

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.5907 –
VOTORANTIM /
FISCHER / JV***

Le texte en langue anglaise est le seul faisant foi.

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

Article 8 (1)
date: 04/05/2011



COMMISSION EUROPÉENNE

Bruxelles, le 4 mai 2011

C(2011) 3024 final

VERSION PUBLIQUE

DÉCISION DE LA COMMISSION
du
4 mai 2011
déclarant une opération de concentration compatible avec le marché intérieur et avec
le fonctionnement de l'accord EEE

(Affaire n° COMP/M. n° 5907 – VOTORANTIM/FISCHER/JV)

(Projet de)
Décision de la Commission
du 4 mai 2011
déclarant une opération de concentration compatible avec le marché intérieur
et avec le fonctionnement de l'accord EEE

(Affaire n° COMP/M. 5907 – VOTORANTIM/FISCHER/JV)

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

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

LA COMMISSION EUROPÉENNE,

Vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne,

Vu l'accord sur l'Espace économique européen, et notamment son article 57,

Vu le règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 20 janvier 2004 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises¹, et notamment son article 8, paragraphe 1,

Vu la décision de la Commission du 7 janvier 2011 d'engager une procédure dans cette affaire,

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

Vu le rapport final du conseiller-auditeur dans cette affaire³,

CONSIDÉRANT CE QUI SUIT:

- (1) Le 24 novembre 2010, la Commission a reçu notification, conformément à l'article 4 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil (ci-après dénommé le «règlement sur les concentrations»), d'un projet de concentration par lequel les entreprises Votorantim Group (Brésil) et Fischer Group (Brésil, ci-après conjointement appelées «les parties») acquièrent, au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), et de l'article 3, paragraphe 4, du règlement sur les concentrations, le contrôle en commun d'une société nouvellement créée constituant une entreprise commune («JV» pour «joint venture») née de la fusion de leurs filiales respectives Citrovita et Citrosuco.
- (2) La décision du 7 janvier 2011⁴, a mis en lumière des doutes sérieux quant à la compatibilité de l'opération avec le marché intérieur et entraîné l'ouverture d'une procédure en application de l'article 6, paragraphe 1, point c), du règlement sur les concentrations (ci-après dénommée la «décision d'ouverture de la procédure»).

¹ JO L 24 du 29.1.2004, p. 1. À compter du 1^{er} décembre 2009, le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne («TFUE») a introduit certains changements tels que le remplacement de «Communauté» par «Union» et de «marché commun» par «marché intérieur». La terminologie du TFUE sera utilisée dans la présente décision.

² JO C2011, p....

³ JO C2011, p....

⁴ JO C 8 du 13.1.2011, p. 8.

- (3) Une version non confidentielle de certaines communications clés de tiers, recueillies pendant la première phase de l'enquête, a été fournie aux parties le 20 janvier 2011.
- (4) Le 21 janvier 2011, les parties ont présenté leurs observations écrites au sujet de la décision d'ouverture de la procédure.

I. LES PARTIES

- (5) Votorantim est un groupe brésilien aux activités diversifiées présent dans les secteurs suivants: ciment et béton, extraction minière et métallurgie (aluminium, acier, nickel et zinc), pulpe et papier, jus de fruit et produits chimiques. Le groupe est également présent dans la production d'électricité et le secteur financier. Ses activités dans le secteur du jus d'orange sont du ressort de sa filiale, Citrovita.
- (6) Fischer est un groupe brésilien actif dans le secteur des navires d'assistance aux plateformes pétrolières, ainsi que dans la production et la fourniture en gros de jus de fruit, par l'intermédiaire de sa filiale Citrosuco.

II. L'OPÉRATION ET LA CONCENTRATION

- (7) Le 14 mai 2010, les parties ont annoncé la signature d'un contrat en vue de la fusion de leurs opérations dans le secteur du jus d'orange, opérations qui sont actuellement gérées par leurs filiales respectives Citrovita et Citrosuco⁵.
- (8) Pour des raisons de gestion et d'organisation, l'opération proposée conduira à la création de deux entités contrôlées conjointement, la première assurant la gestion combinée des opérations des parties au Brésil, la deuxième gérant les ressources des parties hors du Brésil⁶. Toute référence à l'entreprise commune dans la présente décision est interprétée comme regroupant ces deux entités ou comme faisant allusion à celle des deux entités concernée.
- (9) Chacune des parties détiendra 50 % du capital social et des droits de vote de l'entreprise commune⁷. En outre, chacune des parties aura le droit de nommer la moitié des membres du conseil d'administration (*Conselho de Administração*). Les grandes décisions stratégiques devront être approuvées par le conseil d'administration, notamment le vote du plan d'entreprise et du budget⁸. L'entreprise commune sera donc contrôlée conjointement par Votorantim et Fischer.
- (10) L'entreprise commune disposera de ressources suffisantes pour agir de manière indépendante sur les marchés pour la production et la fourniture en gros de jus

⁵ Citrosuco opère également dans le secteur de la production et la fourniture de jus de pomme, mais cette activité ne sera pas transférée à l'entreprise commune envisagée.

⁶ Sachant que les activités des parties dans le secteur du jus d'orange sont différentes en termes de ressources, de production et de marketing, les contributions de chacune des parties à l'entreprise commune seront égalisées afin que chacune des parties dispose d'une participation de 50 % dans l'entreprise commune.

⁷ Voir article VII, 2.3.5 et 2.3.6 du projet d'Accord d'Association.

⁸ Voir article 6.4 du projet de pacte d'actionnaires.

d'orange et de ses sous-produits, puisqu'elle disposera de ses propres orangeries pour la production d'oranges, de ses propres usines de transformation, d'une équipe dirigeante propre et de l'accès à des services logistiques terrestres et maritimes adaptés au transport du jus d'orange en vrac. En outre, l'entreprise commune est destinée à fonctionner à long terme puisqu'elle a été établie pour une durée indéterminée.

- (11) Votorantim et Fischer exerceront donc un contrôle conjoint sur la nouvelle entité, qui accomplira de manière durable toutes les fonctions d'une entité économique autonome. Il s'agit dès lors d'une concentration au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), et de l'article 3, paragraphe 4, du règlement sur les concentrations.

III. LA DIMENSION DE L'OPERATION S'ETEND A L'UNION

- (12) Les deux entreprises concernées ont un chiffre d'affaires mondial combiné de plus de 5 milliards d'EUR⁹ (Votorantim: 11 859 millions d'EUR, Fischer: [...]*) millions d'EUR). Chacune d'entre elle réalise individuellement dans l'Union un chiffre d'affaires supérieur à 250 millions d'EUR (Votorantim: [...]*) millions d'EUR, Fischer: [...]*) millions d'EUR), mais elles ne réalisent pas plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires total dans l'Union au sein d'un seul et même État membre. La dimension de l'opération s'étend donc à l'Union.

IV. APPRÉCIATION SOUS L'ANGLE DE LA CONCURRENCE

- (13) L'opération concerne les activités des parties liées à la production et à l'offre de jus d'orange et de plusieurs sous-produits dérivés de la transformation du jus d'orange. Ces deux activités sont étudiées respectivement à la section IV.2 et à la section IV.3, après une brève présentation générale du secteur économique à la section IV.1.

IV.1. Introduction

- (14) Le jus et le nectar d'orange représentent 35 % de tous les jus et nectars consommés dans l'EEE, ce qui fait du jus d'orange le jus de fruit le plus consommé dans l'EEE¹⁰. Le deuxième jus le plus populaire, le jus (et/ou nectar) de pomme, ne représente que 15 % de la consommation totale de jus, suivi par les mélanges de jus multifruits et leur 11 % de part de marché. Ces mélanges multifruits utilisent souvent le jus d'orange comme matière première.

⁹ Chiffre d'affaires calculé conformément à l'article 5, paragraphe 1, du règlement sur les concentrations et à la communication juridictionnelle codifiée de la Commission concernant le règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises, JO C 95 du 16.4.2008, p. 1.

* 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.

¹⁰ Formulaire CO, annexe 6.23: AIJN European Fruit Juice Association market report 2010, p. 7. Le rapport de l'Association européenne de l'industrie des jus de fruits et nectars fait la distinction entre le jus d'orange (ou pur jus) qui contient 100 % de fruits et les nectars qui contiennent 25 % à 99 % de fruits.

- (15) Le Brésil est la principale région de culture de l'orange dans le monde avec 38 % de la production mondiale d'oranges¹¹. Comme la Floride aux États-Unis, qui est également un important producteur d'oranges, le pays se situe dans la zone climatique la mieux adaptée à la culture de l'orange (latitude située entre 40° nord et 40° sud)¹².
- (16) La part du Brésil dans la production mondiale de jus d'orange se situe à 58 %, un résultat encore plus important que sa part dans la production d'oranges fraîches¹³. La majeure partie de cette production de jus d'orange est réalisée dans l'État de São Paulo, qui produit 1,35 million de tonnes de jus, contre 900 000 tonnes produites en Floride¹⁴. À eux deux, le Brésil et les États-Unis (Floride) représentent 89 % de la production mondiale de jus d'orange¹⁵.
- (17) Alors que la majeure partie du jus d'orange produit en Floride est consommée sur le marché national des États-Unis, près de 75 % de la production d'oranges brésilienne est transformée en jus, puis exportée, tandis que les 25 % restant sont destinés à la consommation nationale¹⁶. La principale destination des exportations brésiennes de jus d'orange est l'EEE. De fait, la majeure partie du jus d'orange consommé dans l'EEE provient du Brésil¹⁷.
- (18) En 2008/2009, les parties à l'accord sur l'Espace économique européen ont importé 897 000 tonnes de jus d'orange dont 799 000 tonnes provenaient du Brésil et 98 000 tonnes d'autres origines (comme le Mexique et les États-Unis). La consommation de l'EEE inclut également environ 106 000 tonnes de jus d'orange produit dans l'EEE¹⁸.
- (19) Les oranges peuvent être transformées en deux types de jus d'orange: le jus d'orange concentré congelé («FCOJ» – Frozen Concentrate Orange Juice) et le jus d'orange non fait de concentré («NFC» – Not From Concentrate Orange Juice).
- (20) Le FCOJ est du jus d'orange concentré, c'est-à-dire du jus d'orange dont l'eau a été retirée par évaporation. Le FCOJ est généralement stocké à une température d'environ – 10 degrés Celsius pendant 36 mois maximum.

¹¹ Formulaire CO, annexe 6: Agra FNP Report – *The Brazilian Citrus Industry* (2007), rapport de la société de conseil et d'information sur le commerce agricole Agra FNP, p. 135.

¹² Formulaire CO, p. 33.

¹³ Agra FNP Report - *The Brazilian Citrus Industry*, p. 135: données sur la production mondiale d'oranges fraîches en 2006/2007 en pourcentage des volumes produits en 2006/2007; p. 139: données sur la production mondiale de jus d'orange en 2006/2007.

¹⁴ Formulaire CO, p. 33.

¹⁵ Agra FNP Report - *The Brazilian Citrus Industry* 2007, p. 139.

¹⁶ Agra FNP Report - *The Brazilian Citrus Industry* 2007, pp. 82-83.

¹⁷ Agra FNP Report - *The Brazilian Citrus Industry* 2007, p. 110.

¹⁸ Formulaire CO, annexe 7.2: Rapport annuel sur les agrumes du réseau GAIN du ministère de l'Agriculture des États-Unis, 2009.

- (21) Le NFC est du jus d'orange pasteurisé. Le processus de pasteurisation comprend une succession d'étapes de chauffage et de refroidissement. Il permet de désactiver les enzymes, d'éliminer les microorganismes et de stabiliser le jus d'orange. Par rapport au FCOJ, qui est 5 à 6 fois plus condensé (que le NFC), le NFC conserve son volume d'origine, ainsi que son goût. Son coût de transport est donc relativement plus élevé que celui du FCOJ. Ayant subi un processus de pasteurisation, le NFC peut être stocké à une température de 0 degré Celsius pendant 18 mois maximum. La commercialisation du NFC a débuté dans les années 1990, avec le développement des réservoirs et des procédés aseptiques qui permettent de le stocker à grande échelle¹⁹.
- (22) La production et la fourniture de FCOJ et de NFC sont décrites plus en détail à la section IV.2.
- (23) Le procédé d'extraction du jus des fruits, ainsi que les autres étapes du processus de production (telles que l'évaporation du jus pour la production du FCOJ) donnent naissance à un certain nombre de sous-produits comme l'huile et les essences d'orange (notamment l'huile essentielle d'orange, la phase organique, la phase aqueuse et le terpène d'orange), la pulpe et les granulés de pulpe d'agrumes.
- (24) Ces sous-produits sont décrits en détail à la section IV.3.

IV.2. Jus d'orange

- (25) Les différentes étapes de la production et de la fourniture de FCOJ et de NFC, ainsi que l'activité globale de production du jus d'orange et les principaux transformateurs sont présentés plus en détail aux sections IV.2.1 et IV.2.2, pour introduire la définition des marchés géographiques et sectoriels du jus d'orange (respectivement aux sections IV.2.3 et IV.2.4) et l'évaluation des effets concurrentiels de l'opération notifiée sur ces marchés (section IV.2.5).

IV.2.1. Production et fourniture de FCOJ et de NFC

- (26) Les principales étapes de la production et de la fourniture de jus d'orange, et en particulier de FCOJ et de NFC, sont les suivantes: approvisionnement en oranges, transformation de celles-ci en jus et transport et stockage du jus d'orange. Cette sous-section présente également brièvement les principaux clients des producteurs de jus d'orange et les produits finals qui résultent du FCOJ et du NFC respectivement.

IV.2.1.1. Approvisionnement en oranges

- (27) Les oranges sont cultivées au Brésil, généralement dans de grandes orangeries appartenant à des producteurs d'oranges ou aux principaux transformateurs de jus d'orange eux-mêmes. Ces derniers comprennent notamment Cutrale, Citrusuco, Citrovita et Louis Dreyfus Commodities (ci-après dénommé «LDC»). Différentes variétés d'oranges sont cultivées, le choix de la variété dépendant de facteurs tels que le rendement, la résistance aux maladies et l'adaptation aux caractéristiques du sol, ainsi qu'à l'objectif des producteurs qui souhaitent maximiser la durée de la saison de culture et de cueillette. Selon les parties, les variétés d'oranges généralement cultivées

¹⁹ European markets for NFC: supply and demand issues, Goodrich and Brown. Disponible à l'adresse: <http://www.unctad.org/infocomm/francais/orange/Doc/europeanmarkets.pdf>

pour la production de jus au Brésil sont les suivantes: Hamlin, Westin, Rubi, Pera, Valencia, Natal et Folha Murcha²⁰.

- (28) Ces variétés mûrissent à différents moments de la période de récolte brésilienne qui va de juillet à janvier, ce qui permet aux producteurs de jus d'orange de prolonger la période pendant laquelle ils peuvent faire tourner leurs usines de transformation²¹. Les producteurs de jus d'orange mélangent les jus pendant le procédé de production ou après, en utilisant des proportions variables qui leur permettent de satisfaire aux spécifications tout au long de l'année. Ces spécifications sont fournies en termes de concentration, exprimée en degrés Brix, et de ratio.
- (29) La concentration en degrés Brix mesure la quantité de solides solubles dans le jus. Plus la valeur en degrés Brix est élevée, plus le jus/concentré est condensé et plus il est possible de fabriquer d'unités de produit final à partir d'une seule unité de jus/concentré. L'autre grande caractéristique qui différencie le jus provenant de différentes régions et de différentes oranges est l'acidité. Le ratio mesure la proportion des solides solubles par rapport à l'acidité du jus. Plus le ratio est élevé, plus le jus est sucré.
- (30) Les principaux transformateurs de jus d'orange au Brésil détiennent et louent des orangeries dans l'État de São Paulo, qui est la principale région de production d'oranges du pays²². Le degré d'intégration verticale dans la culture des oranges varie selon les transformateurs. De manière générale, pour les quatre principaux transformateurs, la part d'oranges récoltées dans des orangeries qu'ils exploitent eux-mêmes représente 20 à 40 % des oranges transformées, le reste provenant de producteurs d'oranges indépendants en contrat à long terme ou acheté sur le marché au comptant²³.
- (31) Sachant qu'une quantité très importante des oranges fournies aux principaux transformateurs de jus d'orange ne provient pas de leurs propres orangeries, les transformateurs cherchent à garantir l'approvisionnement en signant des contrats à long terme avec les producteurs. Les parties affirment qu'en moyenne, ces relations à long terme avec les producteurs ont une durée d'une dizaine d'années, mais ils précisent que la durée moyenne des contrats varie. Citrovita achète la plupart des oranges sur la base de contrats d'une durée d'au moins [...] ans alors que Citrusuco achète la plupart de ses oranges sur la base de contrats de un à [...] ans²⁴. Les parties indiquent que la plupart des contrats à long terme comprennent un mécanisme de prix

²⁰ Formulaire CO, p. 46.

²¹ Selon les parties, les variétés sont divisées en trois catégories: (i) les variétés précoces telles que Hamlin, Westin et Rubi, dont la récolte est effectuée dans une culture régulière de mai à août, (ii) les variétés de mi-saison telles que Pera, dont la récolte est effectuée dans une culture régulière de juillet à octobre et (iii) les variétés tardives telles que Folha Murcha, Valencia et Natal, pour lesquelles la récolte a lieu d'octobre à janvier: Formulaire CO, p.46 et annexe 6. Selon le rapport d'Agra FNP, p. 38, la variété Pera est la variété la plus importante cultivée au Brésil.

²² En 2009, 75 % de toutes les oranges produites au Brésil venaient de l'État de São Paulo. Voir l'annexe 12 de la réponse des parties à une demande de renseignements de la Commission du 9 février 2011 et le formulaire CO, annexe 6.3.

²³ Formulaire CO, p. 38.

²⁴ Formulaire CO, p.44.

généralement basé sur une composante fixe associée à une composante variable, cette dernière dépendant généralement du prix du marché international du jus d'orange ainsi que du volume des récoltes²⁵. Les achats sur le marché au comptant,²⁶ où le prix varie à tout moment, viennent compléter l'approvisionnement contractuel.

