

FR

Ce texte n'est publié qu'à fin d'information.

Un résumé de la présente décision est publié dans toutes les langues communautaires au Journal officiel de l'Union européenne.

***Cas n° COMP/M.3975 –
Cargill/Degussa Food
Ingredients***

Le texte en langue anglaise est le seul faisant foi.

**RÈGLEMENT (CE) n° 139/2004
SUR LES CONCENTRATIONS**

Article 8 (1)
date: 29/03/2006



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, 29 mars 2006

C(2006) 1034 final

VERSION NON CONFIDENTIELLE

DÉCISION DE LA COMMISSION

du 29 mars 2006

**déclarant une concentration compatible avec le marché commun
et le fonctionnement de l'accord EEE**

(Affaire COMP/M.3975 – Cargill/Degussa Food Ingredients)

Décision de la Commission

du 29 mars 2006

déclarant une concentration compatible avec le marché commun

et le fonctionnement de l'accord EEE

(Affaire COMP/M.3975 - Cargill/Degussa Food Ingredients)

(Le texte en langue anglaise est le seul faisant foi)

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le Traité instituant la Communauté européenne,

vu l'Accord sur l'Espace économique européen, et notamment son article 57,

vu le règlement du Conseil (CE) n° 139/2004 du 20.1.2004 sur le contrôle des concentrations entre entreprises¹, et notamment son article 8, paragraphe 1,

vu la décision de la Commission du 14.12.2006 d'engager une procédure dans cette affaire,

vu l'avis du Comité consultatif en matière de concentrations²,

vu le rapport final du conseiller-auditeur sur la présente affaire³,

CONSIDÉRANT CE QUI SUIT :

1. Le 21 octobre 2005, la Commission a reçu notification d'un projet de concentration par lequel Cargill Incorporated (ci-après dénommée « Cargill », États-Unis) prendrait le contrôle, au sens de l'article 3 (1) (b) du règlement du Conseil n° 139/2004 sur le contrôle des concentrations entre entreprises (« règlement sur les concentrations ») de la totalité des entreprises Degussa Food Ingredients GmbH, Degussa Food Ingredients US, LLC. et Maxens GmbH (rassemblées sous la

1 JO L 24, 29.1.2004, p. 1

2 JO C200. , p....

3 JO C200. , p....

dénomination « DFI », Allemagne) par un achat d'actions. Cargill et DFI sont ci-après dénommés « les parties ».

2. Après examen de la notification, la Commission a conclu que le projet relevait du règlement sur les concentrations.
3. Le 23 novembre 2005, les parties ont présenté leurs engagements à la Commission. Le 14 décembre 2005, la Commission a conclu que la concentration, malgré les engagements présentés, suscitait de sérieux doutes quant à sa compatibilité avec le marché commun, et a par conséquent décidé d'engager une procédure conformément à l'article 6 (1) (c) du règlement sur les concentrations. Le 4 janvier 2006, la Commission a reçu une réponse écrite de Cargill à la décision de la Commission d'engager une procédure.
4. Le comité consultatif en matière de concentrations a examiné le projet de la présente décision le 13 mars 2005.

I. LES PARTIES ET L'OPÉRATION

5. **Cargill**, groupe basé aux États-Unis, est un fournisseur international d'aliments pour animaux, de denrées alimentaires et de produits et services agricoles. Particulièrement actif dans le secteur des ingrédients alimentaires, il a récemment renforcé sa position sur ce segment par l'acquisition d'une société britannique de production d'arômes et d'une entreprise de production de pectine basée en Allemagne.
6. **DFI** est actuellement détenue par Degussa AG, dont les principaux actionnaires sont RAG (50,1 %) et E.ON AG (42,86 %). Les deux principales branches d'activité de DFI sont « DFI Texturant Systems » (Degussa Food Ingredients GmbH, Degussa Food Ingredients US, LLC. et leurs filiales) et « DFI Flavours » (Maxens GmbH et ses filiales).
7. L'opération consiste en l'acquisition de la totalité des actions de DFI actuellement détenues par Degussa AG.

II. CONCENTRATION

8. La transaction envisagée consiste en la prise de contrôle de DFI par Cargill. Elle constitue donc une concentration au sens de l'article 3 (1) (b) du règlement sur les concentrations.

III. DIMENSION COMMUNAUTAIRE

9. La concentration est de dimension communautaire au sens de l'article 1 du règlement sur les concentrations. Les parties n'atteignent pas les seuils fixés à l'article 1 (2) du règlement sur les concentrations. Toutefois, les seuils alternatifs visés à l'article 1 (3) du règlement sur les concentrations sont atteints : le chiffre d'affaires total réalisé par Cargill et DFI sur le plan mondial représente un montant supérieur à 2,5 milliards d'euros, le chiffre d'affaires total de Cargill et DFI est supérieur à 100 millions d'euros dans trois États membres où le chiffre d'affaires réalisé individuellement par chaque entreprise est supérieur à 25 millions d'euros, et le chiffre d'affaires total réalisé par Cargill et DFI dans la Communauté est supérieur

à 100 millions d'euros. De plus, Cargill et DFI ne réalisent pas plus de deux tiers de leur chiffre d'affaires dans l'UE dans un seul et même État membre.

IV. APPRÉCIATION CONCURRENTIELLE

A. Marchés de produits en cause

10. Les activités des parties se recoupent exclusivement dans la production d'ingrédients alimentaires. Les deux parties produisent et commercialisent une grande variété d'ingrédients alimentaires. Néanmoins, leurs activités sur ces marchés (par exemple biopolymères, ingrédients bioactifs et arômes) ne se recoupent que dans une moindre mesure ; par conséquent, il n'y a aucun marché en cause sur le plan horizontal. Les seuls marchés concernés par la concentration sont les marchés de la lécithine (1.), de la pectine (2.) et de l'huile de graines brute (3.).

1. Lécithine

11. La lécithine appartient à la catégorie des émulsifiants. Ces ingrédients alimentaires tirent leur nom de leur capacité à stabiliser les émulsions, c'est-à-dire un mélange de substances hydrophiles (par exemple: l'eau) et hydrophobes (par exemple: l'huile)⁴.

12. La lécithine est un émulsifiant « naturel » car la production de sa forme basique (« lécithine fluide ») ne nécessite que des opérations physiques (centrifugation, démulcination, etc.) destinées à extraire la lécithine contenue dans la graine d'origine (« insoluble dans l'acétone »). La lécithine est le seul émulsifiant *naturel* présent sur le marché. Par opposition, les émulsifiants *synthétiques* (par exemple mono- ou diglycérides) sont des produits obtenus par réaction chimique.

13. La lécithine est un sous-produit du processus de broyage des graines oléagineuses, en général les graines de soja : la lécithine commercialisée sur le marché est en majeure partie extraite à partir de l'huile de soja (95 %), alors que les autres sources comme le colza et le tournesol restent marginales⁵. La lécithine est considérée comme un sous-produit car elle représente moins d'1 % du contenu en volume d'une graine de soja et moins de 5 % en valeur⁶. Il faut également noter que 25 % seulement des installations de broyage mondiales produisent de la lécithine.

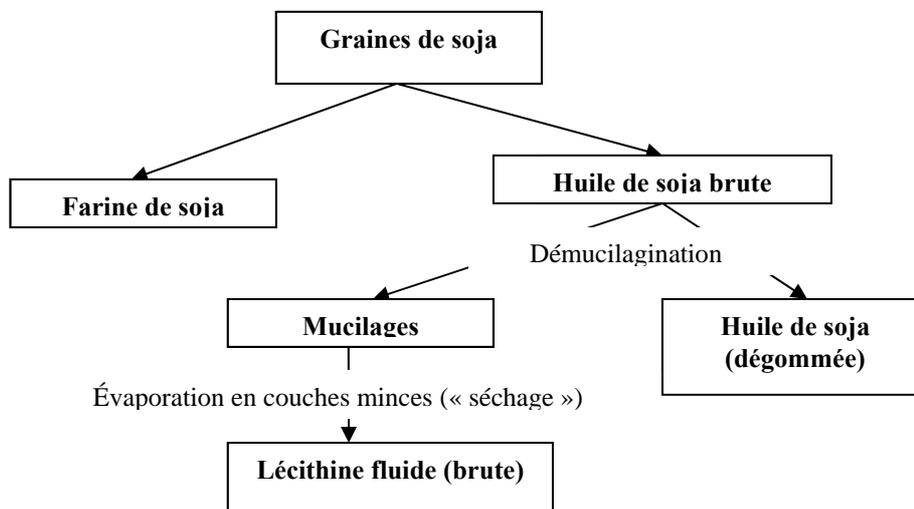
* Certains passages du présent document ont été supprimés afin de ne pas publier d'informations confidentielles; ils figurent entre crochets et sont indiqués par un astérisque.

⁴ Par exemple, les émulsifiants sont utilisés dans la margarine, qui est composée de 80 % d'huile et de 20 % d'eau.

⁵ Les autres sources (principalement le tournesol (production mondiale de 2 000 tonnes) et le colza (production mondiale de 5 000 tonnes) ne jouent pas un rôle significatif. Dans une moindre mesure, la lécithine peut également être produite à partir de jaune d'œuf. Toutefois, étant donné que les ventes de ces lécithines « alternatives » restent marginales et représentent moins de [0-10 %]* du marché, il ne sera fait dans la présente décision aucune distinction entre la lécithine de soja et la lécithine provenant d'autres sources.

⁶ Le prix d'une tonne de graines de soja est de l'ordre de [200-250]*USD. Une tonne permet de produire 750 kg de farine de soja, qui seront vendus à [100-200]*USD, et d'extraire 250 kg d'huile de soja, dont la valeur approximative sur le marché est de [100-150]*USD. Enfin, 5 kg de lécithine (fluide) sont produits pour un prix variant de [0-5]* à [5-10]*USD.

14. Les fonctions de la lécithine ne se limitent généralement pas à ses propriétés émulsifiantes ; elle intervient également dans l'arôme et d'autres caractéristiques des produits. À titre d'exemple, la lécithine est le plus souvent utilisée dans la fabrication du chocolat pour réduire la viscosité de la masse de chocolat liquide en cours de transformation. En fait, de nombreuses applications utilisent simultanément plusieurs propriétés de la lécithine⁷.
15. La lécithine est ajoutée en petites quantités dans les produits alimentaires pour l'homme et les animaux, les cosmétiques et produits pharmaceutiques, ainsi que dans les produits industriels (par exemple herbicides, cuir). Bien qu'elle représente généralement moins d'1 % des coûts de production, elle est souvent indispensable dans le processus industriel des utilisateurs finals et peut changer radicalement la qualité des produits finis.
16. Selon les estimations produites par les parties, la demande en lécithine provient principalement de l'industrie alimentaire (près de [55-65 %]*); les fabricants de confiseries (chocolat) sont les premiers acheteurs de lécithine dans ce segment⁸. Les applications dans l'alimentation pour animaux représentent près de [25-35 %]* de la demande totale en lécithine, tandis que les applications industrielles, pharmaceutiques et non alimentaires représentent moins de [5-15 %]* de la demande totale.
17. Différents types de lécithine sont produits. La matière première pour tous ces types de lécithine est la lécithine brute, extraite dans les moulins lors du broyage des graines de soja en farine de soja et en huile de soja brute (voir diagramme ci-après)⁹. L'huile de soja brute est séparée en huile de soja dégommée et en « mucilages » lors d'un processus appelé « déémucilagination ».



⁷ Par exemple, « l'Emulgum », un produit à base de lécithine commercialisé par DFI pour la production du chewing-gum, a les propriétés suivantes : « bonnes propriétés de conservation, agent de séparation pour les composants d'adouçissage, réduit le caractère collant pour la production, l'emballage et la mastication, augmente l'élasticité et la ductilité, intensifie l'arôme, retarde le dessèchement ».

⁸ Form CO, p. 25.

⁹ Pour les détails du procédé de production : Bueschelberger, Hanns-Georg, Lecithin, dans : Whitehurst, Robert J. (ed.), *Emulsifiers in Food Technology*, Oxford 2004, pp. 1-39 ("Bueschelberger, Lecithin"), p. 4 et suiv.

18. Les « mucilages » sont ensuite traités¹⁰ pour obtenir de la lécithine fluide « brute » par un procédé de séchage (« évaporation »). La lécithine fluide brute extraite dans les moulins ne se prête pas encore à toutes les applications, notamment alimentaires, car les fluctuations du processus de démulcination, de la qualité et de l'origine du soja entraînent une certaine hétérogénéité (par exemple en viscosité) de la production de lécithine brute¹¹. Par conséquent, les producteurs raffinent en général la lécithine brute en mélangeant différentes lécithines brutes et en y ajoutant des acides gras afin de réduire la viscosité. Ces opérations produisent de la *lécithine fluide* « standardisée » ou « de base ». La composition précise de la lécithine fluide de base varie en fonction de son utilisation finale : par exemple, la lécithine fluide de base pour les denrées alimentaires et la lécithine fluide de base pour les herbicides ne sont pas exactement identiques.
19. La lécithine fluide de base peut être soumise à différentes opérations, qui diversifient davantage encore la composition et les propriétés de la lécithine fluide (par exemple modification enzymatique, hydrogénation¹²). Ces modifications de la lécithine fluide de base produisent différents types de lécithine fluide « spéciale » destinée à des applications spécifiques.
20. La lécithine fluide peut être raffinée davantage par extraction de l'huile résiduelle. Cette opération produit de la lécithine en granules et/ou sous forme de poudre, appelée lécithine « déshuilée » (également : lécithine « pure »), qui n'est quasiment constituée que de molécules émulsifiantes. Différentes technologies permettent d'obtenir ce résultat : la méthode la plus courante consiste à utiliser de l'acétone pour produire un mélange de poudre et de granules. Une autre technologie est basée sur l'utilisation de CO₂ et ne produit que de la poudre. Les applications les plus courantes de la lécithine déshuilée sont l'alimentation (produits à tartiner, produits instantanés, boulangerie) et le secteur de la santé et de la nutrition (additifs alimentaires, produits nutritionnels pour sportifs). Comme pour la lécithine fluide, il existe différents types de lécithine déshuilée ; les deux parties commercialisent plusieurs types de produits standard à base de lécithine déshuilée pour différentes applications.
21. Enfin, les différentes molécules qui constituent la lécithine peuvent être séparées chimiquement de la lécithine fluide, par exemple en utilisant de l'éthanol, afin d'obtenir des produits à base de lécithine d'une pureté encore supérieure. Ces produits appartiennent à la catégorie des lécithines fractionnées. Celles-ci sont principalement utilisées dans les applications non alimentaires de pointe, telles que les produits pharmaceutiques, les cosmétiques et les produits de soins.

