déclarer compatible avec le marché intérieur et avec l'accord EEE. La présente décision est prise sur la base de l'article 6, paragraphe 1, point b), du règlement sur les concentrations.

Par la Commission
(signé)
Joaquín ALMUNIA
Vice Président