IV.2.1.2. La transformation des oranges

- (32) Après la récolte, les oranges sont livrées en camion aux usines de transformation où elles sont transformées en jus d'orange (qu'il s'agisse de NFC ou de FCOJ). Les oranges sont sélectionnées pour permettre l'obtention d'un mélange de qualité optimale. Les fruits circulent sur un tapis roulant et passent par une étape de lavage avant d'entrer dans l'usine où les fruits mauvais ou abîmés sont mis de côté. Les fruits sont ensuite triés par taille et envoyés vers les extracteurs de jus.
- (33) À l'intérieur des extracteurs de jus, la peau est percée pour en extraire les huiles. Puis le jus est extrait des oranges et la pulpe et les pépins sont retirés. La pulpe est ensuite utilisée pour fabriquer d'autres sous-produits comme la pulpe d'agrumes (ou les cellules de pulpe) et les granulés de pulpe d'agrumes utilisés dans l'alimentation du bétail. Les procédés relatifs à l'élaboration des sous-produits sont expliqués plus en détail à la section IV.3.
- (34) Le jus extrait des fruits peut subir une ou deux étapes de transformation supplémentaires. Soit un processus d'évaporation qui élimine l'excédent d'eau du jus et donne naissance au FCOJ ainsi qu'à deux autres sous-produits: l'essence d'orange en phase aqueuse et l'essence d'orange en phase organique (voir également la section IV.3.1), soit un procédé de pasteurisation qui consiste à chauffer et à refroidir le jus pour désactiver les enzymes, éliminer les micro-organismes indésirables et stabiliser le jus afin de produire du NFC.
- (35) Pour satisfaire aux spécifications et aux exigences des clients, le FCOJ est mélangé après évaporation à partir des différents réservoirs et il arrive aussi que certaines huiles et essences soient réintégrées dès cette étape pour améliorer le goût du produit. Il est aussi possible d'ajouter de la pulpe d'agrumes à ce stade (voir la section IV.3.3).
- (36) Pour obtenir le produit final, le FCOJ doit être reconstitué avant de pouvoir être bu par le consommateur. Le FCOJ est donc mélangé avec de l'eau (pour atteindre le ratio sucre/acide souhaité) et avec des huiles/essences et de la pulpe (pour obtenir la couleur, le goût et la texture demandés). Cette reconstitution a généralement lieu une fois que le jus est arrivé dans l'EEE. Le NFC nécessite moins de transformation et aucune reconstitution, mais il est aussi possible d'y ajouter de la pulpe d'orange.

IV.2.1.3. Transport et stockage du jus d'orange

- (37) Après transformation, le jus d'orange brésilien (FCOJ et NFC) destiné au marché de l'EEE est transporté jusqu'au port par camion-citerne, puis expédié par navire jusqu'à

²⁵ Formulaire CO, p.41.

²⁶ En l'espèce, le marché au comptant pour les oranges a été défini comme étant l'offre d'oranges sous forme de fruits qui (i) ne sont pas vendues en vertu de contrats à long ou à court termes d'une année ou plus et/ou (ii) ne font pas partie de la production captive.

des terminaux portuaires de l'EEE. Le jus transformé dans l'État de São Paulo est normalement exporté depuis le port de Santos, qui possède des terminaux dédiés à la manutention du jus d'orange²⁷. Le jus est pompé depuis les camions-citernes directement dans des réservoirs réfrigérés spécialement conçus, à bord de navires dédiés au transport du jus d'orange²⁸.

- (38) Environ 90 % du jus d'orange brésilien est transporté en vrac dans les réservoirs isothermes de bateaux-citernes. Le même bateau-citerne peut transporter du FCOJ et du NFC. Les deux produits doivent cependant être placés dans des réservoirs isothermes différents, à différentes températures puisque le FCOJ est généralement transporté à moins 10 degrés Celsius alors que le NFC est transporté à 0 degré Celsius²⁹.
- (39) Les petites quantités de jus d'orange ainsi que les sous-produits (à l'exception des granulés de pulpe d'agrumes) sont transportés dans des fûts ou dans des conteneurs réfrigérés³⁰. Ces derniers sont transportés dans des porte-conteneurs ou sur le pont des bateaux-citernes³¹.
- (40) À son arrivée dans l'EEE, le jus est pompé dans des réservoirs de stockage installés dans les terminaux des producteurs de jus d'orange ou, parfois, dans des terminaux tiers³². Les quatre principaux producteurs de jus brésiliens disposent de leurs propres terminaux dans l'EEE. Certains grands clients peuvent également recevoir des navires dans leurs propres terminaux. Les réservoirs de stockage doivent être équipés de systèmes de réfrigération pour pouvoir être maintenus à la température requise. Les réservoirs de stockage de NFC (que ce soit à bord du navire ou dans le port) sont soumis à des critères plus stricts que les réservoirs de stockage de FCOJ puisqu'ils doivent être aseptiques et qu'ils sont généralement équipés d'un agitateur³³.
- (41) Dans les terminaux de l'EEE, le jus est généralement récupéré par les clients au moyen de camions-citernes.

²⁷ Formulaire CO, p. 51-53.

²⁸ Certains fournisseurs de jus d'orange sont propriétaires des navires qu'ils utilisent pour exporter le jus, d'autres les louent. Les conteneurs spéciaux appartiennent généralement aux fournisseurs de jus, même s'ils peuvent être installés sur des navires tiers.

²⁹ Formulaire CO, p. 96.

³⁰ Formulaire CO, p. 55.

³¹ Si ce transport ne doit pas nécessairement être effectué sur un navire exclusivement réservé au transport du jus d'orange, il faut cependant que des conditions de réfrigération et d'hygiène appropriées soient respectées.

³² Les parties ont fourni l'exemple des terminaux appartenant à des clients tels que PepsiCo (Zeebrugge) et Cargill (Amsterdam). Certains terminaux sont également utilisés comme terminaux de stockage et loués par les transformateurs de jus d'orange, comme les terminaux de Rotterdam et de Vlissingen, qui appartiennent à Kloosterboer.

³³ Un agitateur est un appareil fixé sur un réservoir qui permet de mélanger le jus d'orange à l'intérieur du réservoir de façon que les caractéristiques de ce dernier restent les mêmes indépendamment de l'endroit où se trouve le jus dans le réservoir.

IV.2.1.4. Clients et produit final

- (42) Les clients qui achètent du jus d'orange sous forme de NFC et/ou de FCOJ sont généralement des usines d'embouteillage (ci-après «embouteilleurs»). Les embouteilleurs achètent du NFC/FCOJ aux transformateurs de jus d'orange, se chargeant de l'opération de reconstitution et placent le produit dans l'emballage requis. Les embouteilleurs produisent généralement du jus de fruits sous leur propre marque et/ou sous contrat pour des détaillants (marques privées) ou d'autres producteurs de marque.
- (43) Parmi les autres acheteurs de jus d'orange, on trouve aussi les mélangeurs. Les mélangeurs sont spécialisés dans la reconstitution et/ou le mélange des produits achetés (FCOJ/NFC) en vue de l'obtention d'une caractéristique, d'un goût ou d'une variété précise d'un certain jus (orange ou multifruits), nectar ou boisson. Par rapport aux embouteilleurs, les mélangeurs réalisent une activité intermédiaire dans le sens où ils achètent et mélangent les jus qu'ils vendent ensuite à des embouteilleurs.
- (44) Les acheteurs de jus d'orange peuvent être des entreprises mondiales mais aussi de petits acteurs d'envergure plutôt régionale (opérant à l'échelle de l'EEE ou d'un certain nombre d'États membres). Les principaux clients mondiaux sont Coca-Cola et PepsiCo qui, avec leurs marques respectives Minute Maid et Tropicana, sont présents dans le monde entier. Ces sociétés achètent généralement de vastes quantités de produit, de manière centralisée³⁴. Les clients de moindre taille peuvent, soit produire leur propre marque (par exemple, Granini, Orangina, Valensina ou Friesland) et distribuer leurs produits (de marque) à tous les réseaux de distribution (supermarchés, magasins et autres), soit produire sous des marques privées pour des détaillants. Parmi les embouteilleurs qui produisent du jus d'orange de marque privée dans l'EEE figurent notamment Refresco, Wesergold et Gerber. Parmi les entreprises s'occupant exclusivement de mélange figurent Cargill et Döhler.
- (45) Les embouteilleurs et les mélangeurs achètent généralement le jus d'orange sur la base de contrats annuels qu'ils négocient après avoir demandé des propositions/offres aux quatre grands fournisseurs de jus d'orange. Les clients européens exigent des spécifications similaires en termes de concentration (65-66 degrés Brix pour le FCOJ et 11-13 degrés Brix pour le NFC) et de ratio (14-16 ou 15-17). Tous les grands producteurs de jus d'orange peuvent généralement satisfaire à ces spécifications.
- (46) Pour garantir la continuité de l'approvisionnement en jus d'orange, les clients s'approvisionnent généralement auprès des quatre principaux fournisseurs brésiliens. Au vu des informations fournies par les parties, il est à noter que, pour le FCOJ, aucun de leurs clients ne représente plus de [20-30]* % des ventes de chacune des parties et qu'un certain nombre de clients se sont approvisionnés auprès des deux parties la même année³⁵.
- (47) Les embouteilleurs mondiaux ont tendance à avoir une relation plus privilégiée avec un des quatre acteurs. Coca Cola s'approvisionne en FCOJ principalement auprès de

³⁴ Formulaire CO, p. 62.

³⁵ La situation est différente en ce qui concerne les ventes de NFC par Citrusuco, [...] étant son principal client et les achats de celui-ci représentant [60-70]* % du total des ventes de NFC de Citrusuco.

Cutrale³⁶ alors que PepsiCo s'approvisionne en NFC principalement auprès de Citrusuco.

- (48) Les embouteilleurs et les mélangeurs utilisent du FCOJ et du NFC pour un certain nombre de produits différents. À ce sujet, la législation de l'Union³⁷ fait la distinction entre les produits suivants: (i) jus de fruits³⁸; (ii) jus de fruits obtenus à partir d'un concentré³⁹; et (iii) nectar de fruits⁴⁰. Ces noms doivent être utilisés dans le commerce pour désigner les produits à base de jus de fruits et l'étiquette doit indiquer clairement si le jus est entièrement ou partiellement obtenu à partir d'un concentré avec la mention: «à base de concentré(s)» ou «partiellement à base de concentré(s)».
- (49) Les produits à base de NFC ou de FCOJ comprennent donc: (a) les jus d'orange à base de NFC; (b) les jus d'orange à base de FCOJ; et (c) les nectars d'orange (jus d'orange à base de FCOJ ou de NFC auxquels sont ajoutés de l'eau, du sucre/miel). Le NFC/FCOJ peut également être utilisé dans la production de mélanges multifruits ainsi que dans des boissons non alcoolisées.

IV.2.2. Description générale du commerce du jus d'orange et des principaux transformateurs

- (50) L'industrie brésilienne du jus d'orange s'est considérablement développée depuis sa création dans les années 1960 avec la première usine de FCOJ. Elle s'est développée et a gagné en popularité grâce à des conditions climatiques favorables et à l'incapacité de la production états-unienne (principalement en Floride), de satisfaire la demande mondiale. Les principaux transformateurs brésiliens ont également mis en place une chaîne d'approvisionnement efficace pour acheminer le jus depuis l'État de São Paulo jusqu'en Europe⁴¹.
- (51) Dans les années 1980, l'industrie brésilienne du jus d'orange a commencé à se consolider, avec l'acquisition d'un certain nombre de petites entreprises par les

³⁶ Formulaire CO, p. 184.

³⁷ Directive 2001/112/CE du Conseil du 20 décembre 2001 relative aux jus de fruits et à certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine, JO L 10 du 12.1.2002, p. 58, telle que modifiée par la directive 2009/106/CE de la Commission du 14 août 2009, JO L 212 du 15.8.2009, p. 42.

³⁸ Conformément au paragraphe 1, point a) de l'annexe 1 à la directive 2001/112/CE du Conseil, le jus de fruit est le produit fermentescible mais non fermenté, obtenu à partir de fruits sains et mûrs, frais ou conservés par le froid, d'une espèce ou de plusieurs espèces en mélange, possédant la couleur, l'arôme et le goût caractéristiques du jus des fruits dont il provient. L'arôme, la pulpe et les cellules du jus, qui sont séparés pendant le procédé, peuvent être réintroduits dans le même jus.

³⁹ Conformément au paragraphe 1, point b) de l'annexe 1 de la directive 2001/112/CE du Conseil, le jus de fruit obtenu à partir d'un concentré est le produit obtenu en remettant dans le jus de fruits concentré l'eau extraite du jus lors de la concentration, ainsi qu'en restituant les arômes et, le cas échéant, les pulpes et les cellules que le jus a perdus mais qui ont été récupérés lors du processus de production du jus de fruits dont il s'agit ou de jus de fruits de la même espèce.

⁴⁰ Conformément au paragraphe 4 de l'annexe 1 de la directive 2001/112/CE du Conseil, le nectar est le produit obtenu en ajoutant de l'eau et des sucres et/ou du miel aux produits jus de fruit et concentré de fruit, à de la purée de fruits ou à un mélange de ces produits. L'addition de sucres et/ou de miel est autorisée dans une quantité non supérieure à 20 % en poids par rapport au poids total du produit fini.

⁴¹ Étude de marché de Rabobank – Jus d'orange brésilien, annexe 6.14 du formulaire CO, p. 19-20.

principaux acteurs du secteur⁴². Le retrait le plus significatif de ces dernières années est celui de Cargill qui s'est retiré de la transformation du jus d'orange en 2004. Cargill a vendu ses usines, ses exploitations agricoles et ses terminaux portuaires brésiliens à Cutrale et à Citrusuco⁴³.

- (52) Selon le rapport 2007 d'Agra FNP sur l'industrie brésilienne des agrumes, les principales raisons de cette consolidation sont (i) la réalisation d'économies d'échelle pour permettre l'évolution vers des programmes logistiques nationaux et internationaux qui nécessitent davantage de capitaux et (ii) la nécessité pour les principaux acteurs d'être présents dans les régions du sud de l'État de São Paulo, où s'étaient implantées la majorité des plantations d'oranges (l'expansion a eu lieu via l'achat des machines correspondantes d'écrasement des fruits)⁴⁴.
- (53) Parallèlement à la consolidation de l'activité brésilienne, les principaux acteurs présents au Brésil (à l'exception de Citrovita) ont élargi leurs activités de production de jus d'orange jusqu'aux États-Unis. De fait, Cutrale, Citrusuco et LDC ont acquis des usines de pressage en Floride vers le milieu des années 1990.
- (54) Actuellement, quatre grands acteurs brésiliens sont actifs sur les marchés internationaux⁴⁵, Cutrale, Citrusuco (filiale de Fischer), Citrovita (Votorantim) et LDC⁴⁶. Cutrale, LDC et Citrusuco produisent à la fois du FCOJ et du NFC, tandis que Citrovita ne travaille que dans la production et la fourniture en gros de FCOJ.
- (55) Ces quatre fournisseurs sont intégrés verticalement et donc actifs à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement du jus d'orange, depuis la culture et l'approvisionnement en oranges jusqu'à la distribution en gros aux clients de l'EEE, en passant par la transformation du jus d'orange au Brésil et son transport entre les terminaux portuaires brésiliens et européens.
- (56) En ce qui concerne l'approvisionnement en oranges, les quatre principaux fournisseurs cultivent tous «en interne» une part substantielle de leur demande d'oranges, puisqu'ils possèdent ou louent tous des orangeries, comme indiqué au considérant (30). Sachant que les agriculteurs de l'État de São Paulo ont tendance à opter pour d'autres cultures comme la canne à sucre, la concurrence pour l'accès aux terres s'est accrue et les producteurs de jus d'orange tentent dorénavant de sécuriser au moins une partie de leurs besoins en fruits «en interne». Selon les estimations des

⁴² Par exemple, l'acquisition de Citromogiana Ltda., Branco Peres par Cutrale, l'acquisition de Frutropic par LDC ou l'acquisition récente de Sucorico par Citrovita. Voir Agra FNP Report 2007 – The Brazilian Citrus Industry, p. 112.

⁴³ Agra FNP Report – *The Brazilian Citrus Industry*, p. 112.; Communiqué de presse de Bloomberg du 2 juillet 2004: http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=aVIZqOr0mCE8&refer=latin_america

⁴⁴ Agra FNP Report - *The Brazilian Citrus Industry*, p. 112:

⁴⁵ Agra FNP Report 2007 - *The Brazilian Citrus Industry*, p. 112. 97 % du secteur brésilien du jus d'orange sont représentés par les quatre plus grandes sociétés.

⁴⁶ LDC est bien une société européenne à l'origine, mais dans la mesure où ses principales activités dans la fabrication de jus d'orange sont localisées au Brésil, lesdites activités seront considérées comme étant des opérations brésiliennes tout au long de la présente décision.

parties, Cutrale a cultivé [30-40]* % de ses besoins en fruits en interne pendant la saison 2009/2010, Citrusuco [20-30]* %, Citrovita [10-20]* % et LDC [20-30]*%⁴⁷.

- (57) Les producteurs de jus d'orange possèdent des usines de transformation en différents points de l'État de São Paulo, dans un rayon maximal de 500 km du port de Santos. Cutrale possède cinq usines au Brésil, tandis que les trois autres en exploitent chacune trois. En dehors de leurs activités au Brésil, Cutrale, Citrusuco et LDC gèrent des usines de transformation en Floride, principalement à destination du marché national des États-Unis. Cutrale possède également une usine de transformation d'oranges en NFC au Portugal.
- (58) Les principaux acteurs possèdent également leurs propres terminaux dans le port de Santos. C'est là qu'ils livrent le jus provenant des usines de transformation et que le FCOJ et/ou le NFC transformé est ensuite expédié vers l'Europe et vers d'autres parties du monde. Le fait de posséder ses propres terminaux est considéré comme un facteur déterminant dans la chaîne logistique, car il permet d'accélérer et de réduire le coût des opérations de chargement et de déchargement⁴⁸.
- (59) Même si les quatre sociétés disposent d'installations portuaires au Brésil et dans l'EEE pour l'exportation/importation de jus d'orange, il existe certaines différences dans l'organisation qu'elles ont choisie pour leur transport maritime. Certaines font appel à leurs propres navires, tandis que d'autres s'appuient davantage sur des contrats de crédit-bail ou d'affrètement avec des fournisseurs de transport maritime.
- (60) Citrusuco possède quatre navires qui sont tous utilisés exclusivement pour le transport de jus d'orange. Citrovita possède également un tel navire et en loue trois autres à un tiers (Gearbulk). LDC loue également de l'espace sur des navires tiers (trois au total), notamment auprès de Gearbulk et de Citrusuco. Cutrale gère six navires⁴⁹.
- (61) Ces quatre sociétés possèdent toutes leurs propres terminaux en Europe, ce qui leur permet de décharger leurs navires de manière rapide et efficace. Cutrale gère un terminal à Rotterdam (Pays-Bas) ainsi qu'au Royaume-Uni. Citrusuco et LDC possèdent chacune leurs propres terminaux à Gand (Belgique), tandis que le terminal de Citrovita se trouve à Anvers (Belgique)⁵⁰.

IV.2.3. Marché de produits en cause

- (62) L'entreprise commune continuera l'activité des parties pour la production et la fourniture de jus d'orange en gros. Comme indiqué, les activités de Citrusuco en termes de production et de fourniture de jus de pomme ne seront pas transférées à l'entreprise commune⁵¹.

⁴⁷ Formulaire CO, p. 38.

⁴⁸ Agra FNP report - The Brazilian Citrus Industry, p.126.

⁴⁹ Formulaire CO, pages 176 - 177.

⁵⁰ Formulaire CO, pages 180-183.

⁵¹ Voir la note de bas de page numéro 5.

- (63) Les parties affirment qu'en raison d'un degré de substituabilité élevé de l'offre et de la demande entre le jus d'orange et les autres jus de fruits, le marché de produits en cause pour l'évaluation de l'opération envisagée est le marché de la production et de la fourniture en gros de jus de fruits.
- (64) Si la Commission décidait de prendre en considération un marché plus restreint, limité à la production et à la fourniture en gros de jus d'orange, les parties affirment qu'une segmentation plus poussée entre le FCOJ et le NFC ne serait pas pertinente étant donné la substituabilité de l'offre et de la demande entre les deux types de jus d'orange.