¹⁰ Les entreprises de broyage qui ne produisent pas de la lécithine peuvent pulvériser les « mucilages » dans la farine de soja.

¹¹ Voir question 1 du premier questionnaire de la Commission envoyé aux clients.

¹² Bueschelberger, Lecithin, p. 7 et suiv.

a) ***La lécithine et les émulsifiants synthétiques n'appartiennent pas à un même marché de produits***

22. La Commission a analysé les marchés des graines oléagineuses et des émulsifiants dans des décisions antérieures¹³ mais n'a pas tranché la question de savoir si la lécithine et les émulsifiants synthétiques appartiennent au même marché, en affirmant toutefois que la substituabilité semble être limitée¹⁴.
23. Les parties soutiennent en l'espèce que tous les émulsifiants appartiennent au même marché en cause, du fait qu'au niveau de la demande – et au moins dans l'industrie alimentaire – le degré de substituabilité entre la lécithine et les émulsifiants synthétiques (mono- et diglycérides) est élevé¹⁵. Selon les parties, les émulsifiants synthétiques sont, tant sur le plan technique qu'économique, des alternatives crédibles à la lécithine car « *il existe une importante chaîne de substitution entre les différents émulsifiants naturels et synthétiques actuellement disponibles sur le marché* »¹⁶.
24. S'il est vrai que certains émulsifiants synthétiques sont maintenant moins chers que certains types de lécithine¹⁷, l'étude de marché de la Commission établit clairement que du côté de la demande, la substituabilité entre la lécithine et les émulsifiants synthétiques est limitée, pour des raisons à la fois techniques et de qualité. Cette constatation s'applique aux fabricants de denrées alimentaires comme aux fabricants d'aliments pour animaux. Dans leurs réponses à l'étude de marché, les clients ont indiqué qu'ils étaient très réticents à remplacer la lécithine par des émulsifiants synthétiques dans un grand nombre d'applications¹⁸. Pratiquement aucun utilisateur de lécithine non génétiquement modifiée (non GM) (c.-à-d. principalement les fabricants de denrées alimentaires, voir ci-après) ne s'est tourné vers les émulsifiants synthétiques par le passé, bien que les prix de la lécithine non GM aient doublé ces deux dernières années. Une grande majorité des personnes ayant répondu à l'étude, et la quasi-totalité des clients ayant des activités dans l'industrie alimentaire¹⁹ ont indiqué qu'ils ne s'orienteraient pas vers les émulsifiants synthétiques, à supposer que le prix de la lécithine de soja vienne à augmenter durablement de 10 %.

¹³ M.941 – ADM/ACATOS & HUTCHESON/SOYA MAINZ, M.1126 CARGILL/VANDERMOORTELE, M.2886 – BUNGE/CEREOL.

¹⁴ M.941 – ADM/ACATOS & HUTCHESON/SOYA MAINZ, Para. 16 ; M.2886 – BUNGE/CEREOL, para. 10.

¹⁵ Form CO, p. 27.

¹⁶ Form CO, p. 29.

¹⁷ Notamment après la forte augmentation du prix de la lécithine non GM en 2004.

¹⁸ Les 228 réponses à l'étude de marché sont représentatives des différentes industries utilisant la lécithine. La structure de l'échantillon de réponses à l'étude de marché correspond dans une large mesure à la structure de la demande en lécithine. Deux tiers des réponses peuvent être attribuées aux applications de l'industrie alimentaire, que ce soit les grandes multinationales ou de petites et moyennes entreprises du secteur. Les réponses qui concernent les différentes applications non alimentaires de la lécithine englobent l'alimentation animale, la production de biens industriels (par exemple le cuir), les cosmétiques et les produits pharmaceutiques.

¹⁹ L'étude de marché montre que la substituabilité la plus grande, quoique très limitée, se trouve dans le domaine de la boulangerie.

25. Il y a plusieurs raisons à cela : les acheteurs de lécithine ne sont pas préparés à supporter les coûts, l'incertitude et le temps d'adaptation qu'entraînerait un changement de leur recette industrielle ; la lécithine a, outre sa fonction d'émulsifiant, de nombreuses autres propriétés (notamment liées au goût et à l'arôme) ; elle a une image de produit naturel et bienfaisant que les émulsifiants synthétiques n'ont pas ; enfin, elle représente une part très faible des coûts de production (généralement autour de 1 %), ce qui explique que les utilisateurs finals de lécithine sont très réticents à chercher des alternatives crédibles et veulent éviter tout risque associé à un tel changement.
26. Une analyse de marché réalisée par un tiers confirme les résultats de l'étude en affirmant qu'« *il existe relativement peu d'applications dans lesquelles les émulsifiants synthétiques et les produits naturels sont en concurrence étroite* »²⁰. En fait, la lécithine représente actuellement près de 20 % de la totalité des ventes d'émulsifiants en valeur et 25 % en volume dans l'industrie alimentaire européenne, mais ces chiffres sont restés stables ces dernières années et ne devraient pas changer de manière significative à court terme²¹. Ces deux faits confortent l'idée selon laquelle la quasi-totalité des utilisateurs actuels n'envisagent pas de substituer les émulsifiants synthétiques à la lécithine.
27. Des documents internes produits par les parties confirment le faible degré de substituabilité : [...]»* et que [...]»²². Dans leur réponse à l'étude de marché, les producteurs et fournisseurs de lécithine autres que les parties ont également confirmé que la lécithine était difficile à remplacer.
28. Enfin, les parties indiquent dans leur notification²³ qu'il existe une « *forte pression de la part des consommateurs, en particulier dans les pays d'Europe du Nord, en faveur de la suppression des numéros « E » sur les produits alimentaires* » ; en effet, ces consommateurs considèrent que « *les numéros E indiquent la présence d'un ingrédient ou additif synthétique, associé à des effets non bénéfiques pour la santé* »²⁴. Cet argument a été confirmé dans des études réalisées par des tiers²⁵. Contrairement aux autres émulsifiants synthétiques, il est possible de supprimer le numéro E de la lécithine des étiquettes et de n'indiquer que « lécithine de soja » dans les ingrédients. En conséquence, les émulsifiants synthétiques souffrent d'un handicap d'image par rapport à la lécithine.
29. La Commission estime par conséquent que les émulsifiants synthétiques n'exercent qu'une faible pression concurrentielle sur la lécithine, et que ces deux types de produits appartiennent à des marchés de produits distincts.

²⁰ Frost & Sullivan, *European Food Emulsifier Markets*, janvier 2004, pp. 6-17, 6-20 (diagramme 6-5).

²¹ Frost & Sullivan, *European Food Emulsifier Markets*, janvier 2004, p. 5-12.

²² PWC, *Vendor Due Diligence Report*, p. 138.

²³ Form CO, p. 24.

²⁴ Les numéros E sont attribués aux additifs alimentaires. Par exemple, celui de la lécithine est E322.

²⁵ Frost & Sullivan, *European Food Emulsifier Markets*, janvier 2004, pp. 6-17, 6-20.

b) La lécithine GM et la lécithine non GM doivent être évaluées séparément

30. La question de la commercialisation des produits génétiquement modifiés (GM) en Europe est controversée depuis leur apparition, et c'est un problème auquel les consommateurs européens se sont montrés très sensibles. Face, entre autres, aux réticences des consommateurs européens à accepter les produits GM, la Communauté a adopté depuis avril 2004 plusieurs règlements qui imposent un étiquetage et une traçabilité des denrées alimentaires, aliments pour animaux et ingrédients génétiquement modifiés²⁶.
31. Les règles de traçabilité obligent les opérateurs concernés (par exemple : les sociétés qui commercialisent un produit) à identifier leur fournisseur et les sociétés auxquelles les produits ont été fournis (traçabilité de la « chaîne logistique »). En conséquence, la lécithine ne peut être certifiée comme lécithine non GM que lorsqu'il existe un processus de certification (« enregistrement des opérations ») qui englobe l'ensemble de la chaîne de production et de distribution, prouvant que la graine de soja en question est non GM, et que les matières premières des produits intermédiaires et finis ont été séparées de tout organisme GM lors de la plantation, de la récolte, du stockage, de la transformation et de la distribution.
32. En ce qui concerne l'étiquetage, le règlement n° 1830/2003 exige que *l'étiquette* des produits alimentaires préemballés consistant en organismes génétiquement modifiés (OGM) ou en contenant, le mentionne. Pour les produits alimentaires non préemballés, la présence d'OGM doit être indiquée sur la présentation du produit ou être associée à cette présentation.
33. Les mêmes règles s'appliquent aux aliments pour animaux, y compris les mélanges, bien que les denrées alimentaires provenant de bétail nourri avec des produits GM ne nécessitent *aucun* étiquetage particulier. En conséquence, même si certains fabricants d'aliments pour animaux achètent de la lécithine non GM, les principaux acheteurs de lécithine non GM restent les fabricants de denrées alimentaires.
34. Dans une décision antérieure, la question de savoir s'il conviendrait de définir des marchés de produits distincts pour la lécithine GM et non GM a été examinée mais n'a finalement pas été tranchée²⁷. En l'espèce, les parties affirment que la lécithine GM et la lécithine non GM appartiennent au même marché²⁸.
35. Les parties avancent que la lécithine non GM pourrait disparaître à l'avenir et qu'il existe en outre de grandes incertitudes quant aux possibilités futures d'approvisionnement en soja non GM : elles présentent²⁹ une analyse de marché

²⁶ Règlement CE n° 1829/2003 du Parlement européen et du Conseil concernant les denrées alimentaires et les aliments pour animaux génétiquement modifiés, règlement CE n° 1830/2003 du Parlement européen et du Conseil concernant la traçabilité et l'étiquetage des organismes génétiquement modifiés et la traçabilité des produits destinés à l'alimentation humaine ou animale produits à partir d'organismes génétiquement modifiés.

²⁷ M.2886 – BUNGE/CEREOL, Para. 10.

²⁸ Form CO, p. 31. et suiv.

²⁹ Form CO, pp. 23, 33 ; dossier supplémentaire de Cargill, 23 novembre 2005, p. 5 et suiv.

indépendante d'une tierce partie, qui confirme le risque, au moins à long terme, d'une pénurie de soja non GM³⁰.

36. Le Brésil est actuellement le principal producteur de soja non GM, en raison de ses importantes cultures et de l'interdiction nationale de planter du soja GM. Toutefois, la législation brésilienne a levé cette interdiction en 2004 et autorise la culture de soja GM depuis la campagne agricole 2004/2005. Étant donné que les coûts de production du soja GM sont inférieurs à ceux du soja non GM, les producteurs brésiliens ont tout intérêt à arrêter la culture de soja non GM si la vente de produits dérivés de soja non GM ne présente plus des avantages financiers suffisants³¹. La décision des agriculteurs brésiliens n'est pas encore connue et l'on ne sait pas si elle entraînera une pénurie de soja non GM. Pour la période de plantation proprement dite, seuls 20 % des agriculteurs brésiliens ont prévu de planter du soja GM³².
37. Outre l'incertitude quant à la disponibilité future de lécithine non GM, les parties avancent qu'un passage de la production de lécithine GM à la lécithine non GM peut se faire rapidement et à un coût raisonnable³³. De plus, les parties estiment que les réticences actuelles des consommateurs européens à acheter des denrées alimentaires étiquetées « OGM » pourraient s'effacer à court terme³⁴. Enfin, elles soutiennent que leurs positions sur le marché sont comparables dans les segments lécithine GM et non GM, et qu'une distinction entre lécithine GM et non GM n'aura donc aucune incidence sur l'appréciation concurrentielle³⁵.

Substituabilité du point de vue de la demande

38. En ce qui concerne la *substituabilité du point de vue de la demande*, les réponses des consommateurs et des concurrents à l'étude de marché suggèrent fortement que la lécithine non GM et la lécithine GM appartiennent à des marchés de produits distincts.
39. À en croire les réponses de la grande majorité des consommateurs et concurrents à l'étude de marché, les nouvelles obligations d'étiquetage des produits GM ont un impact *significatif* sur la substituabilité du point de vue de la demande entre la lécithine GM et la lécithine non GM, notamment dans les applications alimentaires. La quasi-totalité des personnes interrogées qui s'approvisionnent en lécithine pour les applications alimentaires ont indiqué qu'elles ne pouvaient pas utiliser de lécithine GM en raison des nettes préférences du consommateur final pour les produits non GM. En outre, tout producteur de denrées alimentaires qui souhaiterait

³⁰ Frost & Sullivan, *European Food Emulsifiers Market*, janvier 2004, p. 6-5 ; Brookes, Craddock, Kniel, *The Global GM Market – Implications for the European food chain*, septembre 2005, p. 35 et suiv.

³¹ Il faut souligner que l'évolution dans ce domaine, quelle qu'elle soit, sera indépendante de la lécithine non GM et GM, car la décision des agriculteurs de cultiver du soja non GM dépendra des recettes liées à la farine et à l'huile de soja non GM et non du « produit dérivé » lécithine qui ne représente qu'1 % du contenu d'une graine de soja.

³² La contamination pourrait même être supérieure, car de nombreux agriculteurs auraient planté des graines GM sans autorisation du gouvernement.

³³ Form CO, p.34.

³⁴ Form CO, p. 32 ; dossier supplémentaire de Cargill, 23 novembre 2005, p. 8.

³⁵ Dossier supplémentaire de Cargill, 23/11/2005, p. 5.

changer de matière première aurait à faire face aux campagnes d'information et de pression des ONG (par exemple : Greenpeace).

40. Les résultats de l'étude de marché ne corroborent donc pas l'affirmation des parties selon laquelle les réticences actuelles des consommateurs européens à acheter des denrées alimentaires étiquetées « GM » pourraient s'effacer à court terme. La grande majorité des clients indique que les préférences des consommateurs finals plaident actuellement en faveur de l'utilisation exclusive de lécithine non GM dans la production de denrées alimentaires au sein de l'EEE, tendance qui devrait se poursuivre.