IV.2.3.1. Jus d'orange/autres jus de fruits

- (65) Les parties affirment qu'il existe un marché global, aussi bien dans la perspective de la demande que dans celle de l'offre, pour la production et la fourniture en gros de jus de fruits. En outre, les parties déclarent que des indications sur l'existence possible d'un marché pour les jus de fruits figurent dans des décisions antérieures de la Commission relatives au secteur des boissons⁵².
- (66) En ce qui concerne la pratique décisionnelle antérieure de la Commission relative à des fusions dans le secteur des boissons, une distinction a été faite entre les boissons rafraîchissantes gazéifiées et les autres boissons non alcoolisées telles que les jus de fruits, le thé, le café, l'eau et les boissons énergétiques⁵³. Toutefois, même si une distinction supplémentaire entre certaines boissons non gazéifiées, comme les thés glacés⁵⁴, a été étudiée, aucune définition exacte des marchés de produits n'a finalement été établie⁵⁵.
- (67) Ces précédents font toutefois référence à des activités qui englobent la vente de boissons au détail. Les boissons considérées étaient donc les produits finals de la chaîne de production et d'approvisionnement en cause. En l'espèce, au contraire, les produits des parties sont une des composantes de ces boissons et leurs activités ont lieu en amont de la chaîne de production et d'approvisionnement. L'interaction entre l'offre et la demande se situe donc à un stade commercial différent par rapport aux affaires mentionnées par les parties. En outre, les marchés géographiques diffèrent également entre le cas présent et les précédents invoqués par les parties; alors que les marchés de la production et de la distribution en gros de jus d'orange concernent l'ensemble de l'EEE [voir le considérant (140)], les activités de vente de boissons au détail évoquées dans les affaires antérieures concernaient probablement des marchés

⁵² Décision de la Commission du 27 septembre 2009 dans l'affaire n° COMP/M.2276 - *Coca Cola Company/Nestlé/JV* – JO C308 du 1.11.2001, décision de la Commission du 29 octobre 2001 dans l'affaire n° COMP/M.2504 - *Cadbury Schweppes/Pernod Ricard* – JO C 321 du 16.11.2011; décision de la Commission du 26 octobre 2009 dans l'affaire n° COMP/M.5633 - *PepsiCo/The PepsiCo Bottling Group* – JO C 272 du 13.11.2009.

⁵³ Voir, par exemple l'affaire n° COMP/M.2504 - *Cadbury Schweppes/Pernod Ricard*, paragraphes 8 et 9 et l'affaire n° COMP/M.2276 - *The Coca Cola Company/Nestlé/JV*, paragraphes 16-18.

⁵⁴ M.2504 - *Cadbury Schweppes/Pernod Ricard*, paragraphe 12.

⁵⁵ Voir, par exemple, la décision de la Commission du 16 février 1998 dans l'affaire n° IV/1065 - *Nestlé/San Pellegrino* – JO C81, 17.3.1998, paragraphes 7-11, une discussion sur l'eau minérale pétillante et plate.

nationaux⁵⁶. De plus, dans les décisions antérieures, l'enquête sur le marché n'était pas axée, comme dans le cas présent, sur le secteur des jus de fruits, mais sur le secteur des boissons gazeifiées. Les jus de fruits n'ont donc pas encore fait l'objet d'une évaluation approfondie spécifique. En résumé, la pertinence des précédents existants dans le traitement de l'affaire en cause est limitée. Enfin, ce n'est pas parce que la Commission n'a pas, lors d'affaires antérieures, fait la distinction, aux fins de son évaluation, entre le jus d'orange et d'autres jus de fruits, qu'elle ne peut pas envisager, en se basant sur l'enquête sur le marché approfondie menée dans cette affaire, qu'un marché distinct existe pour le jus d'orange (ou des marchés distincts pour le FCOJ et le NFC)⁵⁷.

IV.2.3.1.1. Substituabilité de la demande

- (68) Les parties affirment que la substituabilité de la demande au niveau du consommateur final de même qu'à celui des embouteilleurs démontre que tous les jus de fruits font partie du même marché de produits.
- (69) L'argument principal avancé par les parties est qu'il existe, dans le secteur des jus de fruits, une forte substituabilité de la demande entre le jus d'orange et d'autres types de jus de fruits en termes de caractéristiques, d'utilisation et, surtout, de prix. Selon les parties, cette substituabilité s'est accrue parallèlement à une tendance en faveur des jus de fruits mélangés et des jus de fruits exotiques de la part des consommateurs. Les parties font référence au fait que tous les jus de fruits sont bons pour la santé, au goût variable et changeant des consommateurs pour différents jus de fruits et à la sensibilité des consommateurs au prix.
- (70) Pour appuyer leurs arguments, les parties insistent sur le fait que la consommation de jus dans l'Union a légèrement évolué ces dernières années, les parfums traditionnels (orange et pomme) cédant peu à peu la place à d'autres jus de fruits comme les jus à un seul fruit ou les mélanges ou jus multifruits. Comme indiqué, les parties maintiennent que tous les jus de fruits partagent des caractéristiques communes en termes de perception des consommateurs, notamment leur image de produits sains.
- (71) Les parties expliquent également que les clients sont sensibles au prix et qu'en cas d'augmentation de prix du jus d'orange, ils ont tendance à remplacer le jus d'orange par d'autres jus de fruits. Les parties indiquent aussi que la consommation de jus de fruits dépend des préférences des consommateurs (puisque ceux-ci sont les principaux acteurs de la demande en termes de parfums). Selon les parties, le prix du jus détermine les préférences des consommateurs, ces dernières étant le facteur de base de la demande. Les parties notent également que le cadre réglementaire de l'Union s'applique de la même manière à l'ensemble des jus de fruits⁵⁸.
- (72) Pour appuyer ces arguments, les parties ont soumis un rapport rédigé par leurs conseillers économiques, qui montre les contraintes concurrentielles significatives

⁵⁶ Voir, par exemple, l'affaire n° IV/M.1065 – *Nestle/San Pellegrino* et l'affaire n° COMP/M.2504 – *Cadbury Schweppes/Pernod Ricard*.

⁵⁷ Affaire T-151/89, *NVV et autres contre Commission*, point 136, Recueil 2009, p. II-1219.

⁵⁸ Voir la directive 2001/112/CE citée dans la note de bas de page numéro 37.

exercées sur le jus d'orange par les autres jus et boissons⁵⁹. Les parties estiment que ces contraintes concurrentielles pourraient être suffisamment fortes pour justifier pleinement l'inclusion du jus d'orange dans un marché plus large comprenant d'autres jus. Les parties mentionnent également l'existence d'une corrélation en termes de tarification entre le jus d'orange et de jus de pomme, qui pourrait être le signe d'une substituabilité de l'offre entre ces deux produits.

- (73) Au vu des arguments des parties, l'enquête sur le marché a, entre autres, pour but de déterminer si d'autres jus de fruits, notamment le jus de pomme, sont considérés par les clients des transformateurs de jus d'orange (embouteilleurs et/ou mélangeurs) comme des substituts crédibles, ce qui justifierait leur inclusion dans le même marché en cause que le jus d'orange.
- (74) La majorité des répondants aux demandes de renseignements envoyées pendant l'enquête sur le marché (notamment certains des plus grands clients des parties au sein de l'EEE) ont indiqué que 5 % à 10 % d'augmentation du prix du jus d'orange par rapport à d'autres jus de fruits n'auraient aucun effet sur la quantité de jus d'orange qu'ils achèteraient⁶⁰. En particulier, certains grands clients ont expliqué que la substitution du jus d'orange par d'autres jus de fruits était hautement improbable, sachant que le jus d'orange était le parfum préféré de leurs clients et/ou représentait une très grande partie de leur portefeuille.
- (75) Un petit nombre de répondants ont indiqué qu'une hausse de prix de 5 % à 10 % les conduirait à réduire la quantité de jus d'orange achetée, mais qu'elle ne les inciterait pas à passer à d'autres jus de fruits. Certains répondants ont signalé qu'une hausse du prix du jus d'orange les conduirait à proposer davantage de nectars d'orange et de boissons contenant moins de jus d'orange que le pur jus d'orange. Seul un petit nombre de répondants ont indiqué qu'une hausse de 5 % à 10 % du prix les conduirait à remplacer un pourcentage limité de jus d'orange par d'autres jus comme du jus de pomme, du jus de pêche ou du jus de raisin; toutefois, cette substitution ne pourrait concerner que les jus multifruits (boissons/mélanges).
- (76) Les jus multifruits, segment sur lequel le jus d'orange pourrait, selon certains répondants, être remplacé, de manière limitée, par d'autres jus de fruits, constitue un segment très mineur par rapport au pur jus d'orange⁶¹. En outre, le niveau de substitution dans le segment des jus multifruits est, dans tous les cas, limité par la flexibilité des recettes et par les modifications qui doivent être apportées à l'emballage⁶². En effet, les clients expliquent que la plupart des mélanges contiennent

⁵⁹ «*Economic analysis of the demand for orange juice: preliminary findings*», un rapport établi pour Votorantim et Fischer, LECG, 7 Décembre 2010. Pour une présentation plus complète de ce rapport et son évaluation, voir la section IV.2.3.1.3.

⁶⁰ Voir la communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, JO C 372 du 9.12.1997, point 17.

⁶¹ Formulaire CO, pages 84-85. Selon le rapport sur le marché 2010 de l'Association européenne de l'industrie des jus de fruits et nectars, les mélanges de jus de fruits et les jus multivitamines ne représentent que 17 % de la consommation totale de jus de fruits en Europe, le jus d'orange étant le jus le plus consommé (35 %), suivi par le jus de pomme (15 %).

⁶² Voir les réponses aux questions 14-17 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

déjà une quantité maximale de jus de pomme et de jus de raisin, sachant que ces deux éléments sont de loin les ingrédients les moins chers, et que la marge de substitution du jus d'orange par d'autres jus de fruits est donc limitée⁶³. Certains clients indiquent, à ce sujet, que la part de jus d'orange dans les mélanges est déjà limitée à environ 10 % à 25 % du produit final.

- (77) En outre, même si certains rapports de marché indiquent une légère évolution des modes de consommation entre le jus d'orange et d'autres jus (que ce soit les jus d'un seul fruit ou les mélanges/jus multifruits), le jus d'orange reste de loin la catégorie de jus la plus importante du marché en termes de consommation (environ un tiers de la quantité totale de jus consommée dans l'Union et jusqu'à la moitié dans certains États membres⁶⁴) et la substitution par d'autres produits, au moins à court terme, semble limitée.
- (78) De plus, même si les clients confirment, de manière générale, que l'équipement utilisé pour stocker et transporter le jus d'orange et d'autres jus de fruits est à peu près le même, ils expliquent également qu'une substitution du jus d'orange par d'autres types de jus serait soit impossible pour des raisons techniques, soit très intensive, coûteuse et longue car elle nécessiterait une modification des recettes, qui doit être approuvée par le client en aval (embouteilleurs et/ou détaillants) pour lesquels les jus sont préparés. D'après certains clients⁶⁵, la modification des recettes ne deviendrait une option faisable que si la hausse de prix atteignait un niveau largement supérieur aux 5 % à 10 % évoqués.
- (79) Lors de l'enquête sur le marché, il a également été demandé aux clients de donner des exemples de l'attitude qu'ils avaient adoptée en d'autres occasions en termes d'évolution entre le FCOJ/NFC et d'autres types de jus, en particulier suite à la hausse du prix du jus d'orange enregistrée après les ouragans de 2004/2005 en Floride. La plupart des clients ont expliqué qu'ils n'avaient pas, alors, modifié leurs habitudes d'achat de jus d'orange pour passer à d'autres jus de fruits, malgré la hausse du prix du jus d'orange. Seule une minorité de clients a indiqué s'être tournée, pour une partie (mineure) de sa demande, vers d'autres types de jus,⁶⁶ notamment le jus de pomme, mais aussi le jus de raisin et/ou d'ananas⁶⁷.
- (80) Enfin, les parties ayant indiqué l'existence d'une corrélation forte entre le jus de pomme et le jus d'orange, l'enquête sur le marché avait également pour but de vérifier si le jus de pomme constitue un proche substitut du jus d'orange⁶⁸. Une vaste majorité

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Formulaire CO, pages 84-85.

⁶⁵ Voir les réponses aux questions 14-17 de la demande de renseignements de la Commission du 26 novembre 2010 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

⁶⁶ Voir les réponses à la question 7 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

⁶⁷ Un client a cité un exemple de substitution de 4 % de leur demande de jus d'orange par du jus de pomme meilleur marché à utiliser dans des mélanges. Cet exemple remonte cependant à une période où le prix du jus d'orange avait augmenté de 100 %.

⁶⁸ Une analyse plus détaillée à cet égard est donnée dans la section IV.2.3.1.3.

des répondants aux demandes de renseignements envoyées pendant l'enquête sur le marché ont indiqué qu'en cas de hausse de 5 % à 10 % du prix du FCOJ/NFC, ils ne remplaceraient pas leurs achats de ces produits par du NFC/concentré de pommes⁶⁹.

- (81) Certains des clients ont expliqué que la différence de prix entre le jus de pomme et le FCOJ/NFC d'orange est telle qu'une hausse de 5 % à 10 % du prix n'aurait aucune influence sur leurs habitudes d'achat. L'enquête indique que les embouteilleurs/mélangeurs commenceraient, dans une certaine mesure, par essayer d'absorber la hausse de prix dans leurs marges⁷⁰. Même si leurs clients en aval peuvent, à long terme, réagir dans une certaine mesure à une évolution du prix du jus d'orange, les embouteilleurs/mélangeurs estiment très difficile de prévoir si une telle hausse aurait des répercussions en termes de transfert de la demande des clients vers d'autres jus. Enfin, comme indiqué, le remplacement possible du jus d'orange par du jus de pomme obligerait à modifier les recettes afin de remplacer un produit par un autre⁷¹.
- (82) Au vu de ce qui précède, il est donc conclu qu'il n'existe pas de substituabilité significative du côté de la demande entre le jus d'orange et d'autres jus de fruits, notamment le jus de pomme.

IV.2.3.1.2. Substituabilité du côté de l'offre

- (83) Pour justifier la définition d'un marché unique pour tous les jus de fruits, les parties évoquent également des considérations au niveau de l'offre, dans la mesure où certains producteurs tels que Citrusuco et LDC exercent dans plusieurs types de jus autres que le jus d'orange (notamment le jus de pomme). Les parties font valoir que les différents jus de fruits exercent des contraintes concurrentielles les uns sur les autres et que les acteurs du marché doivent tenir compte des tendances des différents segments pour définir leurs stratégies.
- (84) Les parties indiquent que les jus de fruits partagent de nombreuses similarités en ce qui concerne les méthodes de transformation, de transport et de livraison utilisées. En particulier, de l'avis des parties, les procédures et les équipements utilisés pour transformer les fruits sont similaires (à l'exception des extracteurs de jus de fruits)⁷². En outre, le transport du jus de fruits se fait généralement en vrac ou dans des fûts, dans des navires similaires, spécialisés dans le transport du jus de fruits.

⁶⁹ Voir les réponses aux questions 4-7 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

⁷⁰ Des clients ont expliqué qu'il ne leur est généralement pas possible de répercuter la hausse des prix sur les consommateurs finals pendant la durée du contrat; c'est pourquoi, dans le cas d'augmentation des prix de la matière brute, ils sont obligés de réduire leurs marges et de vendre le produit final au prix indiqué dans leurs contrats avec les détaillants; voir réponses des clients à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011, question 8.

⁷¹ Voir les réponses aux questions 4-7 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

⁷² Les parties indiquent, par exemple, que l'extracteur de jus d'agrumes est différent de l'extracteur de jus utilisé pour les pommes – Formulaire CO, p. 94.

- (85) Les résultats de l'enquête sur le marché ne confirment pas le point de vue des parties quant à une substituabilité présumée de l'offre entre le jus d'orange et d'autres jus de fruits. Tout d'abord, les acteurs du marché qui exercent dans le domaine de la fourniture en gros de jus d'orange et d'autres types de jus de fruits vers l'EEE sont généralement différents⁷³. Ensuite, les zones de production des fruits (et donc des jus de fruits) sont situées dans des régions différentes. Alors que les principales zones de production du jus d'orange sont le Brésil (État de São Paulo) et les États-Unis (Floride), le jus de pomme, lui, est principalement transformé en Chine et dans l'EEE⁷⁴. Comme l'expliquent certains répondants à l'enquête sur le marché, cela est dû au fait que les conditions climatiques de production des différents fruits sont différentes et qu'il est donc impossible de les cultiver dans les mêmes zones géographiques.
- (86) Les répondants à l'enquête sur le marché contestent également le caractère prétendument limité des barrières à l'entrée dans le secteur du jus d'orange. Par exemple, un concurrent, également actif dans le secteur du jus de pomme, indique que *«sachant qu'il n'est pas facile de transformer une usine de transformation [de jus d'orange] en usine de transformation [de concentré de jus de pomme] et que les régions de culture de l'orange sont différentes des régions de culture de la pomme à cause des différences climatiques, si une entreprise de jus de fruits veut pénétrer sur le segment [du jus d'orange], elle devra partir de rien ou acheter un acteur existant. Dans les deux cas, il lui faudra investir énormément pour pouvoir pénétrer ce secteur en étant compétitif.»*⁷⁵
- (87) En outre, malgré certaines similarités au niveau des procédés de transformation et des équipements utilisés pour la production des différents jus de fruits, des spécificités significatives semblent exister pour le traitement des différents types de jus de fruits, qui requièrent, chacun, une expertise bien spécifique. Il existe également des différences en termes de logistique ainsi qu'en termes d'organisation et de modèle commercial.
- (88) Au vu de ce qui précède, la substituabilité de l'offre entre le jus d'orange et les autres types de jus de fruits semble limitée.
- (89) Les arguments et les données économiques présentés par les parties au sujet de la substituabilité entre le jus d'orange, le jus de pomme et les autres jus de fruits, ainsi que la corrélation présumée entre le jus d'orange et le jus de pomme sont évoqués plus en détail dans la section IV.2.3.1.3.

IV.2.3.1.3. Évaluation du rapport économique soumis par les parties

⁷³ Par exemple, Cutrale et Citrovita n'ont pas d'activités de production de jus de pommes, qui est le deuxième jus le plus consommé dans l'EEE.

⁷⁴ Les usines de LDC qui produisent du jus de pommes sont localisées en Chine; les usines de Citrusuco sont implantées dans des zones autres que celles où se trouvent les usines de production de jus d'orange, notamment dans le sud du Brésil, dans l'État de Santa Catarina, qui jouit de températures relativement plus fraîches permettant la culture de pommiers.

⁷⁵ Voir la réponse de LDC à la question 5 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 14 février 2011.

- (90) Les parties ont soumis un rapport rédigé par leurs conseillers économiques, qui montre les contraintes concurrentielles significatives exercées sur le jus d'orange par les autres jus et boissons⁷⁶. Même si le rapport prétend ne pas essayer d'en tirer des implications pour la définition des marchés en cause, il suggère que les contraintes identifiées pourraient être suffisamment fortes pour justifier pleinement l'inclusion du jus d'orange dans un marché plus large comprenant d'autres jus.
- (91) Le rapport base ses conclusions sur plusieurs analyses réalisées à la fois au niveau du commerce de détail et au niveau du commerce de gros. Pourtant, aucune des analyses n'apporte d'éléments convaincants prouvant que les autres jus ou boissons, en particulier le jus de pomme, exercent une contrainte concurrentielle significative sur le jus d'orange, notamment pour étayer une définition du marché de produits ne se limitant pas au jus d'orange aux fins de la présente décision.

IV.2.3.1.3.1. Analyse des données relatives au commerce de gros

- (92) Le rapport soumis par les parties présente les résultats d'analyses de stationnarité et de corrélation basées sur les prix de gros⁷⁷. Ces analyses n'apportent cependant pas de preuves concluantes montrant que le jus de pomme exerce une contrainte concurrentielle importante sur le jus d'orange, contrainte qui serait susceptible de justifier l'inclusion des deux produits sur le même marché. Comme indiqué dans le rapport, la corrélation de prix pourrait être une conséquence logique entre deux produits en concurrence étroite, mais elle ne permet pas de prouver cette relation de concurrence. Cette restriction s'applique aussi à l'analyse de stationnarité, car la stationnarité existe également entre les prix relatifs de produits qui ne sont pas des substituts proches. En tant que telle, la stationnarité est une conséquence logique entre deux produits en concurrence étroite, mais elle ne permet pas de prouver cette relation de concurrence⁷⁸.

⁷⁶ Voir la référence dans la note de bas de page numéro 59.

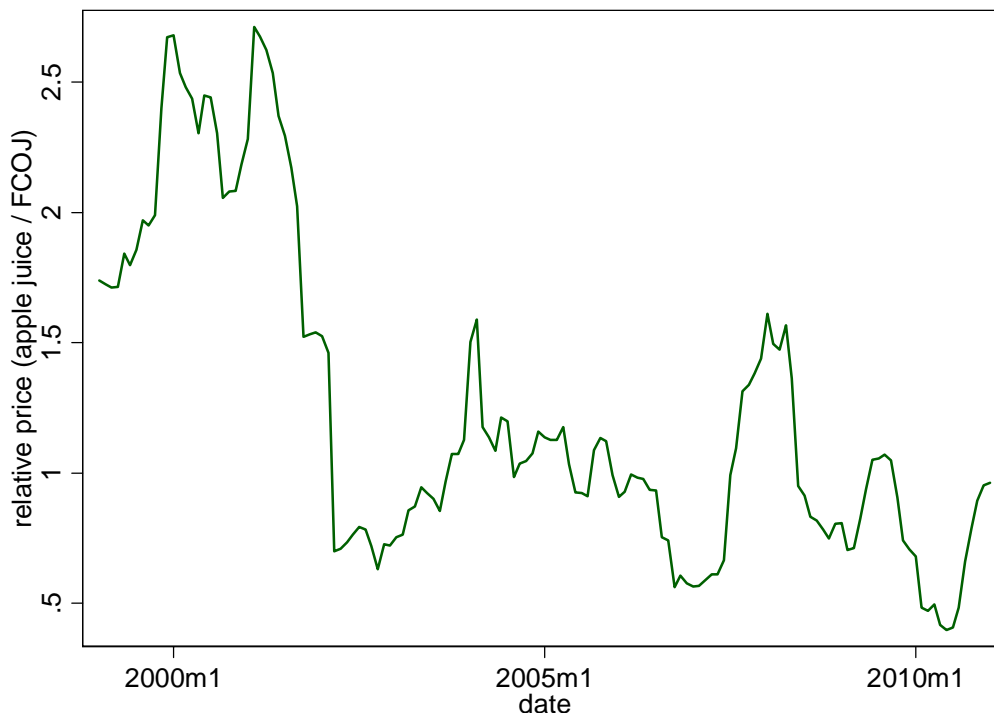
⁷⁷ Au niveau du commerce en gros, le rapport commence par établir les coefficients de corrélation entre le prix du jus d'orange et celui d'autres jus de fruits en utilisant les données sur les prix de gros recueillies par Agra Informa de 2002 à 2010. Le rapport établit un coefficient de corrélation de 0,56 entre les prix du jus de pomme et du jus d'orange, alors que ce coefficient est de 0,64 entre les prix du jus de pamplemousse et du jus d'orange et de -0,08 entre les prix du jus d'ananas et du jus d'orange. En deuxième lieu, le rapport analyse si les prix du jus d'orange et d'autres jus de fruits tendent à revenir à une valeur commune avec le temps et s'appuie à cet effet sur des tests de stationnarité utilisant les données recueillies par Agra Informa de 2002 à 2010 sur les prix de détail mensuels. Le rapport constate que le prix relatif du jus de pomme et du jus d'orange (c'est-à-dire le prix du jus de pomme divisé par le prix du jus d'orange) est relativement stable dans le temps, ce qui n'est pas le cas des prix relatifs du jus d'orange et du jus de pamplemousse ou du jus d'ananas.

⁷⁸ Le rapport compare également l'évolution des prix de gros du jus d'orange avec celle des parts respectives du pur jus, des nectars et des boissons (calculée au niveau du commerce de détail en Europe en utilisant les données annuelles de Canadean entre 2002 et 2008). Sur cette base, le rapport conclut que la baisse de la part du pur jus s'est accélérée quand le prix du jus d'orange a augmenté de façon significative entre 2004 et 2007, ce qui corroborerait l'idée selon laquelle les embouteilleurs substituerait au pur jus d'orange des produits à concentrations plus faibles (nectar et boissons) en réaction aux augmentations du prix du jus d'orange. Cependant il ressort du graphique 6 dans le rapport que la part du jus d'orange par rapport aux nectars et aux boissons à base de fruits a diminué avec le temps indépendamment du prix de gros du jus d'orange (ce que l'on constate, par exemple, entre 2007 et 2008, quand la part du jus d'orange a reculé malgré une diminution du prix du jus d'orange) et il ne peut donc être établi clairement si et dans quelle mesure l'accélération invoquée serait due à une augmentation du prix du jus d'orange.

- (93) De telles preuves ne sont pas censées être évaluées de manière isolée, mais en corrélation avec les autres éléments de preuves recueillis pendant l'enquête sur le marché. À cet égard, la faiblesse relative des coefficients de corrélation entre les prix du jus d'orange et d'autres jus de fruits (y compris le jus de pomme) sont conformes aux résultats de l'enquête sur le marché, qui montre un niveau de substitution très limité entre ces produits (voir la section IV.2.3.1).
- (94) En outre, même si la découverte d'un certain niveau de stationnarité pourrait être cohérente avec le fait que deux produits soient en concurrence, lorsqu'elle est analysée à la lumière des résultats de l'enquête sur le marché qui indiquent l'absence de tout lien de substitution entre le jus de pomme et le jus d'orange, cette conclusion semble plutôt motivée par des facteurs totalement autres⁷⁹.
- (95) En outre, une étude approfondie de l'analyse de stationnarité des parties montre que les résultats ne sont pas applicables à la période analysée. De fait, l'analyse soumise par les parties est limitée à des données de 2002 à nos jours, sans qu'aucune explication ne soit fournie pour justifier la restriction de l'analyse à cette période. Si la période de l'enquête était légèrement étendue, les résultats de stationnarité obtenus par les parties ne tiendraient plus. Le graphique 1 représente l'évolution du prix relatif du jus de pomme par rapport à celui du jus d'orange à partir de 1999. Il est basé sur la même source de données (AgraInforma) que celle utilisée par les parties. L'évolution du prix relatif pendant cette période n'est manifestement pas stationnaire, comme cela a été confirmé par les tests officiels de stationnarité réalisés par la Commission.

⁷⁹ Dans leur réponse à la décision d'ouverture d'une procédure, les parties ont fait savoir que si la stationnarité alléguée du prix relatif du jus d'orange et du jus de pomme était due à des facteurs communs, il fallait s'attendre au même type de co-mouvement entre les prix de tous les jus. Cet argument n'est pas fondé non seulement parce que différents jus de fruits risquent d'être affectés différemment par les conditions de l'offre, mais aussi parce que les mouvements de prix peuvent être suscités par une évolution similaire de la demande pour certains (mais pas nécessairement pour tous les) jus de fruits.

Graphique 1: Prix relatif du jus de pomme par rapport au FCOJ



Source: analyse de données AgraInforma réalisée par la Commission.

- (96) L'analyse des données relatives au commerce de gros n'apporte donc aucun élément prouvant que le jus d'orange et le jus de pomme (ou d'autres jus) exercent une contrainte concurrentielle significative les uns sur les autres, contrainte qui justifierait d'inclure les deux produits dans le même marché. Ce résultat est cohérent avec les résultats de l'enquête sur le marché qui montrent l'absence d'une telle contrainte.

IV.2.3.1.3.1.1. Analyse des données relatives au commerce de détail

- (97) Au niveau du commerce de détail, le rapport estime les élasticités-prix propres et croisées en faisant appel à un modèle log-linéaire de la demande avec des données de commerce de détail fournies par AC Nielsen pour la France, l'Allemagne, les Pays-Bas et le Royaume-Uni⁸⁰. Sur cette base, le rapport prétend que le jus d'orange est

⁸⁰ Les estimations ponctuelles de l'élasticité-prix du jus d'orange, telles qu'elles sont mentionnées dans le rapport, sont, par la méthode des moindres carrés ordinaires (MCO) ou des variables instrumentales respectivement, de -1,6 et -2,3 en France, -2 et -3 en Allemagne, -0,8 et -1,1 aux Pays-Bas, tandis que l'estimation MCO se situe entre -1,7 et -2,4 (selon le format et le type de produit) au Royaume-Uni. Le rapport montre que les autres jus ou boissons qui ont les élasticités croisées les plus élevées avec le jus d'orange sont les jus multifruits en France, le nectar d'orange en Allemagne, le jus de pomme aux Pays-Bas et les boissons à l'orange ou le jus et le nectar de pomme (selon le format et le type de produit) au Royaume-Uni. Le rapport présente certaines estimations d'élasticités-prix et d'élasticités-prix croisées tirées de différentes publications pour documenter l'existence d'un certain niveau de substitution entre le jus d'orange et d'autres jus de fruits ou boissons. Toutefois, les études référencées dans le rapport n'étaient pas les schémas de substitution importants revendiqués aux présentes. De fait, les études ne sont pas toutes pertinentes dans le cadre de la présente enquête (étant donné leur objet et leur finalité), la plage d'estimations d'élasticités-prix du jus d'orange qui figure dans ces études est large et les élasticités croisées varient de manière significative entre les différentes études.

soumis à une forte élasticité-prix et à des élasticités-prix croisées importantes par rapport aux autres jus et boissons (au niveau du commerce de détail).

- (98) Aux fins de la présente décision cependant, la mesure des élasticités à plusieurs degrés en aval de la chaîne d'approvisionnement fournirait, au mieux, des preuves indirectes. De fait, même si les élasticités du commerce de détail et du commerce de gros sont habituellement liées, elles ne sont pas identiques et la relation qui les lie dépend de l'élasticité du prix de détail par rapport au prix de gros. En outre, la pertinence de ces estimations d'élasticité des prix au détail pour la fourniture en gros de jus d'orange à l'EEE est compliquée par les différences obtenues entre le petit nombre de pays parties à l'accord EEE analysés dans le rapport.
- (99) De plus, indépendamment de cette restriction, les lacunes méthodologiques de l'analyse limitent sa valeur de preuve. À cet égard, la décision d'ouverture de la procédure indiquait que les élasticités estimées s'appuient sur un nombre d'observations très limité⁸¹, ce qui jette un doute sur la validité des paramètres d'élasticité estimés. En outre, il est indiqué que les intervalles de confiance de nombreuses estimations sont relativement importants, ce qui appelle à prendre encore davantage de précautions quant à l'interprétation des coefficients d'élasticité calculés dans le rapport⁸². De plus, il était indiqué que les spécifications choisies dans le rapport semblent douteuses car les régressions n'incluent aucune variable de contrôle autre que le prix des différents jus et boissons inclus dans les régressions.
- (100) Les parties n'ont fourni aucune analyse supplémentaire pour traiter ces points pendant la seconde phase d'investigation, avec l'exception suivante. Dans leur réponse à la décision d'ouverture de la procédure, les parties ont inclus deux variables de contrôle (séparément), à savoir le PIB trimestriel et la température mensuelle moyenne, dans leur régression pour la France en faisant valoir que leurs résultats ne sont pas modifiés par de tels changements. Toutefois, une telle analyse est extrêmement incomplète puisqu'elle ne concerne qu'un seul État membre (France). En outre, l'utilisation de données trimestrielles sur une période d'analyse aussi courte n'est pas très convaincante puisque l'analyse s'appuie sur moins de 10 observations de PIB différentes. De plus, l'estimation soumise par les parties ne semble pas robuste pour d'autres changements⁸³.
- (101) Il existe également un niveau élevé d'incertitude quant à l'ampleur exacte des élasticités calculées dans le rapport. De fait, les intervalles de confiance qui entourent les élasticités estimées ne permettent pas d'établir en toute confiance la relative inélasticité ou la relative élasticité du jus d'orange au niveau du commerce de détail. Cela signifie, en soi, que les informations fournies par l'estimation n'ont qu'une valeur limitée, sachant, en particulier, que le test pertinent pour la question considérée n'est pas de savoir si l'élasticité-prix du jus d'orange est forte, mais de savoir si elle est suffisamment importante pour justifier l'élargissement de la définition du marché.

⁸¹ En particulier, 39 pour l'estimation MCO et 38 pour les variables instrumentales.

⁸² Par exemple, l'estimation ponctuelle de l'élasticité-prix pour le jus d'orange en France (estimée par la méthode des variables instrumentales) est de -2,33, mais l'intervalle de confiance de 95 % est de [-3,95; -0,71].

⁸³ Par exemple, l'inclusion des effets fixes annuels dans la régression fait disparaître l'observation des parties. Ce manque de robustesse n'est pas surprenant étant donné le faible nombre d'observations qui provient du choix injustifié de l'utilisation de données mensuelles agrégées pour une courte période.

(102) Enfin, même si l'estimation du rapport était considérée comme adéquate, l'élasticité-prix, telle qu'elle y est estimée, n'est pas cohérente avec un marché plus large que le jus d'orange en vertu des marges récentes. L'éventuelle contrainte exercée par le jus de pomme ne serait donc pas suffisante pour éviter à un monopole hypothétique d'augmenter le prix du jus d'orange de 5 %.

(103) Pour ces raisons, il apparaît que l'analyse présentée dans le rapport n'apporte pas de preuves concluantes montrant que le prix du jus d'orange est soumis à des contraintes fortes de la part d'autres jus et/ou boissons, ou que le marché en cause devrait être élargi à des produits autres que le jus d'orange.

IV.2.3.1.4. Conclusion

(104) L'enquête sur le marché de la Commission n'a pas confirmé la soumission des parties selon laquelle le marché en cause pour l'évaluation de l'opération proposée serait un marché suffisamment large pour comprendre tous les jus de fruits. Au contraire, elle montre que le marché de produits en cause aux fins de la présente décision ne va pas au-delà du marché relatif à la production et à l'offre en gros de jus d'orange.

IV.2.3.2. Jus d'orange: FCOJ / NFC

(105) L'enquête a aussi tenté de déterminer si le marché de la production et de la fourniture en gros de jus d'orange doit être segmenté en marché de produits distincts pour le FCOJ et le NFC.

(106) Comme indiqué dans les considérants (63)-(64), les parties, qui contestent la définition d'un marché limité à la production et à la fourniture en gros de jus d'orange, maintiennent que ce marché ne doit, dans tous les cas, pas être segmenté entre le FCOJ et le NFC⁸⁴.

(107) Comme indiqué dans le considérant (67), la production et la fourniture en gros de jus d'orange n'a pas été évaluée dans la pratique décisionnelle antérieure de la Commission. Il n'existe donc aucun précédent au sujet de ce marché et de ses segments, à savoir le FCOJ et le NFC.

IV.2.3.2.1. Substituabilité de la demande

(108) Les parties affirment que le FCOJ et le NFC se font concurrence. Ils font valoir que la plupart des clients doivent acheter à la fois du NFC et du FCOJ pour pouvoir créer une gamme de produits suffisamment large pour attirer les clients finals. Ils fournissent également des données selon lesquelles la croissance du NFC s'est faite au détriment des ventes de FCOJ⁸⁵.

(109) Toutefois, d'après l'enquête sur le marché, la substitution entre le FCOJ et le NFC est plutôt limitée au niveau de la demande (c'est-à-dire, au niveau des embouteilleurs ou des mélangeurs).

⁸⁴ Formulaire CO, p. 95.

⁸⁵ Formulaire CO, annexe 6: Brazilian Citrus Industry Long Term Outlook, Agra FNP et GCONCI, avril 2010.

- (110) Tout d'abord, le FCOJ et le NFC sont des produits entrant dans la fabrication de deux produits finals distincts, puisqu'ils sont utilisés dans des applications et des produits différents pour des concepts de marques différents. Le FCOJ est considéré comme un produit standard alors que le NFC est clairement considéré comme un produit haut de gamme, de meilleure qualité et plus frais, puisqu'il est perçu par les clients finals comme plus naturel que les produits à base de concentré⁸⁶.
- (111) Deuxièmement, d'après certaines réponses, l'équipement utilisé pour le stockage et l'emballage du FCOJ est différent de l'équipement utilisé pour le NFC. Par exemple, certains clients ont expliqué que le NFC nécessite davantage d'installations de transport et de stockage pour remplir le même nombre de bouteilles. Le NFC nécessite donc davantage d'investissements en capacité de stockage et en citernes. En outre, le NFC peut être stocké pendant une période plus courte avant d'être mis en bouteille. Un certain nombre de clients expliquent qu'ils utilisent des chaînes d'emballage différentes pour le FCOJ et pour le NFC, car le FCOJ est généralement conditionné dans des emballages en carton alors que le NFC est principalement conditionné dans des bouteilles aseptiques⁸⁷.
- (112) Troisièmement, les prix du FCOJ et du NFC en tant que matière première diffèrent, notamment en raison de la différence entre les équipements et étapes nécessaires à la production et au transport de ces produits. D'après les informations fournies par les parties dans le formulaire CO, le prix moyen du NFC pour la saison 2009/2010 s'élèverait à 476 USD par tonne alors que le prix moyen du FCOJ serait de 1 082 USD par tonne⁸⁸. Il ne faut cependant pas oublier que le FCOJ est à peu près six fois plus concentré que le NFC⁸⁹. Converti en unités comparables, le NFC est donc considérablement plus cher que le FCOJ.
- (113) Quatrièmement, ces différences de prix au niveau du marché de gros se traduisent par une différence de prix au détail des jus/boissons selon qu'ils sont fabriqués à base de FCOJ ou de NFC, les jus à base de FCOJ étant largement moins chers que les jus produits avec du NFC⁹⁰.
- (114) Cinquièmement, la différence de prix considérable entre le FCOJ et le NFC se traduit également par un niveau de substitution très faible entre ces deux produits en cas de

⁸⁶ Un des concurrents exerçant dans le FCOJ et dans le NFC a indiqué, par exemple, avoir observé ces dernières années une préférence croissante des clients pour le NFC par rapport au FCOJ en raison de son goût meilleur (plus proche du goût du jus d'orange frais, par exemple) et de l'empressement des consommateurs à payer le prix plus élevé demandé pour le NFC – réponses des concurrents à la demande de renseignements de la Commission du 2 février 2011, question 5.