Disponibilité de la lécithine non GM

41. Concernant les possibilités futures d'approvisionnement en lécithine de soja non GM, la Commission estime que cette dernière sera encore commercialisée dans le futur, afin de répondre à une demande croissante en Europe.
42. Tout d'abord, les parties affirment qu'un « *certain nombre de grands producteurs brésiliens se sont montrés disposés à investir dans les processus de certification nécessaires* »³⁶. De plus, les parties reconnaissent qu'il est probable que les autres fournisseurs de pays non européens (en particulier la Chine et l'Inde) cherchent à proposer les matières premières certifiées nécessaires, tant que la demande en lécithine certifiée non GM sera élevée³⁷.
43. Si elles s'attendent à une réduction significative de la demande en produits non GM, les parties affirment toutefois que « *la demande en produits certifiés non GM est susceptible de rester stable étant donné l'intérêt croissant des consommateurs envers le "manger sain" en général* »³⁸ et que « *l'on se sait pas exactement le temps qu'il faudra pour que l'utilisation de produits "GM" dans l'alimentation soit communément admise en Europe* »³⁹. Elles ajoutent que « *globalement, les industriels fabriquant des produits alimentaires de marque hésitent à acheter des ingrédients qui les obligeraient à apposer l'étiquette « GM » sur leurs produits* »⁴⁰ et qu'il est « *probable que quelques-uns continueront à demander de la lécithine non GM pour une partie au moins de leurs besoins, y compris pour la fabrication de produits finis destinés aux consommateurs dans l'UE* »⁴¹.
44. Les concurrents des parties confirment qu'ils ne s'attendent pas à ce que la production de soja non GM s'arrête. À titre d'exemple, en ce qui concerne les futures augmentations de prix et la pénurie en lécithine non GM, le principal producteur brésilien de lécithine non GM, Imcopa, estime que la majoration payée aux producteurs de soja non GM ne devrait plus augmenter de manière significative

³⁶ Form CO, p. 23.

³⁷ Form CO, pp. 23, 33 ; dossier supplémentaire de Cargill, 23 novembre 2005, p. 6 et suiv. ; réponse à la demande d'information du 22 novembre 2005, p.2 et suiv.

³⁸ Form CO, p. 33.

³⁹ Form CO, p. 33.

⁴⁰ Dossier supplémentaire de Cargill, 23/11/2005, p. 4.

⁴¹ Dossier supplémentaire de Cargill, 23/11/2005, p. 8.

et que la perspective de voir les utilisateurs de produits à base de soja non GM passer aux produits GM semble plutôt improbable. Le fait que le principal producteur brésilien de lécithine non GM, Imcopa, soit sur le point d'installer un centre de distribution européen de lécithine non GM à Rotterdam montre également que les concurrents ne considèrent pas le marché de la lécithine non GM comme étant destiné à disparaître.

45. Enfin, les documents internes des parties montrent que leur réaction à une pénurie de soja non GM ne serait pas de [...]*

Substituabilité du point de vue de l'offre

46. Du côté de l'offre, plusieurs aspects limitent la substituabilité entre la lécithine GM et non GM, notamment en ce qui concerne un passage de la production de lécithine GM à la production de lécithine non GM.
47. Tout d'abord, une telle transition impose, aux termes de la réglementation de l'UE, la création et le maintien de procédures de traçabilité et de certification (également connues sous le nom de « préservation d'identité » IP), qui peuvent représenter une charge administrative très lourde. Ensuite, d'importantes adaptations du processus de production et de la chaîne logistique sont nécessaires pour éviter tout risque de « contamination » des produits non GM par des OGM (« séparation » de la production GM et non GM). La lécithine ne peut être certifiée comme lécithine non GM que lorsqu'il existe un contrôle de l'ensemble de la production, prouvant que la lécithine a été obtenue à partir de soja non GM, et que, dans le but d'éviter toute contamination, les matières premières des produits intermédiaires et finis ont été séparées d'éventuels produits GM lors des phases de transformation, de stockage, de transport et de distribution. En particulier, des containers différents doivent être utilisés pour le transport des produits GM et non GM par navire de marchandises sèches en vrac.
48. Par conséquent, les coûts de production de la lécithine non GM sont bien plus élevés que ceux de la lécithine GM : les parties indiquent que le coût de production d'une tonne de lécithine fluide GM s'élève à environ [...]* EUR, alors que le coût de production d'une tonne de lécithine fluide non GM est actuellement supérieur à [...]* EUR. La « majoration » de coûts pour les produits non GM provient des différences de prix des matières premières ainsi que du coût de la transformation et de la certification non GM. Ces différences de coûts s'appliquent également aux autres types de lécithine.
49. Concernant l'affirmation selon laquelle les positions similaires des parties sur le marché traduisent le fait que les conditions de marché sont similaires pour la lécithine non GM et la lécithine GM, la Commission estime que ce n'est pas le cas.
50. Tout d'abord, la chaîne logistique de la lécithine non GM est très différente de celle de la lécithine GM. En plus des coûts supplémentaires liés aux obligations de certification et de traçabilité, les principaux acteurs du marché de la lécithine non GM (les parties et Solae, par exemple) se procurent une partie de leurs matières premières non GM auprès d'un petit nombre de fournisseurs brésiliens de lécithine fluide. En revanche, mis à part DFI, les revendeurs de lécithine GM, tels que Cargill, Solae et ADM fonctionnent en intégration verticale et broient des graines de soja pour leurs propres besoins de production de lécithine. Le fait même que l'approvisionnement en lécithine non GM soit incertain et que les acteurs du marché

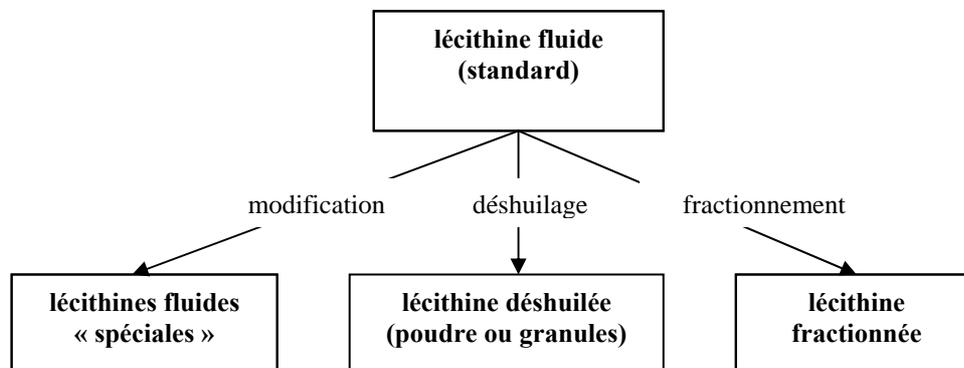
soient confrontés à de nombreuses inconnues et risques démontre que les conditions du marché sont différentes.

51. Ensuite, la demande en lécithine non GM et celle en lécithine GM correspondent à différents types de clientèle. Comme nous l'avons déjà fait remarquer, la plupart des utilisateurs de lécithine non GM sont des entreprises de transformation de denrées alimentaires, alors que pour d'autres applications, la lécithine GM représente l'immense majorité des achats.
52. En raison d'une structure différente de l'offre et de la demande, il y a également une nette différence de prix entre la lécithine GM et la lécithine non GM. Selon une analyse de marché d'une tierce partie⁴² et les documents internes produits par les parties, les prix moyens de la lécithine GM et non GM ont évolué différemment ces dernières années, entraînant une majoration de prix de plus en plus prononcée pour la lécithine non GM. Le tableau suivant présente les prix de vente moyens des différents types de lécithine non GM et GM commercialisés par Cargill et pouvant être utilisés dans l'industrie alimentaire :

Nom	Type	Prix (EUR/kg)		Majoration pour non GM
		GM	Non GM	
LECIPRIME 1000	Fluide	[...]*	[...]*	[> 50 %]*
LECIPRIME 1800	Fluide	[...]*	[...]*	[> 50 %]*
LECIGRAN 1000 P	Déshuilée	[...]*	[...]*	[> 50 %]*
LECIGRAN 1000 CP	Déshuilée	[...]*	[...]*	[> 50 %]*
LECIGRAN 3000 P	Déshuilée	[...]*	[...]*	[> 50 %]*
LECIGRAN 6000 P	Déshuilée	[...]*	[...]*	[> 50 %]*

53. Les résultats de l'étude de marché confirment que les prix moyens de la lécithine non GM sont presque [...]* à ceux du produit GM correspondant, soit une majoration de prix proche de [> 50 %]* pour la lécithine non GM. À ces différences de prix correspondent également d'importantes différences de marge entre la lécithine non GM et la lécithine GM, cette dernière produisant en général des marges plus élevées.
54. La Commission conclut de ce qui précède que la lécithine GM et la lécithine non GM n'appartiennent pas au même marché.
- c) ***La lécithine fluide, la lécithine déshuilée et la lécithine fractionnée doivent être évaluées séparément***
55. Comme le montre le diagramme ci-dessous, la lécithine fluide peut être raffinée pour obtenir trois catégories de lécithine : lécithine fluide spéciale, lécithine déshuilée et lécithine fractionnée.

⁴² Frost & Sullivan, *European Food Emulsifier Markets*, janvier 2004, p. 6-16, 6-17.



56. Cargill et DFI proposent tous deux différents produits à base de lécithine fluide (qualité standard et « spéciale ») et de lécithine déshuilée. Contrairement à DFI, Cargill n'exerce actuellement aucune activité de production ou de vente de lécithine fractionnée.
57. Dans ses décisions antérieures, la Commission n'a pas tranché la question de savoir s'il existe un marché unique de la lécithine, tout en affirmant qu'il est possible que les différentes catégories de lécithine appartiennent à des marchés différents⁴³.
58. En l'espèce, les parties affirment que tous les types de lécithine appartiennent au même marché en raison de leur degré élevé de substituabilité du point de vue de l'offre ; tous les principaux acteurs du secteur produiraient au moins de la lécithine fluide et de la lécithine déshuilée⁴⁴. Les parties estiment également que la lécithine brute (extraite du « broyage ») et la lécithine fluide « standard » sont plus ou moins les mêmes produits et qu'ils ne devraient pas faire l'objet d'une distinction. Enfin, elles font valoir qu'il existe un certain degré de substituabilité du point de vue de la demande entre la lécithine fluide et la lécithine déshuilée.
59. Toutefois, l'étude de marché a mis en évidence plusieurs éléments qui plaident en faveur d'une distinction entre lécithine fluide, déshuilée et fractionnée⁴⁵.

Lécithine déshuilée

60. Du point de vue de la demande, la quasi-totalité des clients ont indiqué dans leurs réponses à l'étude de marché qu'ils ne pouvaient *pas* passer de la lécithine fluide à la lécithine déshuilée, en raison des caractéristiques différentes des produits et de la nécessité d'adapter leurs processus de production et de passer par une phase de tests souvent longue, coûteuse et parfois risquée. De plus, une augmentation de 10 % d'un type de lécithine ne justifierait pas le passage à un autre type de lécithine.

⁴³ M.941 – ADM/ACATOS & HUTCHESON/SOYA MAINZ, Para. 16.

⁴⁴ Form CO, p. 34.

⁴⁵ Une distinction supplémentaire entre la lécithine fluide brute (utilisée pour les applications industrielles) et la lécithine fluide « standardisée » ou de base (propre à la consommation humaine) n'est pas nécessaire car tous les acteurs du marché produisent de la lécithine fluide de base. Comme indiqué plus haut, la seule différence entre lécithine fluide de base et lécithine fluide brute est la teneur AI (insolubilité en acétone) qui doit avoir un certain niveau (60-62%) pour que la lécithine soit adaptée à la consommation humaine. Cette teneur peut être atteinte en mélangeant plusieurs sortes de lécithine brute dérivées de différentes semences de soja ou en ajoutant des acides gras.

61. À cet égard, il convient de rappeler que l'utilisation de la lécithine dans une recette industrielle répond à des besoins très spécifiques des clients. En conséquence, les fournisseurs proposent une assistance technique à leurs clients pour les aider à évaluer et à choisir la lécithine la mieux adaptée à leur production.
62. La réponse des fabricants de denrées alimentaires à l'étude de marché illustre bien le faible degré de substituabilité entre la lécithine fluide et la lécithine déshuilée. Bien qu'ils achètent de la lécithine fluide et de la lécithine déshuilée, ils ne peuvent pas passer de l'une à l'autre car leurs processus de fabrication sont propres à chaque type de lécithine.
63. La substituabilité entre les différents types de lécithine semble également limitée du côté de l'offre. D'après les informations recueillies, la lécithine fluide et les types de lécithine haut de gamme sont produits dans trois usines différentes : DFI exploite actuellement des unités de production de lécithine fluide à Decatur (États-Unis), Zaandam (Pays-Bas) et Vigonza (Italie) et une unité de production de lécithine déshuilée et fractionnée à Hambourg (Allemagne) ; les sites de raffinage de lécithine fluide de Cargill sont situés à Uberlandia (Brésil) et Liverpool (Royaume-Uni). La société a également conclu un contrat particulier de sous-traitance (tolling agreement) avec une société basée aux États-Unis⁴⁶ pour la production de lécithine déshuilée.
64. Ensuite, la création d'une entreprise de fabrication de lécithine déshuilée nécessiterait, outre la constitution d'une nouvelle logistique et la création d'une bonne image de marque, entre [...] euros et [...] euros pour une usine nouvelle en Europe (permettant un approvisionnement de 1800 tonnes) sachant qu'une telle unité ne serait opérationnelle que dans un délai de deux ans⁴⁷. Cela représente un investissement considérable, si l'on en croit les données relatives aux marges des parties et les résultats de l'étude de marché.
65. Enfin, selon les documents internes produits par les parties⁴⁸, la lécithine déshuilée doit être considérée comme un produit « à forte marge »/produit haut de gamme spécialisé, contrairement à la lécithine fluide que davantage de producteurs savent produire. Cela s'explique par le fait que la production de lécithine déshuilée fait appel à une technologie plus pointue et qu'elle demande un savoir-faire particulier. Ainsi, de nombreux acteurs qui ont une activité sur le marché de la lécithine fluide ne sont pas présents sur le marché de la lécithine déshuilée.

Lécithine fractionnée

66. Étant donné le degré élevé de spécialisation et d'adaptation aux besoins des clients ainsi que le savoir-faire très pointu qu'exigent les applications non alimentaires (par exemple : produits pharmaceutiques, cosmétiques), le prix de la *lécithine fractionnée* peut atteindre dix, voire cent fois celui de la lécithine déshuilée ; le degré de substituabilité entre la lécithine fractionnée et d'autres types de lécithine semble donc extrêmement limité.

⁴⁶ Réponse à la demande d'informations du 16 novembre 2005, annexe 2 ; réponse à la demande d'informations du 22 novembre 2005, p. 1.

⁴⁷ Dossier supplémentaire de Cargill, 23/11/2005, p. 13.

⁴⁸ PWC, *Vendor Due Diligence Report*, pp. 142, 296.