⁸⁷ Voir les réponses aux questions 26-28 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

⁸⁸ Formulaire CO, p. 105, tableau 28 – Évolution des prix du FCOJ et du NFC dans l'EEE (USD/tonne).

⁸⁹ Voir les réponses aux questions 18-22 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

⁹⁰ Données basées sur les ventes aux détaillants, extraites des réponses des clients à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011, question 36.

hausse de prix de 5 % à 10 %. D'après l'enquête sur le marché, une telle hausse de prix sur l'un ou l'autre des produits ne serait pas suffisamment forte pour entraîner un niveau de substitution significative, car le seuil de rentabilité entre les deux produits ne serait pas atteint⁹¹. Plusieurs clients indiquent donc que, même si le prix du FCOJ augmentait considérablement, le produit resterait tout de même plus rentable que le NFC⁹².

- (115) Enfin, les quantités relatives achetées par les clients qui achètent à la fois du FCOJ et du NFC diffèrent. La plupart des clients mettent surtout l'accent sur le FCOJ, alors qu'ils ne sont que quelques-uns à se spécialiser dans le NFC. Le passage d'un produit basé sur le FCOJ à un produit basé sur le NFC implique la création d'un concept de marque différent et le passage d'un produit bon marché et bas de gamme à un produit haut de gamme, plus cher et doté de caractéristiques bien spécifiques. De fait, plusieurs clients des parties limitent leur offre à des produits basés sur le FCOJ.
- (116) En résumé, comme cela a été largement confirmé par les clients qui ont exprimé leurs points de vue pendant l'enquête sur le marché⁹³, dont certains font partie des plus gros clients des parties, une hausse de 5 % à 10 % du prix du NFC ou du FCOJ n'entraînerait pas de transfert significatif entre ces deux produits.
- (117) Au vu de ce qui précède, il est possible de conclure qu'il existe un niveau de substituabilité très limité du point de vue de la demande entre le FCOJ et le NFC.

IV.2.3.2.2. Substituabilité du côté de l'offre

- (118) Les parties font valoir que la fourniture de FCOJ et de NFC est similaire en termes de procédé de production, de transport et de stockage. Elles estiment que passer d'un procédé de production à un autre ne nécessiterait que quelques ajustements mineurs dans l'usine de transformation, par exemple l'acquisition d'un évaporateur pour la production de FCOJ ou d'un pasteurisateur pour la production de NFC⁹⁴. Le jus de fruit est transporté sur des navires dont la plupart sont fabriqués de manière à pouvoir transporter les deux produits (pour permettre, notamment, l'obtention de différentes températures: moins 10 °C pour le FCOJ et 0 °C pour le NFC). Les parties indiquent également que, contrairement aux réservoirs plus anciens qui étaient conçus pour

⁹¹ Voir les réponses aux questions 18-21 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

⁹² Par exemple, un client a indiqué que: «*Fin 2009 et début 2010, nous avons remarqué un gros écart entre les prix du FCOJ et du NFC. Malgré cet écart, nous n'avons enregistré pratiquement aucun report du NFC vers le FCOJ. Actuellement, l'écart de prix s'est énormément réduit et nous ne remarquons pas de report significatif non plus.*» – réponses du client à la demande de renseignements de la Commission du 31 janvier 2011, question 13.

⁹³ Voir les réponses aux questions 18-21 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

⁹⁴ Formulaire CO, p. 105. Les parties estiment que le coût de l'évaporateur, de l'équipement associé et des travaux de génie civil s'élèverait à environ [...] millions d'USD et un pasteurisateur, l'équipement associé et les travaux de génie civil à [...] millions d'USD (pour traiter environ [...] millions de caisses d'oranges pas an).

stocker uniquement du FCOJ, les réservoirs plus récents sont adaptés au stockage des deux produits (quoi que pas en même temps).

- (119) En outre, les parties avancent que tous les grands producteurs d'oranges, à savoir Cutrale, Citrusuco et LDC, produisent les deux types de jus d'orange. Citrovita est le seul grand producteur qui ne produit pas de NFC. Mais les parties expliquent que Citrovita pourrait facilement se lancer dans la production de NFC à court terme puisqu'elle dispose du savoir-faire et des installations industrielles nécessaires pour passer d'une production à l'autre. LDC, qui est restée axée sur la production de FCOJ pendant de nombreuses années, a réussi, en 2009, à entrer sur le marché du NFC⁹⁵. De nombreux producteurs européens travailleraient également dans la production des deux types de jus d'orange.
- (120) Les parties prétendent aussi que la structure de coût du FCOJ et du NFC est similaire. Le prix des oranges utilisées pour la production du FCOJ et du NFC est le même et les coûts de transformation sont similaires. En outre, les parties expliquent que les coûts logistiques (y compris le transport par camion au Brésil), les coûts des terminaux au Brésil et dans l'EEE et les coûts de transport par navire sont comparables (par tonne) pour les deux types de produits⁹⁶.
- (121) Les résultats de l'enquête sur le marché ne confirment les arguments des parties que dans une certaine mesure.
- (122) Tout d'abord, l'enquête sur le marché indique qu'un fournisseur de FCOJ qui souhaite entrer sur le marché du NFC doit réaliser des investissements significatifs.
- (123) Sachant que la fourniture de NFC implique le transport de volumes de jus beaucoup plus importants (le volume du NFC n'est pas concentré et est donc six fois plus important que celui du FCOJ), la mise en place d'un système logistique suffisant pour atteindre une présence d'envergure dans l'EEE nécessite des investissements importants, notamment pour les petits et moyens producteurs.
- (124) Les parties elles-mêmes indiquent que le stockage du FCOJ et du NFC nécessite des équipements différents⁹⁷. Qui plus est, les rapports soumis par les parties au sujet de la possibilité d'étendre les activités de Citrovita à la production et à la fourniture de NFC comportent des prévisions d'investissements significatifs en vue de permettre à Citrovita d'entrer sur le marché du NFC (un total d'environ [...] millions d'USD, sur la base de [...] millions de caisses d'oranges transformées). Cet investissement couvrirait le coût des usines, des terminaux et du transport maritime⁹⁸. Les parties expliquent également que Citrovita n'a pas poussé plus avant les investigations à ce

⁹⁵ Formulaire CO, p. 106 et réponse d'un concurrent à la demande de renseignements de la Commission du 25 novembre 2010, question 21.

⁹⁶ Formulaire CO, pages 98-103.

⁹⁷ En particulier, elles notent que le prix des citernes de stockage utilisées dans les terminaux varie en fonction du type de produit à stocker. Le prix d'une citerne de NFC dans un terminal s'élève à [...] USD par tonne et le prix d'une citerne de FCOJ à [...] USD par tonne, voir: formulaire CO, p. 104.

⁹⁸ Rapports McKinsey préparés pour Citrovita – annexe 5.7 du formulaire CO; davantage d'arguments sur l'entrée de Citrovita sur le marché du NFC à la section IV.2.5.4.

sujet, entre autres pour des raisons [...]»⁹⁹, ce qui suggère l'ampleur des investissements à réaliser pour entrer sur ce marché.

- (125) Lors de l'enquête sur le marché, certains petits et moyens producteurs situés hors de l'EEE ont indiqué qu'ils ne possèdent actuellement pas les capitaux nécessaires pour investir dans la logistique requise pour pénétrer sur le segment du NFC¹⁰⁰. Ils expliquent que la production et la fourniture de NFC à l'EEE nécessiterait des investissements à grande échelle en termes de stockage, de machines et de transport en vrac¹⁰¹. Par exemple, un des répondants à l'enquête sur le marché explique que «*les principaux opérateurs brésiliens qui fournissent du NFC ont investi près d'un milliard de dollars pour le stockage à l'usine, le transport vers Santos, les terminaux d'exportation, les navires de transport en vrac et les terminaux de distribution à l'étranger*» et qu'il ne dispose pas des capitaux suffisants pour investir dans un tel système logistique¹⁰².
- (126) L'importance des investissements requis pourrait expliquer pourquoi les petits et moyens opérateurs extérieurs à l'EEE sont si rares dans le secteur de la fourniture en gros de NFC à l'EEE¹⁰³. Les petits et moyens fournisseurs de jus d'orange qui ne sont pas basés dans l'EEE (producteurs brésiliens ou autres producteurs d'Amérique du Sud) ont largement confirmé que, même s'ils pouvaient passer de la production de FCOJ à celle de NFC, ils risqueraient d'être confrontés à des difficultés au niveau de la distribution dans l'EEE.
- (127) Les grands producteurs d'oranges expliquent également que, pour se lancer dans la production de NFC et atteindre une présence d'envergure suffisante dans l'EEE, il faut réaliser des investissements significatifs en termes d'équipements/machines de transformation, de moyens de transport, mais aussi d'installations de stockage, que ce soit à l'usine de transformation ou dans les ports¹⁰⁴.
- (128) Par contre, par opposition aux petits et moyens producteurs de jus d'orange, ces investissements supplémentaires ne constituent pas un obstacle majeur pour les grands producteurs. De fait, LDC est entré sur le marché du NFC en 2008 alors que l'entreprise n'était, auparavant, présente que sur le marché du FCOJ. En un an de

⁹⁹ Voir la réponse à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 11 mars 2011, p. 8.

¹⁰⁰ Voir les réponses à la question 14 de la demande de renseignements de la Commission du 26 novembre 2010, adressée à des concurrents.

¹⁰¹ Étant donné son coût inférieur, le transport en vrac semble crucial au vu des investissements à réaliser pour entrer sur le marché du NFC puisque seul ce moyen de transport permettrait des économies d'échelle, voir les réponses à la question 21 de la demande de renseignements de la Commission du 25 novembre 2010 adressée à des concurrents.

¹⁰² Voir les réponses à la question 14 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010 adressée à des concurrents.

¹⁰³ Formulaire CO page 133, la part de marché combinée des fournisseurs non basés dans l'EEE, autres que les parties, Cutrale et LDC, est inférieure à [0-5]* % en volume pour 2009

¹⁰⁴ Voir les réponses à la question 14 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 25 novembre 2010 adressée à des concurrents.

commercialisation, LDC semble avoir atteint une présence non négligeable sur le marché du NFC dans l'EEE¹⁰⁵.

- (129) En ce qui concerne les producteurs de jus d'orange situés dans l'EEE, leurs réponses ne sont pas très concluantes. Lors de l'enquête sur le marché, quelques-uns ont indiqué qu'il leur était possible de changer de production et qu'ils avaient modifié une partie de leurs usines de production pour passer du FCOJ ou NFC, mais la substitution a moins de chances de se faire dans l'autre sens¹⁰⁶. Mais la position des acteurs basés dans l'EEE sur ce(s) marché(s) diffère de la position des acteurs situés en dehors de l'EEE. Les producteurs situés dans l'EEE sont principalement présents sur le marché du NFC (notamment en raison des marges plus élevées qu'offre le NFC et de leur avantage concurrentiel en matière de transport) alors qu'ils ne sont généralement pas ou seulement très peu présents sur le marché du FCOJ¹⁰⁷.
- (130) Il semble également exister quelques différences entre le NFC et le FCOJ en termes de structure de coûts. Sur la base des informations obtenues pendant l'enquête sur le marché et des données fournies par les parties, il semble que les marges respectives obtenues par les sociétés présentes sur les marchés du FCOJ et du NFC varient en fonction du produit à fournir.
- (131) Au vu de ce qui précède, la substituabilité de l'offre entre le FCOJ et le NFC semble être particulièrement limitée.

IV.2.3.2.3. Conclusion

- (132) L'enquête sur le marché tend à confirmer l'existence de marchés de produits distincts pour la production et la fourniture en gros de FCOJ et de NFC, respectivement. La segmentation précise de la production et de la fourniture en gros de jus d'orange peut toutefois rester ouverte dans ce cas, dans la mesure où elle n'affecte pas les résultats de l'appréciation concurrentielle de l'opération notifiée.

IV.2.3.3. Conclusion sur la définition du marché de produits

- (133) Aux fins de la présente décision, le marché de produits en cause concerne donc la production et la fourniture en gros de jus d'orange ou, au choix, des marchés de produits distincts pour, d'une part, la production et la fourniture en gros de FCOJ et, d'autre part, la production et la fourniture en gros de NFC.

¹⁰⁵ Formulaire CO, p. 134-135: les parts de marché de LDC correspondent à [0-5]* % en volume et à [0-5]* % en valeur. Par comparaison, la part de marché combinée des autres producteurs non basés dans l'EEE (à l'exception des parties, de Cutrale et de LDC) correspond à [0-5]* % en volume et à [0-5]* % en valeur.

¹⁰⁶ Voir les réponses à la question 14 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 25 novembre 2010 adressée à des concurrents.

¹⁰⁷ Formulaire CO, p. 133, la part de marché combinée des producteurs d'orange basés dans l'EEE est estimée à moins de 5 % en volume pour 2009.

IV.2.4. Marché géographique en cause

- (134) Les parties maintiennent que le marché géographique de la fourniture en gros de jus de fruits (ou un marché distinct pour le jus d'orange) s'étend à l'ensemble de l'EEE¹⁰⁸. Les parties citent, à cet égard, des décisions antérieures de la Commission dans lesquelles le marché géographique de la fourniture d'ingrédients à l'industrie agroalimentaire avait été considéré comme un marché dont le champ d'application s'étendait à l'ensemble de l'EEE¹⁰⁹. Les parties citent également l'observation de la Commission selon laquelle le marché de l'importation/production des fruits s'étend à l'ensemble de l'EEE¹¹⁰.
- (135) Les parties notent également que leurs clients sont des embouteilleurs majeurs, qui livrent leurs produits dans l'ensemble de l'EEE. Elles indiquent aussi que les prix du jus d'orange sont comparables dans tout l'EEE.
- (136) Le résultat de l'enquête sur le marché a confirmé le point de vue des parties selon lequel le marché géographique en cause s'étend bien à l'ensemble de l'EEE, que ce soit pour le FCOJ ou pour le NFC, et donc, de manière plus générale, pour le jus d'orange.
- (137) La plupart des producteurs de jus d'orange approvisionnent l'EEE par l'intermédiaire de leurs propres terminaux dans l'EEE, à Rotterdam, Gand et Anvers. Les plus petits producteurs louent de l'espace de stockage dans des terminaux tiers de l'EEE¹¹¹. De nombreux producteurs de jus d'orange possèdent également des bureaux dans l'EEE pour gérer la fourniture en gros au sein de l'EEE¹¹².
- (138) Les embouteilleurs et/ou les mélangeurs situés dans les différents États membres de l'EEE s'approvisionnent donc en jus d'orange (FCOJ et NFC) à peu près au même endroit, à savoir les terminaux portuaires mentionnés au considérant (136),¹¹³ à partir

¹⁰⁸ Formulaire CO, paragraphe 78. Alors qu'au paragraphe 481, les parties indiquaient que le marché géographique pour la fourniture en gros de jus de fruits s'étendait au moins à l'ensemble de l'EEE, l'analyse des effets de l'opération sur le(s) marché(s) du jus d'orange est réalisée au niveau du marché de l'EEE dans l'ensemble du formulaire CO. En outre, dans la réponse du 21 janvier 2011 à la décision d'ouverture de la procédure, les parties expliquent qu'elles partagent le point de vue de la Commission selon lequel le marché géographique pour l'évaluation de la concentration envisagée s'étend à l'ensemble de l'EEE.

¹⁰⁹ Voir la décision de la Commission du 15 janvier 2007 dans l'affaire n° COMP/M.4323 - *Arla/Ingman Foods* – JO C24 du 2.2.2007.

¹¹⁰ Voir la décision de la Commission du 8 février 2008 dans l'affaire n° COMP/M.4896 - *CVC Capital Partners/Katope International* – JO C87 du 8.4.2008 et décision de la Commission du 30 mai 2006 dans l'affaire n° COMP/M.4216 - *CVC/Bocchi/De Weide Blik* – JO C151 du 29.6.2006.

¹¹¹ Réponses aux questions 16 et 22 des demandes de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010 et du 1^{er} février 2011 adressées à des petits/moyens concurrents.

¹¹² Réponses à la question 15 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010 adressée à des petits/moyens concurrents.

¹¹³ Voir les réponses à la question 29 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

desquels ils assurent le transport des produits, (généralement) par camions-citernes, jusqu'à leurs installations de production.

- (139) De plus, la plupart des participants à l'enquête sur le marché ont confirmé que les prix du jus d'orange ne diffèrent pas au sein de l'EEE, mais qu'ils sont plutôt homogènes dans tout l'EEE, que ce soit pour le FCOJ ou pour le NFC. Les clients et certains concurrents indiquent, par contre, l'existence de différences de prix entre l'EEE et le reste du monde. Les coûts de transport et les tarifs douaniers diffèrent également¹¹⁴.
- (140) Sur la base des considérants (136) à (139), il est possible de conclure que le marché géographique en cause pour l'appréciation de la présente affaire, que ce soit pour la production et la fourniture en gros de jus d'orange ou, au choix, de FCOJ et de NFC, s'étend à l'ensemble de l'EEE.

IV.2.5. Appréciation sous l'angle de la concurrence

- (141) La combinaison des activités de Citrovita et de Citrosuco conduira à la création du leader mondial de la production de jus d'orange et du plus grand fournisseur de jus d'orange du marché de l'EEE. Sur le marché global de la production et de la fourniture en gros de jus d'orange (qui comprend donc le FCOJ et le NFC) dans l'EEE et, à titre subsidiaire, sur un marché de production et de fourniture en gros de FCOJ dans l'EEE, la concentration réduira le nombre de concurrents majeurs qui passera de quatre à trois. Sur un marché potentiel de production et de fourniture en gros de NFC dans l'EEE, il n'y a pas d'interférences entre les parties, puisque Citrovita n'est pas présent sur le marché du NFC.
- (142) La décision d'ouverture de la procédure soulevait de sérieux doutes quant au marché global du jus d'orange et, à titre subsidiaire, au marché du FCOJ, notamment en raison d'effets non coordonnés potentiels. Cette thèse d'atteinte à la concurrence était basée sur la capacité de l'entreprise commune à augmenter les prix et à réduire la production, après l'opération, sans pouvoir être contrebalancée par les autres concurrents, notamment en raison de contraintes de capacité, principalement au niveau de l'accès aux oranges. En outre, la décision n'excluait pas la possibilité d'effets coordonnés sur lesdits marchés après l'opération, ainsi que d'effets anticoncurrentiels résultant de l'élimination d'un concurrent potentiel (Citrovita) sur le marché du NFC.
- (143) L'enquête approfondie visait à explorer en détail les différentes stratégies susceptibles d'être mises en œuvre par l'entreprise commune et de conduire à une hausse des prix (en particulier au moyen d'une baisse de la production). Au cours d'une saison de culture, la quantité totale d'oranges disponibles pour la transformation est en grande partie fixée par chacun des transformateurs (que ce soit par le biais de contrats à long terme ou par l'utilisation de leurs propres fruits). Des négociations bilatérales entre les clients et les fournisseurs permettent de déterminer le prix du jus d'orange dans le cadre de contrats généralement annuels. Ces prix sont basés, entre autres, sur l'équilibre entre l'offre et la demande.
- (144) Pour envisager de possibles stratégies visant à réduire la production, l'enquête approfondie s'est concentrée sur l'existence d'obstacles à l'expansion à différents

¹¹⁴ Voir les réponses aux questions 32 et 33 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

niveaux de la chaîne d'approvisionnement, en particulier au niveau de l'accès aux oranges et aux capacités de transformation. Des demandes de renseignements plus précises, complètes et détaillées ont été envoyées aux parties et à leurs principaux concurrents pour compléter ce qui avait été demandé lors de la première phase. Une attention particulière a été portée aux variétés d'oranges disponibles pour la transformation, à la distance entre les différentes usines et orangeries et à l'existence de capacités inutilisées aux différents stades de la production (en particulier de la transformation).

- (145) Cette approche quantitative a été complétée par des demandes de renseignements détaillées adressées aux clients des parties ainsi qu'à leurs principaux concurrents, mais aussi à des concurrents plus petits sur les marchés du jus d'orange. L'enquête a été complétée par des entretiens téléphoniques extensifs avec des producteurs d'oranges brésiliens et par de nouvelles demandes de documents internes adressées aux parties.
- (146) Sachant que les produits en cause sont largement homogènes, plus la part de marché post-opération sera importante (il est plus tentant de limiter la production et d'augmenter les prix si les bénéfices d'une hausse des prix se répercutent sur une base de production plus large), plus les concurrents seront soumis à des contraintes de capacité (puisque'ils ne seraient plus en mesure de répondre en augmentant la production de manière significative), et plus les coûts de report seront élevés pour les clients (même si les concurrents sont en mesure d'augmenter la production, il serait difficile pour les clients de quitter l'entreprise commune à peu de frais pour s'approvisionner ailleurs – tout report significatif rendrait une éventuelle stratégie de hausse des prix moins profitable), plus il y a de chances que des effets anticoncurrentiels apparaissent.
- (147) Comme cela est décrit plus en détail à la section IV.2.5.2, l'enquête n'a pas confirmé l'existence d'effets non coordonnés tels qu'identifiés dans la décision d'ouverture de la procédure, notamment en raison de la possibilité qui s'ouvre aux concurrents d'accroître leur propre production et leurs ventes à l'EEE au cas où l'entreprise commune adopterait une stratégie de réduction de la production/ventes dans l'EEE. L'absence de coûts de report de la part des clients est un autre facteur essentiel qui est apparu dans l'analyse.
- (148) En outre, comme pour l'éventualité de l'existence d'effets coordonnés résultant de l'opération notifiée, l'enquête n'a pas fourni d'éléments pour étayer une possible coordination entre les trois principaux acteurs restants, comme cela est expliqué plus en détail à la section IV.2.5.3. Enfin, la section IV.2.5.4 présente les résultats liés à l'élimination possible d'un nouvel arrivant potentiel. Il est possible de conclure qu'aucun effet anticoncurrentiel ne risque de résulter de la disparition de Citrovita en tant que concurrent indépendant potentiel sur le marché du NFC.

IV.2.5.1. Structure du marché après l'opération

- (149) D'après les parties, le marché de la production et de la fourniture en gros de jus d'orange dans l'EEE représentait un volume total de 1,12 million de tonnes, soit 931 000 tonnes pour le FCOJ et 191 300 tonnes pour le NFC en 2009¹¹⁵. La

¹¹⁵ Formulaire CO, pages 133-134, tableau 44.

consommation de jus d'orange par les clients finals de l'EEE est restée relativement constante ces dernières années (2002: 13 821 millions de litres, 2008: 13 379 millions de litres)¹¹⁶.

(150) Pour 2009, les parties estiment que leurs parts de marché combinées, sur la base du volume vendu, s'élèveraient (après l'opération) à [40-50]* % sur un marché global de la production et de la fourniture en gros de jus d'orange dans l'EEE (Citrosuco [20-30]* %, Citrovita [10-20]* %) – voir le tableau 1. Ce résultat serait similaire sur un marché hypothétique du FCOJ ([40-50]* %). Pour le NFC, il n'y a pas d'interférences puisque seule Citrosuco est présente avec une part de marché de [40-50]* %. Sur tous les marchés potentiels, Cutrale (avec environ [20-30]* % de part de marché) serait le deuxième fournisseur par la taille, suivi par LDC ([10-20]* % pour le jus d'orange, [10-20]* % pour le FCOJ, [0-5]* % pour le NFC, un marché sur lequel LDC n'est entré qu'en 2009) et par d'autres petits fournisseurs¹¹⁷.

Tableau 1: Estimations des parts de marché des parties en volume pour la fourniture de jus d'orange, de FCOJ et de NFC à l'EEE en 2009 – Source: formulaire CO.

<i>En %</i>	<i>Jus d'orange</i>	<i>FCOJ</i>	<i>NFC</i>
Citrovita	[10-20]*	[10-20]*	--
Citrosuco	[20-30]*	[20-30]*	[40-50]*
Combinés	[40-50]*	[40-50]*	[40-50]*
Cutrale	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
LDC	[10-20]*	[10-20]*	[0-5]*
Autres	[20-30]*	[20-30]*	[30-40]*
Taille du marché total (en tonnes)	1 122 307	931 036	191 271

(151) La décision d'ouverture de la procédure indiquait que, sur la base de la reconstitution des parts de marché entreprise au cours de la première phase de l'enquête, l'entité résultant de la fusion deviendrait leader du marché avec une part de marché combinée susceptible d'atteindre (en volume) [40 à 45] % du marché global du jus d'orange et [45 à 50] % du marché du FCOJ. Ces parts de marché reconstituées étaient donc relativement plus élevées que l'estimation de [40-50]* % fournie par les parties, notamment en raison d'une probable surestimation de la part de marché de Cutrale dans le formulaire CO, qui avait eu pour conséquence de diminuer les parts de marché pour les parties.

(152) La reconstitution des parts de marché ultérieurement réalisée pendant l'enquête approfondie n'est pas venue étayer cette conclusion préliminaire. La part de marché de Cutrale n'a, en fait, pas été surestimée de manière significative. Toutefois, il n'a

¹¹⁶ Formulaire CO, p. 83, tableau 21.

¹¹⁷ La catégorie «autres» est composée d'un nombre important de petits concurrents basés, entre autres, au Brésil, en Amérique latine, aux États-Unis et dans l'EEE. Selon les informations qui figurent dans le formulaire CO, ces petits concurrents disposaient, en 2009, d'une part de marché inférieure à [0-5]* % chacun sur le marché du jus d'orange, à l'exception de Marata ([0-5]* %).

pas été possible de confirmer pleinement les estimations des parties pour les plus petits concurrents. Les parts de marché ont donc finalement été calculées sur la base de la taille du marché telle qu'elle est estimée dans le rapport du réseau GAIN (Global Agriculture Information Network) du ministère de l'Agriculture des États-Unis (USDA), qui évalue la taille globale du marché du jus d'orange dans l'EEE à 1,015 million de tonnes en 2009 (9,5 % de moins que l'estimation des parties). Sur la base de cette approche plus prudente, les parts de marché, en volume, sont indiquées dans le tableau 2.

Tableau 2: Parts de marché en volume pour la fourniture de jus d'orange, de FCOJ et de NFC à l'EEE en 2009 – Source: formulaire CO et enquête sur le marché.

<i>En %</i>	<i>Jus d'orange</i>	<i>FCOJ</i>	<i>NFC</i>
Citrovita	[10-20]*	[20-30]*	--
Citrosuco	[20-30]*	[20-30]*	[40-50]*
Combinés	[40-50]*	[40-50]*	[40-50]*
Cutrale	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
LDC	[10-20]*	[10-20]*	[0-5]*
Autres	[10-20]*	[10-20]*	[30-40]*
Taille du marché total (en tonnes)	1 015 806	824 535	191 271

(153) L'estimation des parts de marché montre une part de marché postérieure à l'opération de concentration de [40-50]* % en volume pour l'entreprise commune, tandis que les concurrents contrôlèrent les [50-60]* % de parts de marché restantes pour les ventes de FCOJ à des clients de l'EEE. Les parts de marché des parties en valeur sont similaires (légèrement en dessous de [40-50]* % en 2009, d'après leurs propres estimations). Les parts de marché des parties sont également similaires sur un marché potentiel regroupant tous les jus d'orange (FCOJ et NFC: environ [40-50]* % en volume et [30-40]* % en valeur en 2009, d'après leurs propres estimations; si l'on utilise les chiffres de l'USDA, la part de marché combinée des parties en volume s'élèverait à [40-50]* %).

(154) Plus la part de marché augmente plus l'incitation est grande de réduire la production, sachant qu'une partie plus importante de l'externalité pécuniaire (c'est-à-dire, que les concurrents bénéficient aussi des hausses de prix) est internalisée. L'augmentation de [20-30]* % indique que la création de l'entreprise commune conduira à une augmentation conséquente de la part de marché (l'entreprise commune occupera une position de leader dans l'EEE avec environ [40-50]* % de part de marché), mais les bénéficiaires d'une éventuelle hausse des prix toucheraient néanmoins largement les concurrents. L'entreprise commune sera toujours confrontée à deux concurrents d'envergure (Cutrale avec [20-30]*-[30-40]* % et LDC avec [10-20]*-[10-20]*%), ainsi qu'à une kyrielle de petits concurrents¹¹⁸.

¹¹⁸ Si l'on considère les marges et la croissance moyennes élevées du NFC, la plupart des fournisseurs basés dans l'EEE sont, en effet, principalement présents sur le marché du NFC plutôt que du FCOJ pour lequel ils indiquent être moins compétitifs vis-à-vis des grands producteurs brésiliens tels que les parties. Sachant que le NFC n'est pas concentré (le NFC occupe six fois plus de volume que le FCOJ), les coûts de

IV.2.5.2. Effets non coordonnés

- (155) D'après les Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises (ci-après les «Lignes directrices sur les concentrations horizontales»),¹¹⁹ les concentrations sur des marchés oligopolistiques qui entraînent l'élimination des fortes contraintes concurrentielles que les parties à ces opérations exerçaient auparavant l'une sur l'autre ainsi que la réduction des pressions concurrentielles pesant sur les autres concurrents peuvent, même si une coordination entre les membres de l'oligopole est peu probable, avoir également pour effet d'entraver de manière significative la concurrence¹²⁰.
- (156) De fait, plusieurs clients ont indiqué, au cours de l'enquête, que l'opération proposée éliminerait un concurrent et limiterait les options dont ils disposent pour s'approvisionner en jus d'orange, ou en FCOJ, puisque le nombre de fournisseurs passerait de quatre à trois. Par conséquent, l'approvisionnement deviendrait plus difficile et la réduction de la concurrence entraînerait une hausse des prix des produits concernés¹²¹. D'autres concurrents, en particulier Cutrale et LDC, ne seraient pas en mesure de prendre le relais en raison d'un problème de capacité et d'une absence de volonté de contrecarrer d'éventuelles hausses de prix. D'après ces clients, la capacité serait limitée en raison d'un accès insuffisant aux oranges; en outre, les concurrents préféreraient suivre une hausse des prix plutôt que de fournir des volumes supplémentaires¹²².
- (157) Toutefois, un certain nombre de facteurs ont un impact sur la probabilité que la fusion entraîne des effets non coordonnés significatifs. Ces facteurs comprennent, entre autres, la substituabilité des produits entre les parties à la concentration, mais aussi entre ces parties et leurs concurrents, la capacité des clients à changer de fournisseur et la probabilité que les concurrents augmentent l'offre en cas de hausse des prix¹²³.
- (158) Les sous-sections IV.2.5.2.1. – IV.2.5.2.3.3 s'attachent donc à étudier en détail (i) dans quelle mesure le jus d'orange (et en particulier le FCOJ) présente un caractère d'homogénéité chez les principaux concurrents, (ii) la probabilité que les clients changent de fournisseur, afin de vérifier si les deux concurrents restants constituent bien des alternatives crédibles pour les parties et (iii) l'existence d'une capacité

transport sont plus importants. Cela semble constituer un obstacle infranchissable pour la plupart des petits transformateurs extérieurs à l'EEE qui explique leur présence relativement faible dans l'EEE sur le marché du NFC – voir les réponses à la question 14 de la demande de renseignements de la Commission du 26 novembre 2010 adressée à des concurrents (petits/moyens exportateurs de jus d'orange).

¹¹⁹ JO C 31, 5.2.2004, p.5.

¹²⁰ Voir les Lignes directrices sur les concentrations horizontales, paragraphe 25.

¹²¹ Voir les réponses aux questions 42 et 45 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

¹²² Voir les réponses à la question 44 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

¹²³ Voir les Lignes directrices sur les concentrations horizontales, paragraphe 26 à 38.

disponible chez les concurrents des parties, ainsi que de goulets d'étranglement potentiels aux différents niveaux de la chaîne de production et d'approvisionnement.

IV.2.5.2.1. Degré de substituabilité des produits des parties à la concentration et de leurs concurrents

(159) Conformément aux Lignes directrices sur les concentrations horizontales *«l'incitation des parties à la concentration à augmenter les prix a plus de chances d'être limitée lorsque les concurrents produisent des substituts proches de leurs produits que lorsqu'ils proposent des substituts moins proches. Il y a donc moins de risques qu'une opération de concentration entrave de manière significative la concurrence effective [...] s'il existe un degré de substituabilité élevé entre les produits des parties à la concentration et ceux de producteurs rivaux.»*¹²⁴

(160) En l'espèce, les parties estiment que, bien que les spécifications du jus d'orange puissent différer en fonction du client, tous les producteurs de jus peuvent satisfaire à ces spécifications avec l'équipement technologique et l'approvisionnement en matières premières dont ils disposent¹²⁵. Par conséquent, les parties sont limitées par leurs rivaux.

(161) Même si les clients indiquent l'existence de différences en termes de qualité et de goût entre les oranges produites au Brésil et celles produites dans d'autres pays comme le Mexique, Cuba ou l'Espagne, ces différences sont plutôt limitées au niveau des oranges produites au Brésil puisque la plupart d'entre elles sont cultivées dans l'État de São Paulo¹²⁶. En 2009, 75 % des oranges cultivées au Brésil provenaient de cette région et 91 % des oranges utilisées pour la production de jus provenaient aussi de cette région¹²⁷. Même si, comme l'indique un concurrent des parties, les oranges qui ne proviennent pas de cette région de culture d'agrumes ont un goût plus amer, elles peuvent néanmoins être utilisées pour la production de mélanges de jus d'orange ou être mélangées avec du jus d'orange provenant de la région de São Paulo sans que cela ait un impact sur le goût du produit final¹²⁸.

(162) Sachant que, d'après les informations fournies par les parties et confirmées par l'enquête, les quatre principaux transformateurs de jus d'orange ont installé leurs usines dans la région de production d'agrumes de São Paulo (à l'exception de l'usine Videira de Citrusuco qui est située dans l'État de Santa Catarina) et s'approvisionnent

¹²⁴ Voir les Lignes directrices sur les concentrations horizontales, paragraphe 28.

¹²⁵ Formulaire CO, paragraphe 256.

¹²⁶ Réponse des parties à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 11 mars 2011, annexe 1.d.2 JO, à partir de *O Retrato da Citricultura Brasileira*, octobre 2010, Marcos Fava Neves, pp. 38 et 39.

¹²⁷ Calculs personnels basés sur le formulaire CO et sur la réponse des parties à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011, annexe 11.

¹²⁸ Réponses à la question 29 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010, adressée à des acheteurs de jus d'orange, et réponses à la question 16 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

presque exclusivement en oranges dans la région, leurs jus d'orange ont donc des caractéristiques similaires. L'enquête a montré que, pour la plupart des clients de l'EEE, les quatre principaux acteurs, Citrovita, Citrosuco, Cutrale et LDC, sont tous en mesure de fournir les volumes et la qualité de FCOJ demandés¹²⁹. Les clients ont tendance à demander systématiquement des devis à tous ces grands concurrents et n'hésitent pas à changer de fournisseur régulièrement¹³⁰.

(163) Par conséquent, les parties ne peuvent pas être considérées comme étant les concurrents les plus proches, puisque le jus d'orange, en particulier celui qui provient du Brésil, est largement perçu comme une denrée homogène. Au contraire, Cutrale ainsi que LDC sont des concurrents tout aussi proches¹³¹ des parties et le niveau élevé de substituabilité entre les parties, Cutrale et LDC limite les risques que l'opération proposée ait pour effet d'entraver de manière significative la concurrence effective.

IV.2.5.2.2. Report entre les fournisseurs et LDC et Cutrale comme alternatives aux parties après la concentration

(164) Des effets non coordonnés ont plus de chances de se produire si les clients des parties à la concentration rencontrent des difficultés pour changer de fournisseur en raison du faible nombre d'autres fournisseurs disponibles ou de l'importance des coûts de report¹³². Selon les déclarations des parties,¹³³ de telles difficultés ne devraient pas voir le jour après l'opération de concentration, car les clients pourront facilement changer de fournisseur en choisissant entre les parties, LDC et Cutrale. Les coûts de report sont faibles puisque les terminaux de tous les fournisseurs sont situés dans la même région dans l'EEE (Gand, Anvers et Rotterdam) et que le jus d'orange est une marchandise.

(165) En outre, les parties mentionnent le comportement des clients, qui indiquent clairement s'approvisionner auprès de plusieurs fournisseurs dont (mais pas exclusivement) Citrovita and Citrosuco. Les parties en concluent que la concurrence sur le marché du jus d'orange n'a pas lieu principalement entre elles, mais de manière similaire entre tous les producteurs de jus d'orange.

(166) L'enquête a largement confirmé que les parties, Cutrale et LDC sont généralement en concurrence puisque les clients les contactent tous simultanément pour obtenir des

¹²⁹ Voir les réponses à la question 55 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010, adressée à des acheteurs de jus d'orange.

¹³⁰ Voir les réponses à la question 58 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010 adressée à des acheteurs de jus d'orange et l'analyse plus détaillée de la section (163).

¹³¹ En tenant compte des capacités de fourniture de FCOJ mais aussi de NFC, Cutrale et LDC pourraient être considérés comme étant des concurrents encore plus proches de Citrosuco puisque Citrovita ne fournit que du FCOJ.

¹³² Voir les Lignes directrices sur les concentrations horizontales, paragraphe 31.

¹³³ Formulaire CO, paragraphe 735, et réponse des parties à la décision d'ouverture de la procédure, paragraphe 60.

devis¹³⁴. En outre, une large majorité des clients estime que les quatre grands fournisseurs brésiliens sont tous capables de fournir la qualité requise en grande quantité (vrac)¹³⁵. Les clients expliquent qu'en général, tant que les producteurs peuvent leur fournir la qualité requise en quantité suffisante, ils ne se focalisent pas sur un ou plusieurs fournisseurs en particulier. Enfin, presque tous les répondants sont d'accord pour dire que le report d'un fournisseur à un autre n'entraîne pas de coût significatif pour les clients¹³⁶.

(167) Toutefois, sachant que la concentration va entraîner une diminution du nombre d'acteurs sur le marché, la majorité des clients qui ont répondu à l'enquête ont fait part de leurs inquiétudes au sujet d'une possible hausse des prix sur le marché du FCOJ après l'opération. Ces clients ont peur que le pouvoir de négociation finisse entièrement entre les mains de l'entreprise commune et craignent une diminution de la concurrence sur le marché.

(168) Ces allégations n'ont toutefois pas été étayées. En particulier, les clients n'ont pas pu expliquer de manière convaincante pourquoi l'existence de trois fournisseurs capables de fournir une quantité et une qualité suffisantes ne leur permettrait pas d'obtenir des prix similaires à ceux d'avant, étant donné la fréquence et la facilité avec lesquelles les clients peuvent changer de fournisseur et sachant, en particulier, qu'un nombre significatif de ces répondants ne s'attendent à aucun changement dans les quantités mises à disposition sur le marché¹³⁷.