67. De plus, il apparaît que sa production fait appel à des processus complètement différents et repose davantage sur la technologie que la production de la lécithine fluide ou de la lécithine déshuilée. Par exemple, certains produits de la lécithine fractionnée doivent être préparés dans des conditions de laboratoire strictes.
68. Par conséquent, la plupart des concurrents indiquent dans leurs réponses à l'étude de marché que du point de vue de l'offre, la substituabilité entre les différentes catégories de lécithine (fluide, déshuilée et fractionnée) est très limitée.
69. Pour les raisons précitées, la Commission conclut que la lécithine fluide et la lécithine déshuilée d'une part, et la lécithine fractionnée d'autre part, n'appartiennent pas au même marché de produits en cause.

Autres distinctions entre marchés de produits

70. La Commission a également envisagé une délimitation en fonction des applications de la lécithine. Dans leurs réponses à l'étude de marché, de nombreux clients et concurrents ont confirmé qu'il serait pertinent de différencier les marchés de la lécithine *en fonction des différentes applications*, en particulier entre lécithine « alimentaire » et « non alimentaire ». Cela s'explique principalement par le fait que la distinction entre lécithine « alimentaire » et « non alimentaire » rejoint en grande partie la distinction entre les marchés de la lécithine GM et non GM. Étant donné le contexte réglementaire européen en la matière (obligations d'étiquetage), la demande actuelle en lécithine non GM provient en grande partie des clients ayant des activités de production et de commercialisation de denrées alimentaires, tandis que la lécithine GM est principalement utilisée dans les applications non alimentaires.
71. Les informations fournies par les parties confirment ce point. Cargill et DFI estiment⁴⁹ en effet que les applications alimentaires représentent la majeure partie de leurs ventes globales de lécithine non GM et de lécithine *fluide* non GM. Les résultats de l'étude de marché indiquent que les ventes de lécithine GM aux producteurs de denrées alimentaires devraient encore baisser. Les listes de clients du segment lécithine GM pour 2004 et 2005 fournies par DFI montrent clairement que la plupart des clients de l'industrie alimentaire [...]*. Les documents internes produits par DFI font apparaître [...] *⁵⁰ [...] *⁵¹ et affirment que [...] *⁵². Il n'est donc pas nécessaire de décider en l'espèce si une distinction des marchés en fonction des applications serait appropriée, car cette distinction n'aurait pas une grande incidence sur l'appréciation concurrentielle.
72. De même, une distinction supplémentaire dans le segment de la lécithine déshuilée, entre lécithine *en granules* et *en poudre* ne semble pas être justifiée, car tous les principaux producteurs savent produire de la lécithine déshuilée en granules et en poudre. Il n'y a pas lieu non plus de faire une distinction entre la lécithine

⁴⁹ Réponse à la demande d'informations du 7/8 novembre 2005, annexe 7 ; données confidentielles de Cargill/DFI respectivement.

⁵⁰ NGM = non-GM.

⁵¹ PWC, *Vendor Due Dilligence Report*, p. 290.

⁵² PWC, *Vendor Due Dilligence Report*, p. 292.

« spéciale » et d'autres formes de lécithine. Bien que la lécithine puisse être mélangée ou raffinée (par exemple : par ajout d'acides) afin d'obtenir de petites quantités de lécithine « spéciale » pour les besoins spécifiques de certains clients et producteurs, la lécithine spéciale ne joue pas rôle décisif sur le marché de la lécithine fluide et déshuilée. En outre, les différents types de lécithine fluide et déshuilée commercialisés par les producteurs de lécithine sous l'appellation lécithine « spéciale » ne diffèrent pas nécessairement de la lécithine de base. Ces différences relèvent souvent davantage d'une stratégie marketing que d'une différence de qualité notable. La différence entre les produits provient dans la plupart des cas d'une garantie de qualité sur une caractéristique biochimique particulière d'un produit donné. De plus, et malgré cette stratégie, la majeure partie des ventes des sociétés concernent la lécithine fluide (par exemple : Topcithin NGM pour DFI) et la lécithine déshuilée de base (par exemple : Emulpur IP pour DFI). Par conséquent, les différents produits d'un même type de lécithine (c'est-à-dire fluide et déshuilée) peuvent être considérés comme appartenant au même marché de produits.

Conclusion

73. Pour les raisons précitées, la Commission conclut que les marchés en cause pour la lécithine affectés par la transaction sont les suivants :

- **lécithine fluide GM,**
- **lécithine déshuilée GM,**
- **lécithine fluide non GM**
- **lécithine déshuilée non GM.**

74. Considérant que Cargill n'a actuellement pas d'activités de production et de vente de lécithine *fractionnée*, l'appréciation concurrentielle de ce marché peut être laissée en suspens aux fins de la présente décision.

2. Pectine

75. Les activités des parties se rejoignent également dans le domaine de la production de pectine, depuis l'acquisition par Cargill de Citrico, producteur et fournisseur mondial de pectine, en juin 2005. DFI (par le biais de Degussa Texturant Systems) est le troisième producteur mondial de pectine.

76. Très schématiquement, la pectine est utilisée pour gélatiser, stabiliser et gélifier les produits afin de modifier leur degré de viscosité. L'extraction industrielle permet de produire de la pectine à partir de sous-produits de l'industrie des jus de fruits.

77. Les parties estiment que la pectine fait partie du marché plus large des « *hydrocolloïdes de spécialité* ». Les hydrocolloïdes de spécialité sont des additifs alimentaires qui, par réaction avec l'eau, forment des gels, pâtes et émulsions. Outre la pectine, la catégorie des hydrocolloïdes comprend les galacto-mannanes, la gomme arabique, les biopolymères, la carraghénine et les alginate, qui doivent être distingués des ingrédients alimentaires de base ayant également des propriétés épaississantes, tels que l'amidon ou la gélatine. Les parties affirment que la pectine fait partie de ce marché car tous les hydrocolloïdes ont la propriété de gélatiser les produits aqueux.

78. Toutefois, l'étude de marché a mis en évidence plusieurs éléments qui plaident en faveur d'une distinction entre la pectine et les autres hydrocolloïdes de spécialité. Il en ressort que ces dernières années, quasiment aucun client n'a remplacé la pectine par d'autres hydrocolloïdes de spécialité. Dans leurs réponses à l'étude de marché, la plupart des clients ont indiqué qu'ils ne se tourneraient pas vers d'autres hydrocolloïdes de spécialité, à supposer que le prix de la pectine augmente considérablement. Selon les résultats de l'étude de marché, la substituabilité très limitée est principalement due à des facteurs techniques et aux incidences sur le goût.

Distinction possible entre la pectine de pommes et la pectine d'agrumes

79. La pectine est principalement⁵³ extraite du marc de *pommes*⁵⁴ (pectine de pommes) et de l'écorce d'*agrumes*⁵⁵ (pectine d'agrumes) ; elle est vendue sous forme de poudre. La pectine de pomme est de couleur plus sombre est c'est la plus riche en sucres neutres et en amidon, mais elle contient moins de protéines et de calcium que la pectine d'agrumes. Le sucre joue le rôle d'agent déshydratant (il réduit l'activité de l'eau) et apporte l'énergie nécessaire à la gélification. La présence d'amidon réduit l'aspect « cassant » du gel. Par conséquent, la pectine de pommes est principalement utilisée dans les produits à base de *fruits* (confitures, préparations, garnitures, glaçages, confiseries et boissons aux fruits) tandis que la pectine d'agrumes est mieux adaptée aux produits *laitiers* (yaourts, boissons à base de produits laitiers acides, desserts à base de produits laitiers neutres et produits à tartiner pauvres en matière grasse). Les parties estiment qu'aucune distinction ne peut être faite entre les différents types de pectines de fruits sur le marché en cause, car toutes les pectines jouent le même rôle d'épaississant. Dans leurs réponses à l'étude de marché, la majorité des clients indiquent qu'ils utilisent les deux types de pectine, mais pour des applications différentes.

Distinction possible entre la pectine LM et la pectine HM

80. Indépendamment des différentes *sources* naturelles de pectine de fruits, il est également possible de distinguer les marchés de la pectine en fonction de la *qualité* de la pectine, ce qui correspond à une distinction entre pectine *faiblement méthoxylée*⁵⁶ (« pectine LM ») et pectine *hautement méthoxylée*⁵⁷ (« HM »). Le degré d'estérification (= méthoxylation⁵⁸) est une caractéristique qui sert à définir la qualité de la pectine. En effet, le processus de production de la pectine HM est différent de celui de la pectine LM. en fonction du processus de « déméthylation »

⁵³ Dans leur réponse à l'étude de marché, les producteurs et fournisseurs de lécithine autres que les parties ont également confirmé que la lécithine est difficile à remplacer.

⁵⁴ Le marc de pommes contient 10-15 % de pectine.

⁵⁵ Les écorces d'agrumes contiennent 20-30 % de pectine.

⁵⁶ La pectine LM a un degré d'estérification (« DE ») inférieur à 50 ; elle est utilisée dans certaines applications comme les préparations à base de fruits et les yaourts.

⁵⁷ La pectine HM a un DE supérieur ou égal à 50 ; elle est utilisée dans des applications spéciales telles que les gelées de fruits.

⁵⁸ Le degré d'estérification/méthoxylation est proportionnel au pourcentage d'acide galacturonique présent dans la pectine.

(par acides ou bases), on obtient un degré d'estérification différent, c'est-à-dire un degré de « méthoxyl » plus ou moins élevé. La pectine LM n'a donc pas les mêmes caractéristiques de produit que la pectine HM : plus le degré d'estérification est bas, plus la température de gélification sera basse.

81. Aux fins de la présente décision, il n'y a pas lieu de décider (i) si la pectine constitue un marché distinct des autres hydrocolloïdes, et (ii) si le marché de la pectine doit être subdivisé en pectine de pomme/d'agrumes et/ou en pectine LM et HM car, quelle que soit la définition du marché, il est peu probable que la transaction constitue un obstacle significatif à la concurrence.

3. Marché(s) en cause sur le plan vertical : Huile de graines ou huile de soja brutes

82. Cargill (contrairement à DFI) exerce également des activités de production d'huile de graines brute. L'huile de graines brute est obtenue par broyage de graines oléagineuses telles que les graines de soja, de colza ou de tournesol. Comme expliqué ci-dessus, l'huile de soja brute peut être raffinée par un processus de démulcination afin de produire de l'huile de soja et des mucilages, ces derniers servant de produit intermédiaire pour la production de la lécithine. Par conséquent, les activités de Cargill dans la production d'huile brute de graines et en particulier d'huile brute de graines de soja doivent être considérées comme un marché en amont de la production de lécithine. Une différenciation supplémentaire entre GM et non GM pourrait également être appropriée.
83. Étant donné que la transaction envisagée n'entraîne pas de problèmes de concurrence liés aux activités d'amont de Cargill, que l'on soit sur les possibles marchés de l'huile brute, de l'huile brute de soja ou de l'huile brute de soja GM et non GM, la question de la définition du marché n'a pas besoin d'être tranchée aux fins de la présente décision.

B. Marchés géographiques en cause

1. Lécithine

84. Les parties font valoir que les éventuels marchés des émulsifiants et de la lécithine peuvent être considérés comme étant de portée mondiale, car les différents fournisseurs d'émulsifiants commercialisent leurs produits dans différents pays, les coûts de transport n'entravent pas le commerce au niveau mondial et les importations des États-Unis et d'Amérique du Sud vers l'EEE sont considérables.
85. Dans des décisions antérieures, la Commission n'a pas tranché la question de la définition du marché géographique. Néanmoins, les évolutions récentes du cadre réglementaire en Europe, ainsi que les résultats de l'étude de marché plaident en faveur d'une *définition au niveau de l'EEE* pour les marchés de la lécithine non GM (c'est-à-dire la lécithine fluide non GM et la lécithine déshuilée non GM) :
86. Contrairement aux clients américains, qui acceptent dans une très large mesure les produits GM, les clients finals européens, et par conséquent les distributeurs dans l'EEE, hésitent encore à acheter et à stocker des produits GM, ce qui les obligerait à apposer la mention « contient des ingrédients GM » sur leurs produits. Étant donné que les développements de l'industrie des ingrédients alimentaires sont largement dictés par les acheteurs, et que la demande des consommateurs sur les marchés de

produits en aval a un impact majeur sur les besoins et les attentes du client (c'est-à-dire le fabricant de produits alimentaires), la structure de la demande en lécithine dans l'EEE diffère considérablement par rapport au reste du monde, comme nous l'avons déjà vu. Ainsi, alors qu'elle ne représentait que 45 % des ventes mondiales de lécithine (fluide et déshuilée) en 2004, l'EEE représente maintenant plus de 80 % des ventes mondiales de lécithine non GM et moins de 25 % seulement des ventes mondiales de lécithine GM.

87. Les parties estiment que les clients sont de plus en plus disposés à acheter de la lécithine auprès de fournisseurs situés en dehors de l'Europe⁵⁹. Si cela peut être vrai pour d'importantes sociétés de pointe, une grande majorité de clients, qui représentent également la majeure partie de la demande européenne en lécithine, ont indiqué dans leurs réponses à l'étude de marché qu'ils se procurent de la lécithine à l'échelle de l'EEE, ce qui signifie qu'ils ont recours à des fournisseurs/distributeurs de lécithine qui disposent d'un réseau de distribution et d'une force de vente en Europe. En outre, la sensibilité aux coûts de transport est un facteur non négligeable, en particulier pour la lécithine fluide. En effet, les clients qui n'achètent pas de grands volumes ne peuvent pas prendre en charge les coûts de transport supplémentaires s'ils s'approvisionnent en lécithine auprès de fournisseurs implantés hors d'Europe.
88. À cet égard, le service fourni par ces distributeurs/fournisseurs revêt une importance capitale pour leurs clients de l'industrie alimentaire, notamment en ce qui concerne la certification non GM de la lécithine. Les grands distributeurs associés aux producteurs de lécithine ont donc dû acquérir des compétences en matière de certification IP, et doivent pouvoir garantir aux clients la fiabilité de cette certification.
89. Pour les raisons précitées, la Commission estime que l'étendue des marchés de la lécithine non GM est limitée à l'EEE.
90. En revanche, en ce qui concerne les marchés de la *lécithine GM* (fluide et déshuilée), les obligations réglementaires ne diffèrent pas beaucoup au plan international. Par exemple, les parties indiquent que 100 % de la lécithine vendue en Europe répond à la norme américaine (GRAS), tandis que 80-90 % de la lécithine vendue aux États-Unis correspond à la norme UE (E322). En outre, les tarifs douaniers et coûts de transport sont suffisamment bas pour rendre les prix dans l'EEE très similaires à ceux pratiqués aux États-Unis. Puisque les mêmes acteurs sont présents dans l'EEE et aux États-Unis, un producteur de lécithine GM peut relativement facilement démarrer une activité dans une nouvelle zone géographique en ayant recours à un distributeur qui, à la différence du distributeur de produits non GM, n'a pas besoin d'acquérir une expertise en matière de certification IP.
91. Pour les raisons précitées, la Commission estime que l'étendue des marchés de la lécithine GM peut être considérée comme internationale. Toutefois, aux fins de la présente décision, la question de la définition exacte du marché géographique peut rester ouverte.

⁵⁹ Form CO, p. 26.

2. Pectine

92. Les parties affirment que l'étendue du marché de la pectine est internationale. Bien que l'étude de marché semble indiquer que l'étendue géographique des marchés pourrait se limiter à l'EEE, la question de la définition géographique exacte peut rester ouverte, car aucune des deux délimitations n'entraîne de préoccupations sur le plan de la concurrence.

3. Huile de graines ou huile de soja brute

93. Les parties estiment qu'il conviendrait de définir un marché international de l'huile de graines brutes, indépendamment du type de graine. En tout état de cause, la question de la définition précise du marché peut rester ouverte car la transaction n'aura pas d'effet vertical significatif.

V. APPRÉCIATION CONCURRENTIELLE

1. Lécithine fluide non GM

94. En ce qui concerne le marché EEE de la lécithine *fluide* non GM, les résultats de l'étude de marché approfondie ont permis de lever les sérieux doutes quant à la compatibilité de la transaction envisagée avec le marché commun et l'accord de l'EEE.

a) Effets non coordonnés

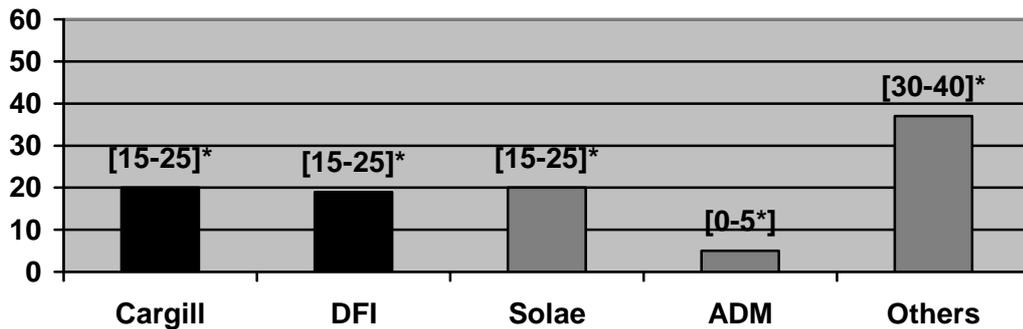
95. Selon les estimations de parts de marché fournies par les parties dans la *notification*, Solae, leader du marché, détenait [30-40 %]* du marché en 2004. Cargill et DFI, alors respectivement numéros 2 [15-25 %]*) et 3 [15-25 %]*) du marché, deviendraient leaders du marché après la concentration, avec une part de marché totale de [30-40 %]*. Les parties indiquent dans leur présentation que, outre les trois principaux acteurs Cargill, DFI et Solae, plusieurs distributeurs sont également présents sur le marché et représentent au total [25-35 %]*, mais avec des parts de marché individuelles inférieures à [5-15 %]*. Les estimations de parts de marché fournies par les parties pour la période 2002-2004⁶⁰ montrent que Cargill a renforcé avec succès sa position sur le marché de la lécithine fluide non GM ces dernières années. En effet, par l'acquisition d'une unité de production de lécithine près de Liverpool (Royaume-Uni) dans les années 1980 et de la société belge Vandemoortele International en 1998⁶¹, Cargill est parvenu à étendre sa gamme de lécithine fluide, et notamment les produits à base de lécithine fluide normalisée « de qualité supérieure » destinés à des applications spécifiques.

96. L'étude de marché de la Commission a montré que le marché de la lécithine fluide non GM s'élevait à près de 60 millions d'euros en 2005. Ses résultats, qui sont présentés sur le graphique ci-dessous, ne confirment toutefois que partiellement les estimations de parts de marché fournies par les parties :

⁶⁰ Form CO, annexe 9,10 ; dossier supplémentaire de Cargill, 23/11/2005, annexe 1

⁶¹ M.1126 CARGILL/VANDERMOORTELE

**Non-GM Fluid Lecithin
(% in value, EEA 2005)**



Lécithine fluide non GM (% en valeur, EEE 2005)

97. D'après les données de vente produites par les différents fournisseurs, les acteurs principaux Cargill, DFI et Solae occupaient en 2005 des positions similaires, chacun représentant environ [15-25 %]* du marché. La transaction envisagée associerait donc deux des trois acteurs principaux du marché pour créer le numéro un du secteur, qui détiendrait une part de marché de l'ordre de [35-45 %]*. Toutefois, contrairement aux données présentées par les parties, ADM est également présent sur le marché de la lécithine fluide non GM, dans une moindre mesure, et détient une part de marché de [0-5 %]*. Les autres fournisseurs, y compris les producteurs comme Denofa et les distributeurs comme Helm AG, Nore Ingredients et Lasenor, atteignent une part de marché totale de [30-40 %]*, le principal acteur (Nore Ingredients) représentant [5-15 %]*.
98. D'après l'évaluation préliminaire du marché effectuée par la Commission, il n'est pas certain que les autres fournisseurs et nouveaux entrants potentiels pourront exercer une pression concurrentielle suffisante pour limiter la marge de manœuvre croissante de l'entité fusionnée, lui permettant de pratiquer des augmentations de prix unilatérales. À cet égard, la Commission considère que les éléments suivants de l'environnement général du marché sont à prendre en considération :
99. Bien qu'elle soit un ingrédient mineur d'un point de vue quantitatif, la lécithine joue un rôle important dans le processus de production et influe fortement sur la qualité des aliments. Pour l'industrie alimentaire, il est donc essentiel d'avoir de la lécithine de qualité et d'éviter tout risque en la matière. La fiabilité des fournisseurs de lécithine non GM est l'un des principaux éléments que les producteurs de produits alimentaires prennent en considération lors de l'achat. En conséquence, comme le confirme l'étude de marché, les producteurs de produits alimentaires ont tendance à privilégier la qualité par rapport au prix. Cela signifie que pour pouvoir être en compétition sur le marché de la lécithine non GM, les fournisseurs de lécithine doivent démontrer aux producteurs de produits alimentaires la qualité constante de leurs produits. Ensuite, pour la plupart des producteurs de produits alimentaires, le fait de changer de fournisseur de lécithine peut entraîner d'importants coûts et des contraintes organisationnelles, car ce changement peut nécessiter une adaptation contraignante des recettes et une période de tests assez longue. La plupart des acteurs de l'industrie alimentaire interrogés confirment que le risque d'avoir une lécithine de qualité insuffisante ainsi que les réticences à changer les recettes des produits sont les principaux facteurs qui les dissuadent de changer de fournisseur.

Enfin, un bon réseau logistique et de distribution est également primordial pour devenir un fournisseur de lécithine crédible aux yeux des fabricants de produits alimentaires. Par ailleurs, bien que Solae et ADM aient les capacités de production suffisantes pour développer leur production de lécithine non GM, l'enquête de marché préliminaire a confirmé que l'incitation pour les deux entreprises à entreprendre ce développement est faible car l'activité principale de ces deux sociétés est le broyage de soja GM⁶².

100. L'étude de marché approfondie apporte suffisamment d'éléments permettant de conclure que la transaction n'est pas de nature à entraver de manière significative une concurrence effective sur le marché de la lécithine fluide non GM.

101. Fait le plus important, l'étude confirme le renforcement de la pression concurrentielle, déjà importante, provenant des concurrents autres que Solae et ADM. Cette dynamique concurrentielle se traduit par une augmentation marquée et continue, ces dernières années, des parts de marché des acteurs précédemment « marginaux », qui atteignaient déjà [30-40 %]* en 2005.

102. Eu égard aux informations recueillies au cours de l'étude approfondie, il convient également d'examiner les éléments dynamiques suivants de l'environnement concurrentiel : comme nous l'avons déjà vu, le Brésil est actuellement la principale source de matières premières non GM. DFI ne possède pas sa propre unité de broyage de graines de soja et se procure [... %]* de ses besoins en lécithine fluide et brute non GM auprès de producteurs brésiliens tels que Imcopa, Coinbra, Caramuru ou Brejero. Malgré le fait que, contrairement à DFI, Cargill possède sa propre unité de broyage de graines de soja à Liverpool, ce dernier ne produit pas la totalité de sa lécithine non GM dans son unité mais achète d'importantes quantités de lécithine fluide non GM (environ [... %]*) au Brésil. De plus, une part importante des quantités de lécithine fluide non GM achetées par Cargill ([... %]* et DFI [... %]*) est « revendue » au client final sans raffinage ou traitement additionnel. Pour ces quantités de lécithine fluide non GM, Cargill et DFI sont en quelque sorte de simples distributeurs de lécithine fluide non GM en Europe.

103. Aujourd'hui, plusieurs grands fabricants de denrées alimentaires/chocolat s'approvisionnent déjà directement auprès des producteurs brésiliens. Bien que par le passé, les *ventes directes* des producteurs brésiliens (principalement des broyeurs de soja non GM) comme Imcopa, Coinbra ou Caramuru aux (grands) utilisateurs finals en Europe étaient exceptionnelles, les principaux producteurs brésiliens ont démontré qu'ils étaient capables de mettre en place leurs propres réseaux logistiques et de distribution en Europe et de concurrencer directement les acteurs bien implantés tels que l'entité fusionnée et Solae.

104. D'ailleurs, les fournisseurs brésiliens pourraient tirer profit du fait qu'en raison de la nouvelle législation relative à l'étiquetage et à la traçabilité dans l'UE, qui impose

⁶² La lécithine n'étant qu'un produit dérivé du processus de broyage des graines oléagineuses (moins de 1 % du contenu d'une graine de soja), les stratégies de marché de ADM et Solae dépendent essentiellement des principaux produits du processus de broyage (farine et huile de soja). Par conséquent, au cas où la demande en farine et en huile de soja non GM serait suffisante pour justifier les prix plus élevés du soja non GM, les deux sociétés ne feraient probablement que développer leur branche d'activité lécithine non GM.

un système d'enregistrement des opérations de l'ensemble de la chaîne logistique, la première source de lécithine fluide non GM (c'est-à-dire les broyeurs brésiliens de soja) devient de plus en plus transparente pour le client final. Dans leurs réponses à l'étude de marché, plusieurs clients indiquent que Cargill est davantage perçu comme un « distributeur » de lécithine fluide non GM du Brésil que comme un producteur.

105. De plus, l'importante hausse des prix et les marges attractives de la lécithine fluide non GM incitent les producteurs brésiliens à se rapprocher du client final. Les producteurs brésiliens sont parvenus à améliorer la qualité de leurs produits et à acquérir une meilleure réputation quant à la qualité constante et élevée de leurs produits. En cohérence avec ces évolutions récentes, l'étude approfondie a révélé que l'un des principaux fournisseurs brésiliens de lécithine fluide non GM, Imcopa – source majeure pour de nombreux fournisseurs européens, ([...]*) – faisait son entrée directe sur le marché européen de la lécithine fluide non GM. En effet, Imcopa installe actuellement les capacités de stockage nécessaires et crée son propre réseau de distribution dans le but d'augmenter de manière significative ses ventes directes auprès des clients finals européens.

106. De plus, les évolutions récentes du marché décrites ci-dessus (transparence de la chaîne logistique, amélioration de la qualité, fiabilité des producteurs brésiliens, marges élevées, absence de restrictions de capacités) ont également augmenté la capacité et l'intérêt des distributeurs européens tels que Helm AG (Allemagne) et Nore Ingredients (Irlande) à renforcer leur position sur le marché et à concurrencer activement les parties. Ce sont en particulier ces distributeurs qui mettent les réseaux logistiques et de distribution européens à disposition des producteurs brésiliens de plus petite taille pour lesquels une entrée directe sur le marché européen présente des risques économiques élevés. Par exemple, la position sur le marché du groupe Helm AG repose sur une coopération étroite avec l'un des petits producteurs brésiliens de lécithine non GM.

107. Enfin, l'étude de marché approfondie suggère fortement que de nombreux grands fabricants de produits alimentaires ainsi que des distributeurs encouragent même l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché. Comme nous l'avons déjà vu, la levée de l'interdiction de la culture de graines de soja GM au Brésil en 2005 a renforcé l'idée selon laquelle il risquerait d'y avoir une pénurie de lécithine fluide non GM provenant du Brésil. Les clients ont indiqué que leurs principaux fournisseurs étaient déjà confrontés à des problèmes de livraison. L'importante hausse des prix des produits de Cargill, DFI et Solae ces dernières années pousse, elle aussi, à rechercher d'autres sources de lécithine non GM. Ainsi, l'enquête de marché a montré qu'également les producteurs et broyeurs de soja basés en Inde jouent un rôle de plus en plus important sur le marché de l'EEE, puisque la production indienne de soja est largement une production de soja non GM et qu'ainsi, une quantité suffisante de matière première est disponible⁶³.

108. L'étude de marché approfondie indique qu'au moins un des principaux fabricants de produits alimentaires a recherché activement d'autres fournisseurs et qu'il a finalement « agréé » un producteur indien en tant que fournisseur potentiel de

⁶³ Bien que des producteurs chinois soient actifs sur les marchés de la lécithine non GM, leurs activités en Europe restent limitées (il est à noter que la Chine est un importateur net de graines de soja).

lécithine fluide non GM ; les produits seront distribués par l'un des acteurs « marginaux ». Les clients peuvent donc agréer de nouveaux fournisseurs si besoin est et les difficultés à changer de fournisseur sont moins importantes que supposé.

109. Si on y ajoute le fait que les principaux acteurs au sein de l'EEE (Cargill, DFI, Solae) se procurent la totalité (pour DFI) ou la quasi-totalité de leurs matières premières non GM auprès de leurs concurrents brésiliens (réels ou potentiels), ces éléments suggèrent qu'un éventuel changement de l'environnement concurrentiel actuel sur le marché de la lécithine fluide non GM ne serait pas de nature à entraver significativement la concurrence. Eu égard, en particulier, à la présence grandissante de nouveaux concurrents sur le marché, la Commission estime qu'il est peu probable que des effets non coordonnés entravent la concurrence.

b) Effets coordonnés

110. Comme nous l'avons déjà vu, le cumul des parts de marché de l'entité fusionnée et de son principal concurrent (Solae) sera supérieur ou égal à [55-65 %]* (voir graphique ci-dessus). Afin d'apprécier si un cumul des parts de marché de l'entité fusionnée et de son principal concurrent pouvait faire craindre l'apparition d'effets coordonnés, la Commission a examiné si les conditions du marché de la lécithine fluide pouvaient permettre aux sociétés concernées de s'accorder facilement sur les résultats d'une coordination, si les éventuels comportements déviants pouvaient être facilement détectés et sanctionnés et si les sociétés ne participant pas à la coordination pouvaient remettre en cause les effets de cette dernière⁶⁴.