(169) Au contraire, les clients ont confirmé, non seulement qu'ils s'approvisionnent auprès de plusieurs fournisseurs pour garantir la sécurité de l'approvisionnement, mais aussi qu'ils ont tendance à changer régulièrement de fournisseur de jus d'orange (et, en particulier, de FCOJ). Ceci a également été confirmé par une analyse entreprise par la Commission sur la base des données de vente fournies par les parties et par leurs concurrents, qui concernent notamment toutes les ventes de FCOJ et de NFC des quatre principaux fournisseurs pour les quatre dernières années.

(170) Les données de vente fournies par les parties et par leurs principaux concurrents concernent les volumes annuels et la valeur de vente des achats de FCOJ et de NFC, client par client. L'analyse a confirmé (i) l'ampleur de l'approvisionnement multi-sources et (ii) le niveau élevé de report entre les différents fournisseurs. En matière de report, les clients transfèrent généralement des volumes importants entre les quatre principaux fournisseurs tout en continuant à s'approvisionner auprès de plusieurs fournisseurs (mais certains clients transfèrent également chaque année la totalité de

¹³⁴ Voir les réponses à la question 40 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010, adressée à des acheteurs de jus d'orange.

¹³⁵ Voir les réponses à la question 55 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010, adressée à des acheteurs de jus d'orange.

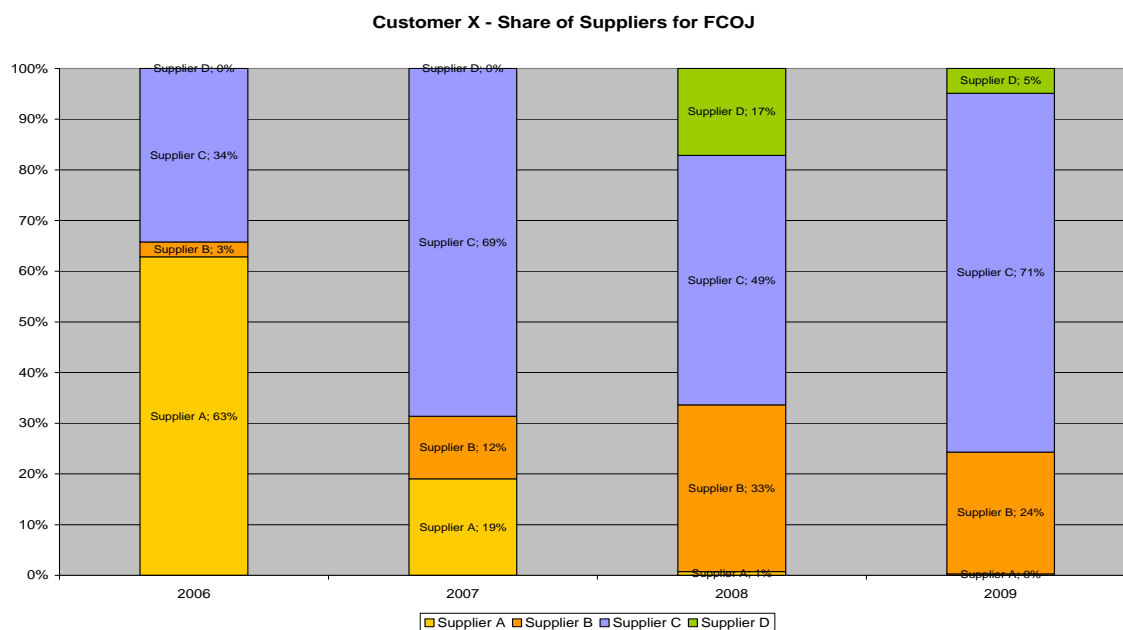
¹³⁶ Voir les réponses à la question 59 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010, adressée à des acheteurs de jus d'orange.

¹³⁷ Voir les réponses à la question 41 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

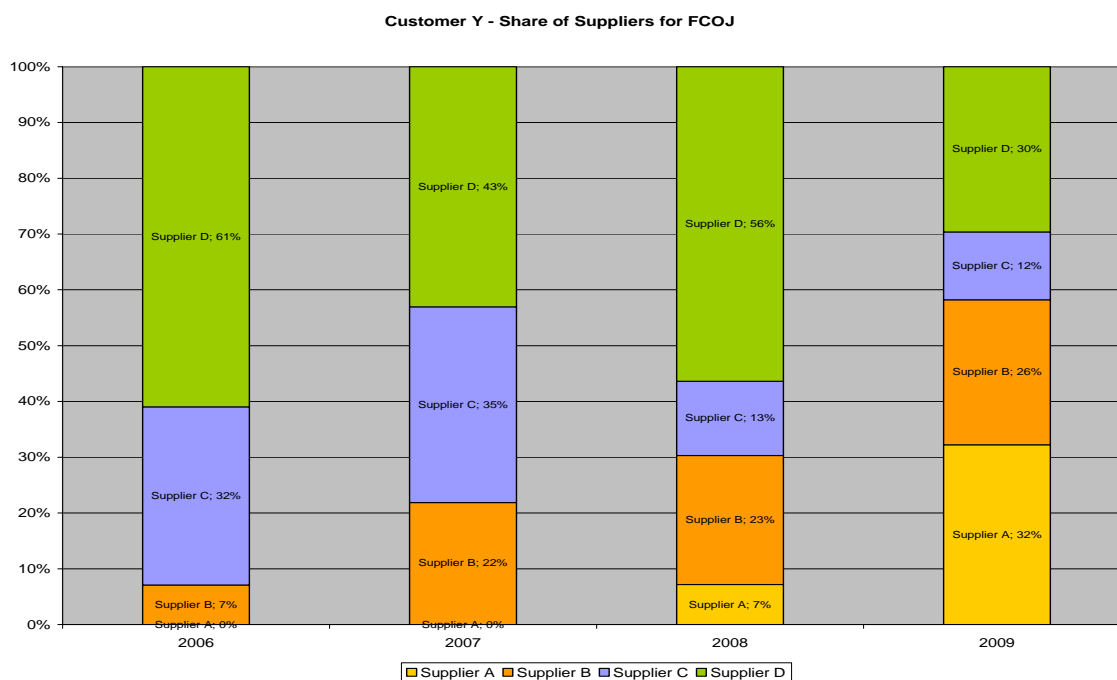
leurs achats d'un fournisseur à un autre). Les graphiques 2 et 3 montrent des exemples de l'analyse de données réalisée pour deux des grands clients présents sur le marché.

- (171) Le client X tend à utiliser au moins trois fournisseurs, mais il a, au fil du temps, transféré ses achats du fournisseur A (qui était le fournisseur principal en 2006) au fournisseur C (qui est le principal fournisseur pour la période 2007-2009). À compter de 2008, le client X n'a acheté que des volumes limités auprès du fournisseur A. Le client X a également commencé à acheter du FCOJ au fournisseur D en 2008. Le client Y fait également appel à au moins trois fournisseurs et a largement modifié ses sources d'approvisionnement entre 2006 (où son principal fournisseur était le fournisseur D et où il n'a rien acheté au fournisseur A) et 2009 (où le fournisseur A est devenu son fournisseur principal avec près d'un tiers du volume total de FCOJ acheté). Ces changements annuels sont le lot de tous les plus gros clients.

Graphique 2: Exemple de report entre fournisseurs – part des fournisseurs de FCOJ pour le client X dans l’EEE en 2006-2009 – Source: enquête sur le marché.



Graphique 3: Exemple de report entre fournisseurs – part des fournisseurs de FCOJ pour le client Y dans l’EEE en 2006-2009 – Source: enquête sur le marché.



(172) Une analyse systématique des données relatives au FCOJ a révélé que les clients qui ont transféré des volumes importants de FCOJ vers Citrosuco/Citrovita représentent plus de 40 % des ventes de FCOJ de Citrosuco/Citrovita, tandis que, dans le même temps, les clients qui ont retiré des volumes importants à Citrosuco/Citrovita représentent également une proportion importante des ventes de ces entreprises. La

même analyse a été réalisée pour Cutrale et LDC. Elle a également révélé des transferts de volumes importants dans les deux sens.

(173) Ces preuves viennent étayer le fait que les fournisseurs sont en concurrence étroite les uns avec les autres, que les coûts de report sont peu élevés et que les quatre fournisseurs sont généralement considérés comme hautement interchangeables. Donc, si les parties décidaient unilatéralement d'augmenter leurs prix suite à la fusion, leurs clients n'auraient aucune difficulté à transférer une partie importante de leurs achats vers les concurrents des parties, en l'absence d'obstacles significatifs à l'expansion pour ces derniers (voir la section IV.2.5.2.3).

IV.2.5.2.3. Existence de capacités disponibles chez les concurrents des parties, ainsi que de goulets d'étranglement potentiels aux différents niveaux de la chaîne d'approvisionnement

(174) Même si l'homogénéité du produit et la capacité des clients à changer de fournisseur sont des éléments importants pour limiter les risques que la concentration proposée n'entrave de manière significative la concurrence effective, il est également nécessaire de démontrer que les concurrents seraient en mesure de réagir à une éventuelle stratégie conduisant à des restrictions de production et à des hausses de prix. L'enquête a donc mis l'accent sur la capacité des concurrents, en particulier LDC et Cutrale, à augmenter leur production de jus d'orange.

(175) Des données sur la production et la capacité des usines à chaque niveau de la chaîne de production et d'approvisionnement du jus d'orange (et du FCOJ en particulier) ont été recueillies et analysées en commençant par la capacité de transformation ainsi que par les installations de stockage et de transport/logistique à la disposition des concurrents des parties. Des informations détaillées sur l'approvisionnement en oranges ont été demandées aux parties et à leurs principaux concurrents.

IV.2.5.2.3.1. Contraintes de capacité au niveau de l'approvisionnement

(176) Dans la décision d'ouverture de la procédure, il a été considéré à titre préliminaire que l'accès aux oranges peut être limité par plusieurs facteurs et que les concurrents des parties pourraient donc se retrouver dans l'incapacité d'augmenter leur production en réaction à une hausse des prix post-concentration. Les facteurs restrictifs identifiés concernaient notamment les terres disponibles pour la plantation d'orangers, les conditions de culture, la demande d'oranges pour le marché des fruits frais, la proximité entre les oranges et l'usine de transformation, ainsi que les spécifications et les normes de qualité exigées par les embouteilleurs.

(177) Dans leur réponse à la décision d'ouverture de la procédure, les parties font valoir que leurs concurrents sont tout à fait en position, à court terme comme à long terme, d'augmenter leur approvisionnement en oranges. À court terme, les transformateurs de jus d'orange pourraient acheter des volumes supplémentaires d'oranges sur le marché au comptant qui, d'après les estimations des parties, représente environ 50 millions de caisses en 2009, soit approximativement 18 % de l'offre totale d'oranges dans la région de São Paulo¹³⁸. En outre, l'approvisionnement en oranges pourrait être étendu

¹³⁸ Voir la réponse des parties à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 11 mars 2011, annexe Q3 JO.

grâce aux contrats existants avec les producteurs, car ceux-ci ne s'engagent généralement pas à vendre la totalité de leur production, mais seulement une quantité donnée. Le reste de la production pourrait donc être acheté au moyen de contrats à court terme. Enfin, chaque année, un certain nombre de contrats à long terme arrivent à terme et sont à la disposition de tous les transformateurs de jus d'orange. D'après le formulaire CO, les parties estiment qu'en moyenne, environ 15 % à 25 % de leurs volumes sous contrat devront être renouvelés dans les années à venir¹³⁹.

- (178) En outre, les parties font valoir qu'à court terme, la quantité d'oranges va rester fixe en raison des contrats d'approvisionnement existants et des arbres détenus en propre. Le fait de limiter l'offre signifierait donc au choix: gaspiller de la production (dans le cas des arbres détenus en propre), stocker le jus d'orange pour le vendre plus tard ou ne pas utiliser la totalité des volumes sous contrat auprès des producteurs. Le fait de ne pas utiliser leurs propres oranges ou de stocker des oranges entraînerait des coûts d'opportunité, tandis que le fait de ne pas honorer les contrats existants entraînerait le paiement de pénalités et la mise sur le marché d'un excédent d'oranges pour les concurrents.
- (179) Selon les parties, à long terme, les concurrents pourraient augmenter leur nombre d'orangers, notamment Cutrale et LDC qui possèdent des terres et des capacités de production d'oranges en quantités significatives. D'après les propres estimations des parties, LDC a pu doubler sa propre production d'oranges au cours des cinq dernières saisons¹⁴⁰. De plus, les concurrents pourraient essayer d'augmenter leur approvisionnement sous contrat puisque, chaque année, des contrats existants arrivent à échéance et que les agriculteurs recherchent toujours l'offre la plus intéressante.
- (180) L'enquête approfondie n'a pas pu confirmer les facteurs restrictifs identifiés à titre préliminaire dans la décision d'ouverture de la procédure. Au contraire, tout bien pesé, l'enquête a confirmé que l'accès aux oranges en vue de leur transformation ne peut pas être considéré comme une contrainte de capacité significative.
- (181) Deux des contraintes potentielles qui avaient été identifiées ont notamment fait l'objet d'une évaluation systématique au moyen des données fournies par les quatre principaux concurrents, à savoir: (i) l'existence d'une contrainte relative aux variétés d'oranges disponibles à des fins de transformation, et (ii) l'existence, au niveau économique, d'une distance maximale au-delà de laquelle la capacité des concurrents à accéder à des oranges supplémentaires était entravée. La Commission a également étudié la question de la disponibilité de terres pour la culture des oranges, qui avait également été identifiée comme une contrainte possible dans la décision d'ouverture de la procédure.
- (182) Il n'a pas été confirmé que l'accès aux oranges destinées à l'industrie de la transformation est limité pour l'unique raison que certaines variétés d'oranges sont mieux adaptées à la transformation (par opposition aux oranges destinées au marché du frais). Même si l'enquête montre que certaines variétés sont davantage axées sur le marché du frais, les différences de disponibilité géographique des variétés d'oranges ne semblent pas constituer une contrainte en termes d'approvisionnement. Les informations fournies par les concurrents et par les producteurs ont confirmé que le

¹³⁹ Formulaire CO, paragraphes 126 et 135.

¹⁴⁰ Formulaire CO, tableau 4.

secteur de la transformation utilise également des variétés d'oranges adaptées au marché du frais¹⁴¹.

- (183) Dans la décision d'ouverture de la procédure, il était avancé que les oranges sont achetées dans un rayon de 100 km autour de l'usine de transformation, ce qui limite l'accès aux oranges en obligeant les transformateurs à s'approvisionner uniquement auprès des orangeries situées dans un rayon de 100 km autour de leurs usines de transformation. Cela constitue un facteur potentiel de limitation de l'accès (à un coût économique et rentable) même à des oranges que l'entreprise commune n'achèterait peut-être pas si elle décidait de limiter la production en n'achetant pas la totalité de ses oranges sous contrat. L'analyse détaillée des données d'approvisionnement fournies par les parties au Brésil montre plutôt que la majorité des oranges achetées le sont dans un rayon de 200 km autour de leurs usines de transformation – voir au graphique 4 l'exemple des usines de Citrosuco qui montre qu'en 2010, [...] % des oranges transformées provenaient d'une distance située entre 100 et 200 km et [...] % d'une distance supérieure à 200 km. Les données recueillies auprès d'autres concurrents basés au Brésil confirment ce schéma d'approvisionnement puisque, comme l'explique LDC, «*toutes les usines de transformation du secteur sont très proches les unes des autres et situées au cœur même de la région de production d'agrumes*». En outre les producteurs font valoir que lors de précédentes pénuries dans la région de production d'agrumes de São Paulo, les transformateurs se sont approvisionnés en oranges ailleurs, par exemple, dans le nord-est du Brésil (distant de 800 à 1 000 km de la région de production d'agrumes)¹⁴².

Graphique 4: Approvisionnement en oranges – distance entre le producteur et l'usine – saison 2006-2010. Source: calculs internes basés sur les données d'approvisionnement fournies par les parties.

[...]*

- (184) Toutes les usines de transformation (à l'exception de l'usine Videira de Citrosuco) sont situées dans la région de production d'agrumes de Sao Paulo et tendent à être relativement proches les unes des autres: les quatre principaux concurrents possèdent des usines à proximité de la ville d'Araras, les quatre principaux concurrents (ainsi qu'un petit concurrent, Bascitrus) possèdent des usines autour de la ville d'Araraquara et LDC et Citrosuco ont des usines à Bededouro.
- (185) Tous les principaux transformateurs sont intégrés verticalement et ont investi, ces dernières années, dans leur propre production d'oranges. Les parties estiment que LDC et Cutrale ont été en mesure d'augmenter de manière significative la quantité d'oranges qu'ils sont eux-mêmes produits au cours des cinq dernières années – voir le tableau 3. LDC a doublé sa propre production, tandis que Cutrale augmentait la sienne d'environ 20 %.

¹⁴¹ Réponse de LDC à la question 11 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011, la réponse de Cutrale à la question 18 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 2 février 2011 et les minutes non confidentielles de conférences téléphoniques avec des producteurs d'oranges.

¹⁴² Voir les minutes non confidentielles de conférences téléphoniques avec des producteurs d'oranges.

Tableau 3: Quantité totale de fruits cultivés en interne – Source: formulaire CO.

Own fruit (M boxes)					
	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10
Citrosuco	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Citrovita	[5-10]*	[5-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[5-10]*
Cutrale	[30-40]*	[30-40]*	[30-40]*	[40-50]*	[40-50]*
LDC	[0-5]*	[0-5]*	[5-10]*	[5-10]*	[5-10]*

- (186) L'enquête n'a pas apporté de preuve venant contredire ces estimations. Au contraire, Cutrale, par exemple, a indiqué avoir investi dans des arbres supplémentaires jusqu'en 2010 en espérant que ces investissements permettront à la fois de remplacer la capacité existante (car les arbres qui dépassent un certain âge deviennent moins productifs et doivent être remplacés) et d'augmenter sa propre capacité en orangeries¹⁴³.
- (187) Ces investissements s'expliquent par les prévisions qui montrent que la surface totale de plantation au Brésil va rester constante ou pourrait même diminuer légèrement (en raison de maladies ou d'un report vers la canne à sucre qui est considérée comme offrant un revenu plus stable) même s'il est prévu que le volume d'oranges produit augmente en raison d'un accroissement de la densité de plantation des arbres par hectare et de l'amélioration des pratiques agricoles¹⁴⁴. Même si le degré d'intégration verticale augmente dans les années à venir pour les transformateurs, l'enquête montre que le volume acheté sous contrat devrait globalement rester constant, ce qui devrait entraîner une augmentation de la quantité d'oranges disponible dans les deux années à venir. Citrosuco, par exemple, a l'intention d'augmenter la quantité d'oranges (produites en propre ou achetées sous contrat) de près de [...] *% d'ici à 2013.
- (188) En outre, une analyse détaillée du portefeuille de contrats des quatre principaux transformateurs avec leurs producteurs indique que la durée moyenne des contrats semble diminuer (en raison de l'évolution des prix et des taux de change défavorables)¹⁴⁵ et confirme qu'un nombre significatif de contrats, avec les volumes d'oranges correspondants, deviennent donc disponibles chaque année sur le marché de l'approvisionnement. Par exemple, pour Citrosuco, des contrats couvrant environ [0-5]* et [5-10]* millions de caisses d'orange, respectivement, vont arriver à expiration en 2012 et 2013¹⁴⁶. Pour Citrovita, des contrats couvrant, respectivement, environ [0-

¹⁴³ Voir la réponse de Cutrale à la question 5 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 18 février 2011.