111. L'examen des facteurs permettant l'établissement des conditions nécessaires à des effets coordonnés conduit la Commission à conclure que la concentration n'entraînera pas d'effets coordonnés sur le marché européen de la lécithine fluide non GM, et ce pour les raisons suivantes :

112. La lécithine fluide ne présente certaines caractéristiques d'une « matière première » que si l'on considère les ventes en grandes quantités aux distributeurs. Le choix des utilisateurs finals de lécithine⁶⁵ est, quant à lui, influencé dans une large mesure par d'autres facteurs que le prix de du produit, en l'occurrence la capacité à garantir un produit de qualité, à assurer une livraison dans les délais ou à donner des conseils sur le choix du produit le mieux adapté. D'autres caractéristiques du marché limitent fortement le risque d'une coordination durable des comportements sur le marché. Tout d'abord, après la concentration, la position des principaux acteurs sur le marché sera déséquilibrée puisque l'entité fusionnée sera de loin le numéro un du marché. Étant donné le fait que, contrairement à Cargill et Degussa, Solae dispose d'une capacité de broyage de soja beaucoup plus importante et qu'il s'approvisionne moins en lécithine fluide non GM chez des tierces parties que ses deux concurrents, les structures des coûts des principaux acteurs sont très différentes. Ensuite, les résultats de l'étude de marché semblent indiquer que le marché de la lécithine fluide non GM ne peut être considéré comme transparent. Le prix de la lécithine non GM est négocié individuellement entre le fournisseur et ses

⁶⁴ Voir « Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises (*Horizontal Guidelines*), paragraphes 39-60, JO L 32 2004, 5.2.2004, p.5.

⁶⁵ Les parties vendent la majorité de leurs produits directement aux utilisateurs finals.

clients de manière bilatérale, sans aucune liste de prix publiée. Par conséquent, les prix de la lécithine déshuilée varient considérablement en fonction des clients, même entre ceux de taille comparable.

113. Enfin, comme nous l'avons déjà vu, le marché se caractérise actuellement par un nombre croissant d'acteurs « marginaux » et une dynamique de marché assez forte. Cet environnement général limite les risques de coordination réussie et durable des comportements sur le marché.

Conclusion

114. Pour les raisons précitées, la Commission estime qu'il est peu probable que des problèmes de concurrence se posent sur le marché de la lécithine non GM.

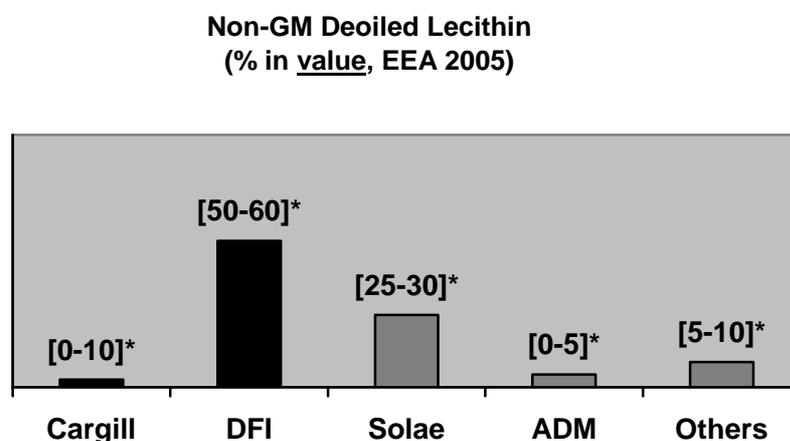
2. Lécithine déshuilée non GM

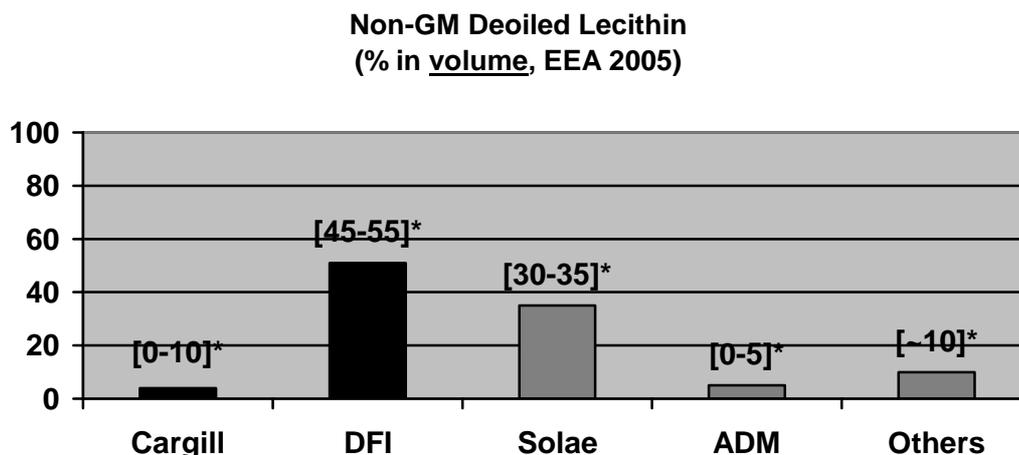
115. D'après la notification, les parties détiennent une part de marché cumulée élevée sur le marché de la lécithine *déshuilée* ; elles estiment cette dernière à plus de [55-65 %]* (sur la base des chiffres d'affaires pour 2004), et il ne resterait qu'un seul autre concurrent présent sur le marché, Solae. Selon les informations recueillies par la Commission, l'accès au marché de la lécithine semble être relativement difficile pour les nouveaux concurrents, en particulier eu égard aux installations de déshuilage nécessaires et aux difficultés d'accès au client final. Cette constatation a conduit la Commission à examiner avec soin la structure concurrentielle sur le marché de la lécithine déshuilée non GM, qui représentait moins de 25 millions d'euros en 2005.

116. L'étude de marché approfondie a toutefois révélé une multitude d'éléments qui conduisent la Commission à conclure que le marché de la lécithine non GM restera concurrentiel après la concentration.

a) La concentration entraîne des parts de marché élevées mais un accroissement limité

117. Les résultats de la reconstitution de marché réalisée par la Commission sont résumés dans les graphiques ci-dessous :





118. L'étude de marché confirme qu'en 2005, DFI était encore le principal fournisseur de lécithine déshuilée non GM, avec une part de marché de [50-60 %]* ([45-55%]* en volume des ventes). Si la part de marché de Cargill a, d'après les parties, atteint [5-15 %]* en 2004, la position de Cargill était beaucoup moins importante en 2005. Si l'on ajoute la part de marché de Cargill de [0-10 %]* en 2005, l'entité fusionnée détiendrait [55-65 %]* du marché de la lécithine non GM dans l'EEE ([50-60 %]* en volume des ventes). Le principal concurrent de DFI, Solae, ne détenait que [25-30 %]* ([30-35 %]* en volume des ventes) du marché en 2005, loin derrière le numéro un.

119. Néanmoins, alors que les parties ont indiqué dans leur notification que seuls Cargill, DFI et Solae commercialisaient de la lécithine déshuilée non GM sur le marché européen, l'étude approfondie a révélé que ce marché comptait également plusieurs autres acteurs. La Commission a établi qu'ADM, également concurrent de Cargill et de Degussa sur le marché de la lécithine fluide non GM, produit de la lécithine déshuilée non GM aux États-Unis et la commercialise en Europe (part de marché : [0-5 %]*). D'autres sociétés proposent également de la lécithine déshuilée non GM sur le marché européen, telles que *Northland Organics*, une société basée aux États-Unis spécialisée dans les produits « non GM », qui produit de la lécithine déshuilée dans le cadre d'un accord de sous-traitance (*tolling agreement*) avec Solae (part de marché [0-5 %]*), *The Matlani Group*, une société basée en Inde qui dispose de ses propres sites de production de lécithine déshuilée (part de marché [0-5 %]*), ou encore *Ruchi*, un producteur et broyeur de soja possédant ses propres installations de déshuilage.

b) L'association de Cargill et DFI ne modifiera pas de façon significative la structure concurrentielle du marché

120. L'étude de marché montre que DFI et Solae sont les principaux acteurs du marché de la lécithine non GM et que la pression concurrentielle exercée par Cargill sur DFI et Solae reste limitée.

DFI et Solae sont les principaux fournisseurs en Europe

121. La plupart des clients perçoivent *DFI* comme le fournisseur numéro un de lécithine déshuilée non GM, notamment sur le plan de la qualité des produits et du savoir-faire⁶⁶, proposant un large éventail de produits standard et plus spécialisés/haut de gamme. *DFI* dispose d'une unité de production de lécithine déshuilée en Europe et d'un système de distribution bien implanté.
122. Contrairement à ses principaux concurrents, *DFI* doit constituer des stocks de matières premières pour la lécithine déshuilée car il n'a pas sa propre unité de production de lécithine fluide. Sa dépendance vis-à-vis de la matière première non GM s'est accrue depuis l'augmentation marquée des prix du soja et de la lécithine non GM. L'étude de marché montre que *DFI* n'a pas pu répercuter les hausses de prix considérables de la matière première non GM. Tandis que les prix de la matière première ont augmenté de plus de [...] %* en 2004, les prix de *DFI* sont globalement restés stables depuis lors. Cela laisse supposer que la capacité actuelle de *DFI* à agir indépendamment de ses clients ou de ses autres concurrents reste limitée, malgré ses parts de marché élevées.
123. *Solae* est le seul autre concurrent dont le chiffre d'affaires est supérieur à 25 % de la valeur du marché dans l'EEE. Comme *DFI* (et contrairement à *Cargill*), *Solae* dispose de ses propres unités de production de lécithine déshuilée, qu'il n'utilise que partiellement pour la production de lécithine non GM (*Solae* est le numéro un du marché de la lécithine déshuilée GM, voir ci-après). Contrairement à *DFI*, *Solae* fonctionne en intégration verticale et possède ses propres unités de broyage, ce qui lui permet de produire sa propre lécithine fluide non GM et de la transformer en lécithine déshuilée. Bien que la part de *Solae* sur le marché de la lécithine déshuilée non GM soit passée de [70-80 %]*⁶⁷ à [25-30 %]* ([30-35 %]* en volume des ventes), la société a pu stabiliser ses ventes « non GM » dans l'EEE en 2004 et ne subit plus de perte de chiffres d'affaires. Malgré cette position, la Commission estime qu'en l'absence de nouveaux entrants, il ne serait pas nécessairement dans l'intérêt de *Solae* de pratiquer une concurrence offensive avec la nouvelle entité⁶⁸. La Commission a par conséquent recherché d'éventuels autres facteurs à prendre en compte pour apprécier si la concentration envisagée pouvait entraver significativement la concurrence.

Faiblesse de Cargill sur le marché de la lécithine déshuilée

124. *Cargill* n'est présent sur le marché de la lécithine déshuilée non GM que depuis septembre 2003, et ne dispose pas de ses propres unités de production de lécithine

⁶⁶ Voir questions 32 et 33 du premier questionnaire de la Commission envoyé aux consommateurs.

⁶⁷ Estimation des parties.

⁶⁸ Comme indiqué plus haut, la lécithine est seulement un produit dérivé des activités de broyage (elle représente moins de 1% d'une graine de soja). Les stratégies d'ADM et de *Solae* sont principalement guidées par les produits majeurs du broyage (tourteaux et huile de soja). En conséquence, les deux entreprises développeraient leurs activités dans la lécithine non GM seulement s'il y avait une demande suffisante pour le tourteau et l'huile de soja qui justifierait des prix à la production plus élevés pour les graines de soja non GM. Ainsi, en cas d'une augmentation du prix de la lécithine non GM, elles pourraient avoir intérêt à augmenter elles-mêmes leur prix plutôt que d'essayer de gagner de nouveaux clients en pratiquant des prix plus bas.

déshuilée. L'étude de marché ayant montré que Cargill a néanmoins pu gagner une part de marché non négligeable ([5-15 %]*) en 2004 (en valeur), la Commission a examiné avec soin si le retrait de Cargill en tant que concurrent sur le marché de la lécithine déshuilée non GM pouvait affaiblir de manière significative la concurrence sur ce marché.

125. L'étude ne permet pas de confirmer que Cargill, en l'absence de la concentration, parviendrait à lui seul à devenir un concurrent sérieux et durable sur le marché de la lécithine déshuilée non GM, ni que sa disparition en tant que concurrent indépendant changerait significativement la structure concurrentielle actuelle du marché.

126. L'étude de marché a montré que la stratégie de « bas prix » choisie par Cargill pour entrer sur le marché de la lécithine déshuilée, qui a été l'une des principales causes de son succès sur ce marché, ne pouvait s'inscrire dans la durée, étant donné l'importante hausse des coûts de la matière première (lécithine fluide non GM). En raison de cette hausse, Cargill a abandonné sa stratégie de prix en [...] et pratique maintenant le même niveau de prix que ses concurrents. Mais, même en augmentant ses prix (+[...] en 2005), Cargill n'a pas pu répercuter l'augmentation nettement supérieure des prix des matières premières.

127. La capacité de Cargill à concurrencer activement DFI est également limitée par le fait que Cargill, contrairement à d'autres concurrents tels que DFI, Solae, ADM ou Matlani, ne possède pas ses propres unités de production de lécithine déshuilée. La société fait produire sa lécithine déshuilée dans une usine de l'Arkansas, États-Unis, dans le cadre d'un contrat de sous-traitance avec une société [...] qui [...] La capacité de production relativement limitée de cette unité [...] t/an, (DFI : [...] t/an), n'a pu être utilisée en raison de [...] Les concurrents confirment que [...]

128. Les informations recueillies auprès de tierces parties et de Cargill montrent également que Cargill est actuellement confronté [...]. Les personnes ayant répondu à l'étude de marché confirment cette différence de qualité de la lécithine déshuilée de Cargill. [...] ⁶⁹ [...] ⁷⁰. Par conséquent, ses ventes de lécithine déshuilée non GM ont connu une baisse importante en 2005.

129. Une nouvelle unité de production pour une usine de déshuilage, solution envisagée en tant qu'alternative à l'accord de sous-traitance avec [...], ne pourrait, d'après Cargill, être opérationnel avant [...].

130. En conclusion, il n'est pas exclu que, même en l'absence d'une concentration, Cargill soit en mesure de redémarrer sa production et de revenir sur le marché de la lécithine déshuilée non GM. Cependant, tout porte à croire que la capacité de Cargill à être compétitif par rapport à ses concurrents et à regagner une part de marché plus importante sera fortement réduite à moyen terme.

⁶⁹ En moyenne, la production a été arrêtée entre trois et six heures par jour en 2005 pour la lécithine GM et non GM.

⁷⁰ Les messages électroniques internes confirment que Cargill a dû faire face à d'importants problèmes de qualité ; les commerciaux se plaignaient de la décision de Cargill de procéder à une nette augmentation des prix en 2005 étant donné la mauvaise qualité de la lécithine.

c) De nouveaux concurrents sont déjà arrivés ou arriveront bientôt sur le marché, ce qui exercera une contrainte efficace sur la position de l'entité fusionnée

131. Initialement, la Commission était préoccupée par le nombre réduit de fournisseurs de lécithine déshuilée sur le marché européen avec, selon les parties, seulement trois acteurs. Toutefois, il ressort de l'étude approfondie qu'un certain nombre de fournisseurs, notamment en raison de l'augmentation des prix de la matière première non GM, sont récemment arrivés ou arriveront très probablement sur le marché EEE de la lécithine à court terme, et présenteront des activités d'ampleur suffisante⁷¹.
132. La plupart de ces fournisseurs ont décidé d'investir dans leurs propres installations de production et ont créé des lignes de déshuilage, en général liées à des unités de production de lécithine fluide existantes qui fournissent la matière première nécessaire au processus de déshuilage. D'autres sont en train de construire des unités de production de lécithine déshuilée et de mettre au point leur processus de production ; ils entreront sur le marché cette année encore ou l'année prochaine (par exemple SG Lecitinas, Berg & Schmidt/Sternchemie).
133. Le fait qu'un nombre relativement élevé de sociétés soient parvenues à accéder au marché montre que les obstacles à l'entrée sur le marché de la lécithine déshuilée, s'ils sont nombreux, sont moins importants que supposé : s'il est vrai que la lécithine déshuilée n'est pas une matière première et que sa production nécessite une technologie et un savoir-faire particuliers, les concurrents ont confirmé que cette technologie est disponible sur le marché (par le biais de cabinets d'ingénierie, par exemple) et qu'ils étaient en mesure de produire de la lécithine déshuilée non GM à un niveau de qualité comparable à celui des leaders du marché.
134. De même, le fait que de nombreux clients de l'industrie alimentaire exigent une présence européenne de leur fournisseur ne constitue pas un obstacle majeur pour ces concurrents, car la majeure partie d'entre eux travaille en collaboration avec des distributeurs européens bien implantés, qui leur apportent les informations nécessaires concernant les clients et leurs besoins spécifiques.
135. Ces nouveaux fournisseurs sont des concurrents d'autant plus crédibles qu'étant basés au Brésil ou en Inde, ils ont un accès direct au soja ou à la lécithine non GM. De même que dans le domaine de la lécithine fluide, les producteurs de soja (tels que Ruchi et Matlani) ou broyeurs de soja (tels que SG Lecitinas) d'Amérique du Sud et d'Inde constatent de plus en plus que l'accès au soja non GM est un avantage concurrentiel et que le marché EEE offre des perspectives commerciales intéressantes, notamment eu égard aux prix relativement élevés et à l'importance du coût de la matière première dans le prix final en Europe.
136. En se fondant sur une analyse statique, l'on pourrait avancer que les ventes *réelles* des concurrents de DFI, Solae et Cargill restent relativement limitées en volume et en valeur. Il convient toutefois de noter que la plupart des concurrents brésiliens et indiens sont en train d'arriver sur le marché européen, qu'ils affinent leur production et établissent des contacts avec les distributeurs et les clients finals. Tous les concurrents ont expliqué à la Commission qu'ils prévoyaient une

⁷¹ Voir *Horizontal Guidelines*, paragraphes 68-75.

augmentation de leur part de marché sur le marché européen de la lécithine déshuilée non GM dans les deux prochaines années. Les clients souhaitent également que les producteurs d'Amérique du Sud et d'Inde jouent un rôle plus important au sein de l'EEE dans les années à venir, notamment en raison de leur proximité par rapport à la matière première et de leurs avantages concurrentiels par les coûts. Enfin, certains nouveaux entrants ont déjà atteint le même chiffre d'affaires que Cargill.

137. En outre, l'importance des capacités de déshuilage nouvellement installées montre que les fournisseurs indiens et sud-américains sont particulièrement résolus à entrer sur le marché européen. Ils disposent aujourd'hui d'une capacité de déshuilage de [...] t/an, qui augmentera de [...] t pour atteindre [...] t/an en 2007. À terme, la capacité de production disponible pour la lécithine déshuilée sera donc supérieure au volume de l'ensemble du marché EEE (environ [...] t).

138. La société indienne *Matlani*⁷², producteur intégré et broyeur de soja non GM, dispose d'une capacité de production installée de [...] t/an et a commencé à vendre les premiers volumes aux clients européens (environ [0-10 %] du marché en 2005, similaire à la part de marché de Cargill en valeur). Elle construit actuellement une nouvelle ligne de production qui augmentera sa capacité à [...] t. Matlani commercialise ses produits par l'intermédiaire d'une société de commerce international bien implantée, DKSH (France). Matlani estime être en mesure de renforcer ses capacités de déshuilage si la demande européenne en lécithine déshuilée non GM en provenance d'Inde venait à augmenter.

139. La plus grande société indienne dans le secteur du soja, *Ruchi*⁷³, a également commencé sa production de lécithine déshuilée non GM et envisage de commercialiser ses produits aux clients finals européens par l'intermédiaire de négociants en lécithine bien implantés. Étant donné que Ruchi est déjà un fournisseur accrédité de lécithine fluide pour un grand fabricant européen de produits alimentaires, la perspective de renforcer ses activités dans ce domaine semble réaliste. La société a débuté ses activités avec une capacité de production relativement faible ([...] t/an), mais a indiqué qu'elle était capable d'étendre cette capacité sans problème en 6 à 8 mois en cas d'augmentation de la demande européenne. Ruchi ne rencontre aucun problème de qualité susceptible d'avoir des répercussions négatives sur ses relations avec la clientèle.

140. *Berg & Schmidt India*⁷⁴ est une filiale de la société de production d'ingrédients alimentaires Berg & Schmidt (Allemagne), ancien propriétaire de l'activité lécithine de Solae. Berg & Schmidt India a de loin la capacité de production la plus importante, avec une capacité installée de déshuilage de [...] t/an (soit [...] % du marché européen de la lécithine déshuilée non GM). Bien que Berg & Schmidt transforme actuellement de la lécithine GM, la société a expliqué qu'elle pouvait facilement avoir accès à du soja certifié non GM et qu'elle envisagerait de passer à la lécithine déshuilée si les conditions du marché européen devenaient

⁷² http://www.matlani.com/Lecithin_soyalecithinpowder-P97.asp

⁷³ <http://www.ruchiglobal.com/>

⁷⁴ Voir : <http://www.sglecitas.com.ar/eng/home.htm>

suffisamment intéressantes. Elle estime que sa longue expérience et son savoir-faire en matière de production de lécithine lui permettrait d'entrer facilement sur le marché de la lécithine non GM.

141. *SG Lecitinas* (Argentine), spécialiste de la lécithine de soja ayant des activités dans le secteur de la lécithine GM et non GM, prépare également son entrée sur le marché de la lécithine déshuilée non GM. La société construit actuellement un nouveau site de production de lécithine déshuilée à Campo Mourão (Brésil) d'une capacité de [...] t, qui sera opérationnel en 2007. Elle fait déjà de la publicité pour ses nouveaux produits⁷⁵.

142. Un autre concurrent, la société américaine *Northland Organics*⁷⁶, ne dispose pas de ses propres unités de production, mais sa lécithine déshuilée est produite dans le cadre d'un contrat de sous-traitance avec Solae. *Northland Organics* détient une part de marché faible mais stable en Europe, [0-5 %]*, et envisage de développer ses activités sur ce marché par le biais de distributeurs européens.

143. De nombreux *clients* ont confirmé qu'ils s'intéressaient à des sources alternatives de lécithine déshuilée non GM. Cette tendance a également été confirmée par les distributeurs, auxquels s'adressent les clients qui recherchent d'autres fournisseurs. Bien que tout changement de fournisseur entraîne, du moins dans l'industrie alimentaire, des coûts pour tester le nouveau produit, les clients auraient la possibilité de changer de fournisseur dans un délai raisonnable et sans engager de dépenses excessives. Quelques grandes multinationales fabriquant du chocolat et des produits alimentaires ont changé de fournisseurs et s'approvisionnent désormais au Brésil et en Inde : il est donc probable qu'elles achèteront également des quantités croissantes de lécithine déshuilée non GM auprès de ces fournisseurs. Les multinationales de l'industrie alimentaire étant les clients les plus exigeants sur le plan de la qualité et de la fiabilité, les concurrents brésiliens et indiens, en ayant accès à ces sociétés, devraient également pouvoir s'introduire auprès de clients de petite et moyenne taille.

144. Pour ce qui est d'éventuels effets coordonnés entraînés par la concentration, la Commission considère qu'ils sont peu probables car les entrées récentes et futures citées plus haut rendraient une telle coordination non viable.

Conclusion

La Commission conclut de ce qui précède que la concentration n'est pas de nature à entraver significativement une concurrence effective dans le marché de la lécithine déshuilée non GM.

3. Marchés de la lécithine GM

Lécithine fluide

⁷⁵ Voir : <http://www.sglecitas.com.ar/eng/home.htm>

⁷⁶ <http://www.northlandorganic.com/seed/english/lecithins2.htm>

145. Les positions 2005 sur le marché de la lécithine fluide GM montrent la présence de trois grands acteurs : DFI détiendrait [15-25 %] d'un éventuel marché de dimension européenne (EEE), ([20-25 %]* dans le monde), la part de Solae s'élèverait à [20-30 %]* ([30-40 %]* dans le monde), tandis que le chiffre d'affaires d'ADM représenterait [40-50 %]* ([20-30 %]* dans le monde). Outre ces trois leaders, la seule autre société présente en Europe est Cargill, avec [5-15 %]* du marché ([5-15 %]* dans le monde). D'autres acteurs, plus petits, ont des activités dans ce domaine dans d'autres régions du monde. Leurs ventes s'élèvent à [5-15 %]* du marché mondial.
146. En conséquence, contrairement au marché de la lécithine fluide non GM, il n'y a pas d'acteurs marginaux présents sur ce marché, du moins en Europe : alors que, dans le cas de la lécithine fluide non GM, les producteurs brésiliens pouvaient tirer profit de leur accès privilégié aux matières premières non GM pour entrer rapidement sur le marché, les acteurs du marché des GM sont des sociétés américaines bien établies ayant des activités dans le broyage du soja, telles que ADM, Solae et Cargill. La position de DFI est atypique et sans doute la conséquence du fait que Lucas Meyer (maintenant détenue par DFI) a été la première société à commercialiser de la lécithine. Le marché est donc plutôt concentré, avec un HHI initial de [2500-3000]* et une variation d'HHI de [300-500]* (au niveau de l'EEE).
147. Par ailleurs, la nouvelle entité détiendrait [25-35 %]* du marché européen ([25-35 %]* dans le monde) et ne serait pas le numéro un du marché : ADM serait toujours plus puissant en Europe, et Solae resterait le leader mondial. Cela permet de supposer que la nouvelle entité ne disposerait que d'une marge de manœuvre limitée pour augmenter les prix de manière unilatérale ou entraver la concurrence d'une quelconque manière.
148. Actuellement, Cargill n'exerce pas une pression concurrentielle forte sur DFI. Comme le confirment des documents internes de Cargill, l'entrée de Cargill sur les marchés de la lécithine est due à une orientation de ses activités vers les marchés du non GM, reconnus comme étant bien plus lucratifs que les marchés du GM. En conséquence, la force de vente de Cargill, du moins en Europe, se concentre clairement sur les clients de l'industrie alimentaire, c'est-à-dire les acheteurs de lécithine non GM ; elle est moins dynamique sur le marché du GM, y compris celui de la lécithine fluide.
149. Par conséquent, il est peu probable que la concentration entraîne des augmentations de prix ou d'autres comportements anticoncurrentiels résultant d'effets non coordonnés.
150. Pour ce qui est du risque que la concentration entraîne une *coordination des comportements*, la Commission estime qu'un tel risque est négligeable, essentiellement pour les mêmes raisons que pour la lécithine fluide non GM. En effet, les données produites par les parties montrent que les prix de vente d'un produit donné sont très variables [...]*. Cela s'explique par le fait que chaque prix de vente est le résultat d'une négociation entre les vendeurs et les clients. Il est par conséquent très difficile de contrôler le comportement des concurrents, et une coordination s'avère peu probable. Cette conclusion est confirmée par le fait que les concurrents sur le marché ont des structures de coûts nettement différentes.

151. Pour toutes ces raisons, en ce qui concerne le marché de la lécithine fluide GM, la Commission considère que l'opération n'est pas susceptible d'avoir un impact anti-compétitif par le biais d'effets non coordonnés ou coordonnés.

Lécithine déshuilée

152. Les positions 2005 en termes de parts de marché montrent que l'activité de Cargill sur ce marché est relativement limitée (EEE : [0-10 %]*, monde : [0-10 %]*). Le chiffre d'affaires de DFI représente [35-45 %]* de l'éventuel marché de dimension européenne (EEE) ([15-25 %]* dans le monde), tandis que Solae et ADM se partagent le reste du marché : en Europe, Solae détient [50-60 %]* du marché ([25-35 %]* dans le monde) et ADM [0-10 %]* ([30-40 %]* dans le monde).

153. Le chevauchement d'activités est donc très limité en ce qui concerne la lécithine déshuilée GM. En outre, comme nous l'avons déjà vu pour la lécithine fluide GM, la stratégie marketing de Cargill n'est pas centrée sur les marchés du GM, et en conséquence, n'exerce pas une contrainte concurrentielle importante sur DFI. Pour toutes ces raisons, la Commission estime que l'opération ne donnera pas lieu à des effets coordonnés.

154. De même, la Commission considère que le risque que la concentration entraîne une coordination des comportements est assez limité : en effet, il est si difficile de contrôler le comportement des concurrents qu'une coordination durable semble improbable.

155. Pour les raisons mentionnées ci-dessus, en ce qui concerne le marché de la lécithine déshuilée GM, la Commission estime que l'opération n'est pas de nature à produire des effets anticoncurrentiels par des effets coordonnés ou non coordonnés.

4. Pectine

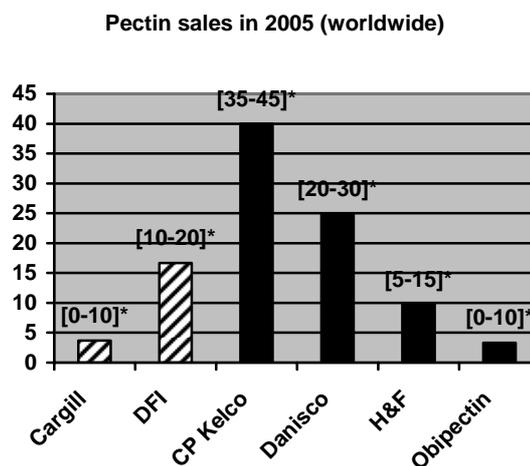
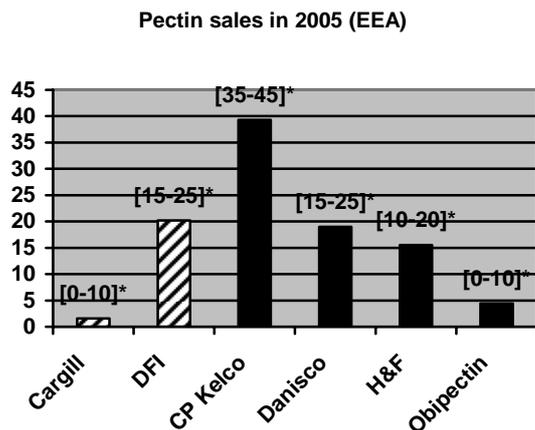
156. Le cumul des parts de marché des parties en ce qui concerne la pectine n'excède pas [25-35 %]*, ni à l'échelle mondiale ([15-25 %]*)⁷⁷ ni à l'échelle de l'EEE ([15-25 %]*), avec un accroissement très limité de [0-10 %]* (EEE) ou [0-10 %]* (monde)⁷⁸.

Ventes de pectine en 2005 (EEE)

Ventes de pectine en 2005 (monde)

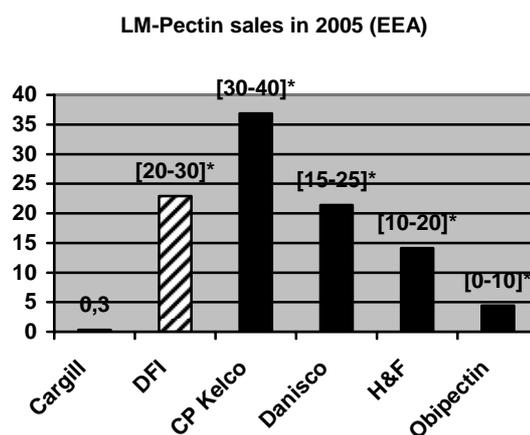
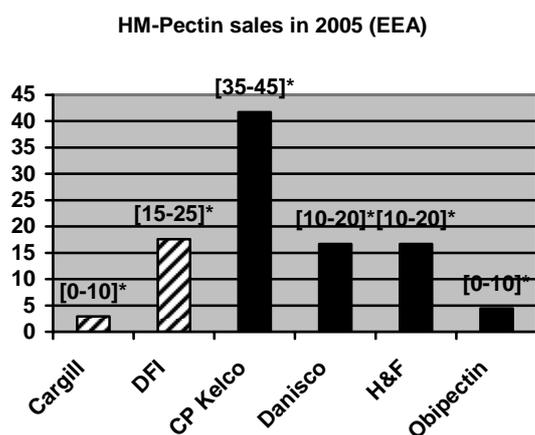
⁷⁷ 2005 en valeur.

⁷⁸ 2005 en valeur.



157. La position de CP Kelco en tant que leader du marché ([35-45 %]* des parts de marché EEE ; [35-45 %]* dans le monde) ne sera pas affectée par la concentration. Après la concentration, l'entité fusionnée atteindra, à l'échelle mondiale, une position sur le marché similaire à celle du numéro 2 actuel, Danisco, qui détient une part de marché mondiale de [20-30 %]* ([15-25 %]* dans l'EEE). Si l'on tient compte du fait que d'autres sociétés telles que Herbstreith & Fox (« H&F ») et Obipectin sont présentes sur le marché et détiennent des parts importantes au sein de l'EEE, l'entité fusionnée n'aura pas la possibilité d'agir indépendamment de ses concurrents ou d'entraver d'une autre manière la concurrence sur ce marché par un comportement unilatéral.

158. Cette appréciation reste valable même si l'on fait une distinction entre la pectine *HM* et *LM* (voir graphique ci-dessous⁷⁹), notamment car la position de Cargill sur ces éventuels marchés serait encore plus faible.



Ventes de pectine HM en 2005 (EEE)

Ventes de pectine LM en 2005 (EEE)

⁷⁹ Cargill ne produit pas de pectine LM. En 2005, il en a acheté [...] tonnes ([... %]*) à la société Obipectin, destinées à la revente.

159. Le puissant numéro un du marché, CP Kelco, est présent sur chaque marché (LM et HM) à la fois aux niveaux européen et mondial. Les deux autres grands acteurs (Danisco et H&F) sont présents sur chaque segment au même niveau que les parties. Les autres concurrents exercent une pression concurrentielle forte. De plus, CP Kelco et Danisco se sont lancés dans la construction de nouvelles unités de production au Brésil, qui seront opérationnelles en 2007 et renforceront leur capacité de production de pectine de [20-30 %]* (CP Kelco) et [30-40 %]* (Danisco) respectivement. Enfin, certains petits producteurs comme Pectowin (Pologne) exercent également une pression concurrentielle. La possibilité d'effets unilatéraux en conséquence de la concentration proposée peut donc être exclue même en adoptant des marchés limités à la pectine HM ou LM.
160. Si l'on divisait le marché de la pectine en deux, pectine de pommes et pectine d'agrumes, les activités de Cargill et de Degussa ne se chevaucheraient que sur le marché de la pectine d'agrumes ; les sociétés y détiennent des parts de marché similaires à celles qu'elles détiennent sur le marché plus large de la pectine (c'est-à-dire une part de marché cumulée dans l'EEE inférieure à [20-30 %]* avec un accroissement inférieur à [0-10 %]*. Les principaux acteurs dans le domaine de la pectine sont également présents sur ces marchés aux niveaux européen et mondial, où ils occupent une position similaire à celle sur le marché global de la pectine. Par conséquent, il est peu probable que la concentration produise des effets anticoncurrentiels sur les marchés éventuels de la pectine de pommes et d'agrumes.
161. La Commission a également examiné si la concentration pouvait entraîner des effets *coordonnés*. Toutefois, les positions très différentes des principaux concurrents sur le marché et le manque de transparence des prix lui permettent de conclure que la concentration n'est pas de nature à produire une collusion sur le marché de la pectine.
162. Pour toutes ces raisons, pour ce qui est du marché de la pectine, la Commission considère que l'opération n'est pas de nature à produire des effets anticoncurrentiels.

5. Effets sur le plan vertical (huile brute de graines oléagineuses)

163. Si la transaction envisagée peut, techniquement, avoir des répercussions verticales sur un marché si l'on se base sur la définition hypothétique d'un marché d'amont de l'huile de soja brute au sein de l'EEE (Cargill y détiendrait [20-30 %]*), cette situation n'est pas pour autant source de préoccupation.
164. Comme expliqué ci-dessus, DFI ne se procure pas d'huile de soja brute pour produire de la lécithine brute, mais s'approvisionne en lécithine fluide prête à l'emploi auprès de tierces parties, puis en assure le traitement et la transformation. Dans les marchés de produits des lécithines non GM, où les parties détiennent les plus grandes parts de marché, même Cargill est obligé de s'approvisionner en matières premières non GM auprès de tierces parties (les producteurs brésiliens).
165. Par ailleurs, il convient de prendre en compte le fait qu'actuellement, tous les producteurs de lécithine en cause ont accès à leurs propres installations de broyage et, en conséquence, à une quantité suffisante d'huile brute de soja. ADM et Solae sont des entreprises verticalement intégrées qui sont actives à tous les niveaux du traitement des graines de soja GM et non GM. Cela est également vrai pour les

producteurs indiens de lécithine fluide et déshuilée puisqu'ils utilisent des graines de soja non GM plantées localement pour produire de la lécithine dérivée de leur production de tourteau et d'huile de soja. Comme indiqué plus haut, actuellement, la source principale de lécithine fluide non GM vient des broyeurs de soja brésiliens (tels que Coinbra, Imcopa, Caramaru).

166. Pour les raisons exposées ci-dessus, la transaction ne renforce pas significativement la position de Cargill en amont des marchés de la lécithine au niveau de l'EEE ou au niveau mondial, quelle que soit le marché d'huile brute oléagineuse considéré (soja, hors soja, GM et non GM). En particulier, la transaction n'augmente pas la capacité de Cargill à empêcher l'accès de ses concurrents à la matière première nécessaire pour être actif sur les différents marchés de la lécithine (forclusion).

V. CONCLUSION GÉNÉRALE

167. La Commission conclut de ce qui précède que la concentration proposée n'est pas de nature à entraver significativement une concurrence effective au sein du marché commun ou d'une partie de celui-ci. En conséquence, la concentration peut être déclarée compatible avec le marché commun, conformément à l'article 8, paragraphe 1, point b), du règlement sur les concentrations et à l'article 57 de l'Accord EEE.

A ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DÉCISION :

Article premier

L'opération notifiée, par laquelle Cargill Incorporated acquiert le contrôle exclusif de l'ensemble des entreprises Degussa Food Ingredients GmbH, Degussa Food Ingredients US, LLC. et Maxens GmbH au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), du règlement sur les concentrations, est déclarée compatible avec le marché commun et le fonctionnement de l'Accord EEE.

Article 2

Est destinataire de la présente décision :

Cargill, Incorporated
Mail Stop 46
15407 Mc Ginty Road West
Wayzata, MN 55391
États-Unis

Fait à Bruxelles, le 29 mars 2006

Pour la Commission
Neelie KROES
Membre de la Commission



COMMISSION EUROPÉENNE
DG Concurrence

AVIS

du COMITÉ CONSULTATIF en matière de CONCENTRATIONS

rendu lors de sa 138^{ème} réunion du 13 mars 2006,

concernant un projet de décision dans l'affaire

Case COMP/M.3975– Cargill/Degussa Food Ingredients

Rapporteur: AT

1. Le Comité consultatif partage l'avis de la Commission selon lequel l'opération notifiée constitue une concentration au sens des l'article 3 du Règlement sur les Concentrations.
2. Le Comité consultatif partage l'avis de la Commission selon lequel l'opération notifiée a une dimension communautaire comme défini à l'article 1 du Règlement des Concentrations.
3. Le Comité consultatif est en accord avec la Commission en ce qui concerne la définition des marchés de produits en cause indiquée dans le projet de décision.
4. Le Comité consultatif est en accord avec la Commission en ce qui concerne la définition des marchés géographiques en cause indiquée dans le projet de décision.
5. Le Comité consultatif partage l'opinion de la Commission selon laquelle la concentration proposée n'affecte pas sensiblement la concurrence effective sur le marché commun ou sur une partie substantielle de celui-lui.
6. Le Comité consultatif partage l'avis de la Commission selon lequel l'opération doit être déclarée compatible avec le Marché Commun conformément aux articles 2(2) et 8(1) du Règlement sur les Concentrations et à l'article 57 de l'accord de l'EEE.
7. Le Comité consultatif demande à la Commission de prendre en compte tous les points qui ont été soulevés pendant la discussion.

<u>BELGIË/BELGIQUE</u>	<u>ČESKÁ REPUBLIKA</u>	<u>DANMARK</u>	<u>DEUTSCHLAND</u>	<u>EESTI</u>
J. MUTAMBA	---	L. KASTFELT	A. BUSSMANN	---
<u>ELLADA</u>	<u>ESPAÑA</u>	<u>FRANCE</u>	<u>IRELAND</u>	<u>ITALIA</u>
---	P. VELASCO MONSERRAT	R. REYNOLD DE SERESIN	---	A. VENANZETTI
<u>KYPROS/KIBRIS</u>	<u>LATVIJA</u>	<u>LIETUVA</u>	<u>LUXEMBOURG</u>	<u>MAGYARORSZÁG</u>
---	---	---	---	P. SUKOSD
<u>MALTA</u>	<u>NEDERLAND</u>	<u>ÖSTERREICH</u>	<u>POLSKA</u>	<u>PORTUGAL</u>
---	H. VAN HUTTEN	B. SCHOISSWOHL	---	---
<u>SLOVENIJA</u>	<u>SLOVENSKO</u>	<u>SUOMI-FINLAND</u>	<u>SVERIGE</u>	<u>UNITED KINGDOM</u>
---	---	H. KAIPONEN	C. BERGER	F. PEÑA



COMMISSION EUROPÉENNE

Le conseiller-auditeur

RAPPORT FINAL DU CONSEILLER-AUDITEUR
DANS L'AFFAIRE COMP/3975 – CARGILL/DEGUSSA FOOD
INDUSTRY

(conformément aux articles 15 et 16 de la décision 2001/462/CE, CECA de la Commission du 23 mai 2001 relative au mandat des conseillers-auditeurs dans certaines procédures de concurrence - JO L 162 du 19.6.2001, p. 21)

Le 21 octobre 2005, les parties ont notifié à la Commission, conformément à l'article 4 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil (le «règlement sur les concentrations»), l'opération par laquelle l'entreprise Cargyll rachèterait le département des ingrédients alimentaires de la société allemande Degussa AG.

Le 23 novembre 2005, les parties ont présenté une proposition de mesures correctives, ce qui a eu pour effet de reporter la fin de la première phase d'examen au 14 décembre 2005.

Après avoir examiné les preuves présentées par les parties au projet de concentration et réalisé une étude de marché, la Commission a conclu que l'opération soulevait des doutes sérieux quant à sa compatibilité avec le marché commun; elle a donc décidé d'ouvrir la procédure prévue à l'article 6, paragraphe 1, point c), du règlement sur les concentrations le 14 décembre 2005.

Les parties ont reçu des documents clés à examiner conformément au guide de bonnes pratiques en matière de procédure de contrôle des concentrations les 19 décembre 2005 et 17 janvier 2006.

À l'issue d'une enquête approfondie, les services de la Commission ont conclu que les problèmes de concurrence potentiels recensés dans la décision prise en vertu de l'article 6, paragraphe 1, point c), sur les marchés en cause étaient éliminés. La Commission n'a donc pas adressé de communication des griefs aux parties.

La présente affaire n'appelle aucune observation particulière concernant le droit d'être entendu.

Bruxelles, le 15 mars 2006

(signé)
Karen WILLIAMS