¹⁴⁴ Agra FNP Report - The Brazilian Citrus Industry 2007, pp. 58-59. En termes de densité de plantation, le rapport note que le nombre d'orangers a augmenté, passant de 250 arbres par hectare dans les années 1980 à 475 arbres par hectare au moment de la publication du rapport.

¹⁴⁵ Voir la réponse de Cutrale à la question 3 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 2 février 2011. Cela est confirmé par certains producteurs – voir les minutes non confidentielles de conférences téléphoniques avec des producteurs.

¹⁴⁶ Basé sur les volumes d'oranges achetés en 2010.

5]* et [10-20]* millions de caisses d'oranges vont arriver à expiration en 2011 et 2012. Ils deviendront donc disponibles pour les autres entreprises¹⁴⁷.

(189) En outre, même si les agriculteurs passent généralement des contrats à court terme et à long terme avec un seul transformateur, l'enquête montre qu'il leur arrive aussi parfois de réserver un pourcentage fixe de leurs récoltes pour le marché au comptant et le marché du frais, ce qui leur permet d'approvisionner d'autres transformateurs d'oranges¹⁴⁸. L'enquête sur le marché indique qu'en 2009, le marché du frais représentait environ 14 % de la production totale d'oranges dans la région de production d'agrumes de São Paulo¹⁴⁹, tandis que le marché au comptant comptait pour environ 16 % de la production totale d'oranges dans cette même région¹⁵⁰.

(190) De plus, si les parties décidaient de ne pas renouveler leurs contrats avec les producteurs d'oranges (dans le but de limiter leur production de jus d'orange) ou d'acheter moins sur le marché au comptant, ces oranges seraient mises à la disposition de leurs concurrents. De fait, cela a été confirmé, par exemple, par Cutrale, qui estime que *« l'offre d'oranges à un prix économique sur laquelle peut s'appuyer Cutrale aurait des chances d'augmenter si les parties à la concentration décidaient de limiter leurs achats d'oranges sur le marché au comptant ou par des contrats à long terme. De fait, dans une telle situation, c'est-à-dire en cas de baisse de la demande de la part des parties à la concentration, les producteurs d'oranges seraient ravis de trouver un remplaçant pour prendre le relais, ce qui pourrait même entraîner une baisse du prix des oranges. »*¹⁵¹

(191) En termes de disponibilité de terres pour la culture des oranges, même s'il semble exact que la surface disponible est limitée, que cette culture est confrontée à la concurrence d'autres cultures telles que la canne à sucre, et que les maladies attaquent

¹⁴⁷ Ibid.

¹⁴⁸ Voir les minutes non confidentielles approuvées de conférences téléphoniques avec Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA) de l'université de São Paulo du 22 février 2011 et avec des producteurs d'oranges.

¹⁴⁹ Même si le prix des oranges vendues sur le marché du frais est plus élevé que le prix des oranges vendues pour être transformées, les parties prétendent que ces deux marchés s'absorbent ou se libèrent mutuellement dans une certaine mesure (voir la réponse des parties aux questions complémentaires du 17 février 2011). En particulier, les parties font valoir qu'elles peuvent transformer les variétés qui sont habituellement considérées comme des variétés de « fruits frais ». Les parties fournissent également des exemples de la manière dont le marché des fruits frais absorbe/libère des oranges en fonction du volume et du prix de la récolte (pendant la saison 1999/2000 – la plus importante de la série – le marché des fruits frais a absorbé 127 millions de caisses d'oranges alors que seulement un an avant – 1998/1999 – les parties indiquent que le marché des fruits frais ne s'élevait qu'à 68 millions de caisses).

¹⁵⁰ Réponse des parties à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 2 février 2011, annexe 12.d.2 JO, à partir de *O Retrato da Citricultura Brasileira*, octobre 2010, Marcos Fava Neves, pp. 48 et 49. Selon de CEPEA, ces chiffres peuvent varier en fonction de la production d'oranges. Lorsque les volumes de production d'oranges sont élevés et que la demande est faible, l'industrie du jus d'orange achète moins d'oranges par l'intermédiaire de contrats à court terme et la quantité d'oranges disponible sur le marché au comptant est plus importante. D'un autre côté, lorsque la quantité d'oranges disponibles est plus faible, l'industrie cherche à négocier davantage de contrats à court terme au détriment du marché au comptant. Voir les minutes non confidentielles d'une conférence téléphonique avec le CEPEA du 22 février 2011.

¹⁵¹ Voir la réponse à la question 3 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 11 mars 2011.

régulièrement les orangeries,¹⁵² des facteurs de nature à contrer ces éléments, par exemple de meilleures mesures de lutte contre les maladies, ainsi qu'une amélioration de la productivité par arbre et du nombre d'arbres par hectare ont été pris en compte. Le rapport AgraFNP sur l'industrie brésilienne des agrumes note que, même si la surface réservée à la production d'oranges au Brésil a baissé, passant de quelques 960 000 hectares en 1996 à un peu plus de 800 000 hectares en 2006, la production totale en termes de nombre de caisses a augmenté de près de 5 % pour atteindre presque 443 millions. De manière similaire, même si certaines sources prévoient une baisse des terres disponibles dans les années à venir à 700 000 hectares, le rapport AgraFNP prévoit une augmentation de la production d'oranges de 1,5 à 2 % par an en raison de «*l'amélioration des technologies, de la lutte contre les maladies et de la densité de plantation*»¹⁵³. Les terres et autres facteurs ne doivent donc pas être considérés comme des facteurs restrictifs.

(192) Sur la base de ces éléments combinés, il est donc possible de conclure qu'il n'existe pour ainsi dire pas de contraintes de capacité au niveau de l'approvisionnement en fruits, que ce soit à court terme ou à long terme.

IV.2.5.2.3.2. Contraintes de capacité au niveau de la transformation

(193) Dans la décision d'ouverture de la procédure, il a été considéré à titre préliminaire qu'il existe des capacités de transformation non utilisées. Sachant que cette analyse a été réalisée sur la base d'une capacité annuelle, il n'a pas été tenu compte du fait que la transformation des oranges est soumise à des variations saisonnières. Les données de capacité annuelle analysées pendant la première phase de l'enquête n'étaient donc pas nécessairement suffisantes pour appréhender l'existence potentielle de contraintes de capacité pendant la saison de récolte. L'enquête approfondie a donc compilé les données d'utilisation des capacités sur une base mensuelle pour chacune des différentes usines, ce qui a permis d'analyser de manière plus précise et plus détaillée les éventuelles contraintes de capacité, puisque ces données tiennent compte de la variation d'utilisation des capacités sur l'ensemble de la saison sans établir de moyenne des fluctuations sur l'année.

(194) L'analyse a permis de conclure que les concurrents des parties ont à leur disposition des capacités de transformation du jus d'orange supplémentaires inutilisées. Pour un des concurrents, les données des deux dernières années montrent que, même au pic de la saison, environ [10 à 20 %] de la capacité de transformation totale n'est pas utilisée et que l'utilisation des capacités est encore plus faible juste avant ou juste après le mois le plus intensif¹⁵⁴. Certains concurrents indiquent que pendant le pic de la saison

¹⁵² Voir la réponse de Cutrale à la question 33 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 2 février 2011.

¹⁵³ Agra FNP Report – *The Brazilian Citrus Industry*, 2007, p. 58. De même, Rabobank explique que «*l'amélioration des rendements a atténué la baisse de la surface consacrée à l'orange*» – voir *Brazilian orange juice, opportunities and challenges in the global market*, Rabobank, 2007, p. 30.

¹⁵⁴ Selon les parties, plusieurs raisons pourraient expliquer la présence de capacités inutilisées dans l'industrie, dont certaines pourraient être liées à des facteurs externes (conditions météorologiques, maladies) et d'autres au niveau de la demande qui ne justifie pas une production totale: «*Premièrement, les producteurs de jus d'orange doivent disposer de capacités supplémentaires pour transformer et stocker la production supplémentaire lorsque le volume d'oranges produit est plus important. Deuxièmement, les fournisseurs d'équipements [...] louent l'équipement à l'industrie du jus d'orange et fournissent souvent des machines supplémentaires gratuitement. [...]. Troisièmement, les entreprises qui*

de récolte, ils utilisent la totalité de leurs capacités dans la plupart de leurs usines (mais pas dans toutes), alors que d'autres disposent de capacités inutilisées même pendant le pic de la saison de récolte¹⁵⁵.

- (195) Au total, les répondants ont indiqué qu'ils pourraient, en théorie, transformer jusqu'à [10 à 20] millions de caisses d'oranges supplémentaires (notamment en allongeant la durée de la saison de production avec des fruits tardifs)¹⁵⁶. D'autres ont fait preuve de davantage de réserves sur la question de l'augmentation de la capacité de transformation. Ils ont toutefois répondu qu'en comblant les pénuries potentielles d'oranges avec du jus d'orange stocké et en utilisant leurs capacités inutilisées pour transformer davantage de caisses, il leur serait possible de réagir en cas de hausse des prix du jus d'orange.
- (196) Enfin, les répondants à l'enquête, et en particulier les principaux concurrents, Cutrale et LDC, ont insisté sur l'importance des économies d'échelle dans la transformation des oranges. Selon eux, les producteurs de jus d'orange préfèrent utiliser le maximum de capacités possible dans leurs usines puisque *«plus les taux d'utilisation des capacités [...] sont élevés pendant la saison, plus le coût de transformation par unité sera faible»*¹⁵⁷.
- (197) De fait, si l'entreprise commune devait limiter sa production à la suite de la concentration, la meilleure réaction possible pour les concurrents serait d'augmenter leurs ventes. Lorsqu'un concurrent définit son niveau de production avant la fusion, l'optimisation des bénéfices implique que les marges récupérées sur les quantités supplémentaires sont égales à la perte de profit due à l'effet de baisse que l'augmentation de la production aurait sur les prix des ventes existants. Si l'entreprise commune limitait sa production pour tenter de faire monter les prix, les marges réalisées par les concurrents sur les quantités supplémentaires augmenteraient, les incitant à accroître leur production. Toutefois, en l'absence de contraintes de capacité sur ce marché, les concurrents seraient capables de répondre à la demande ainsi libérée sans pour autant augmenter de manière substantielle le coût marginal, ce qui

sont entrées sur le marché dans les années 1980 et 1990 ont ajouté des capacités de transformation. Sachant que la demande mondiale de jus d'orange n'a pas augmenté, les opérateurs ont maintenant des capacités inutilisées.» Formulaire CO, points 718-720.

¹⁵⁵ Par exemple, un autre concurrent possède une usine qui utilise ses capacités à 70 % pendant le pic de la saison (août et septembre) – voir les minutes non confidentielles d'une conférence téléphonique. Ceci est confirmé par Pamiro Comércio e Participações LTDA, un autre concurrent, qui a indiqué que *«au cours des 5 dernières années, l'industrie a fonctionné avec une capacité réduite d'environ 65 à 70 % en moyenne»* – voir la réponse à la question 21 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011, adressée à des concurrents (petits/moyens exportateurs de jus d'orange).

¹⁵⁶ En se basant sur un rendement de 250 caisses pour une tonne de FCOJ, la transformation de [10-20] millions de caisses d'oranges supplémentaires équivaldrait à [40 000-80 000] tonnes de FCOJ ou [4-9 %] des volumes consommés par l'EEE en 2009.

¹⁵⁷ Voir la réponse de Cutrale à la question 11 de la demande de renseignements de la Commission du 2 février 2011. De même pour LDC, *«Les frais fixes du secteur de la transformation du jus d'orange sont très pertinents et tout volume de fruits supplémentaire susceptible de couvrir les frais variables entraînerait une amélioration des résultats de l'entreprise»*. – voir la réponse à la question 3 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011.

signifie que l'impact d'une telle baisse de la production sur le prix serait nécessairement limité (et donc peu profitable pour l'entité combinée)¹⁵⁸.

(198) Résultat, les concurrents disposent non seulement des capacités mais de toutes les incitations nécessaires pour faire appel à leurs capacités inutilisées existantes afin de contrer une potentielle hausse des prix par les parties¹⁵⁹.

IV.2.5.2.3.3. Contraintes de capacité en termes de transport/logistique

(199) Dans le formulaire CO,¹⁶⁰ les parties expliquent qu'après la phase de transformation, le jus d'orange peut être transporté de deux manières: expéditions en vrac dans des conteneurs-citernes ou expéditions en fûts de 200 litres dans des camions réfrigérés ou non. L'expédition en vrac étant le moyen le plus rentable de transporter le jus à l'étranger et sachant que la plupart des clients demandent que le jus leur soit fourni en vrac, plus de 90 % du jus brésilien est exporté en vrac.

(200) Selon les parties, le développement des capacités de transport ne devrait pas constituer un problème puisqu'au moins deux fournisseurs indépendants, Gearbulk et Atlanship, proposent des services de transport aux transformateurs de jus d'orange. En outre, des entreprises comme Saga Forest Carriers, Westfal-Larsen Shipping ou le groupe Clipper possèdent des navires capables de transporter des conteneurs-citernes. Selon les parties, il ne reste plus aux transformateurs de jus d'orange qu'à fournir les conteneurs-citernes nécessaires. Le coût d'investissement pour un conteneur-citerne d'une capacité de 3 000 tonnes est d'environ 3,6 millions d'USD.

(201) Pendant l'enquête initiale ainsi que pendant l'enquête approfondie, presque tous les concurrents ont confirmé qu'il n'existe aucune contrainte de capacité possible en matière de transport/logistique. Même si Citrusuco expédie actuellement du jus d'orange pour LDC en vertu d'un contrat qui arrive à expiration en 2012, rien n'indique que LDC pourrait se retrouver à court de capacités de transport si Citrusuco ne renouvelait pas ledit contrat et décidait de le remplacer par des expéditions de FCOJ produit par Citrovita. D'une part, une telle redistribution du transport libérerait des capacités tierces (sachant que Citrovita loue actuellement de l'espace sur des navires Gearbulk) qui pourraient être utilisées par LDC. Deuxièmement, l'enquête a confirmé que des solutions alternatives seraient disponibles sur le marché pour le

¹⁵⁸ Cela a également été expliqué par Cutrale: «*Si les parties devaient réduire le volume d'oranges qu'elles achètent, Cutrale pense que les autres transformateurs achèteraient probablement ces surplus de volumes et produiraient davantage de jus, en partant du principe que la demande de jus reste constante et que tous les autres facteurs de l'offre restent identiques*». – voir la réponse de Cutrale à la question 11 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 18 février 2011.

¹⁵⁹ En outre, si les parties décidaient de limiter les quantités vendues à l'EEE (et que les prix augmentaient), les concurrents pourraient rediriger une partie de leur production destinée à d'autres parties du monde sur l'EEE. De fait, l'analyse de capacité ci-dessus concerne l'ensemble de la production brésilienne qui est principalement, mais pas exclusivement, vendue à l'EEE. Par exemple, entre 2005 et 2009, Citrusuco a vendu entre [60-70]* % et [70-80]* % de sa production brésilienne à l'EEE (le reste a été vendu aux États-Unis, en Asie et dans d'autres parties du monde). Les mêmes chiffres pour Citrovita sont de [60-70]* % à [60-70]* %.

¹⁶⁰ Formulaire CO, paragraphes 158-159.

transport en vrac (à savoir la possibilité de louer de l'espace de transport en vrac sur des navires tiers)¹⁶¹.

(202) Enfin, aucune inquiétude n'a été soulevée au sujet de goulets d'étranglement potentiels au niveau des capacités de stockage des terminaux au Brésil et dans l'EEE.

(203) Il est donc possible de conclure qu'aucune contrainte de capacité n'existe en termes de transport ou de logistique pour la fourniture de jus d'orange.

IV.2.5.2.4. Conclusion générale sur les effets non coordonnés

(204) Même si la concentration proposée conduit à la création d'une entité leader de la fourniture de jus d'orange, en particulier de FCOJ, vers l'EEE, il est possible de conclure que la création de l'entreprise commune ne devrait pas entraver de manière significative une concurrence effective sur le marché de la production et de la fourniture en gros de jus d'orange dans l'EEE (ou, alternativement, de FCOJ). Les parties ne sont pas des concurrents particulièrement proches et les clients ont la possibilité de se tourner vers au moins deux concurrents crédibles, LDC et Cutrale, qui ont la capacité et l'incitation d'augmenter leur production de jus d'orange si l'opération menée par les parties conduisait à une hausse des prix.

IV.2.5.3. Effets coordonnés

(205) Bien que la décision d'ouverture d'une procédure soit axée principalement sur les effets non coordonnés, elle n'exclut pas le risque d'effets coordonnés, notamment en raison de la nature plutôt homogène des produits issus du jus d'orange, de la concentration significative des fournisseurs de jus d'orange et de l'incertitude quant à la capacité de LDC de s'opposer à une coordination hypothétique entre les parties et Cutrale. L'enquête approfondie s'est donc attachée à déterminer si l'opération était susceptible d'entraîner des effets coordonnés. En particulier, l'enquête a tenté de savoir si, à la suite de l'opération, les parties risquaient de coordonner leur comportement avec celui de Cutrale (et peut-être même de LDC) pour augmenter les prix vis-à-vis de leurs clients¹⁶².

(206) Comme l'a expliqué la Cour de justice dans l'arrêt *Impala*,¹⁶³ les effets coordonnés doivent être évalués en référence à un mécanisme économique global de coordination tacite, c'est-à-dire en tenant compte d'un cadre économique cohérent au sein duquel la coordination tacite serait mise en place. L'enquête sur le marché a donc tenté d'identifier des variables potentielles sur lesquelles les partenaires à l'entente

¹⁶¹ Voir les minutes non confidentielles de conférences téléphoniques avec le Atlanship et Gearbulk du 22 octobre 2010.

¹⁶² Pour évaluer les chances que des effets coordonnés se produisent, la Commission tient compte de toutes les informations pertinentes disponibles au sujet des caractéristiques des marchés en cause, y compris la structure et le comportement passé des entreprises. En ce qui concerne ce dernier, dans sa décision d'ouverture de la procédure, la Commission faisait observer qu'une enquête est en cours au Brésil au sujet d'une entente présumée entre les principaux transformateurs de jus d'orange pour l'achat des oranges. Les preuves d'une entente antérieures sont importantes si les caractéristiques du marché en cause n'ont pas changé outre mesure ou ont peu de chances de changer dans un avenir proche.

¹⁶³ Affaire C-413/06 P, *Bertelsmann and Sony Corporation of America contre Impala*, [2008].

pourraient se mettre d'accord, des mécanismes plausibles de détection et de représailles en cas de divergence par rapport à cette entente collusoire, et l'existence de facteurs de déstabilisation potentielle. Au vu de ces considérations, l'enquête s'est également attachée à déterminer si l'opération rend la coordination plus probable, plus stable ou plus efficace.

- (207) Pendant la deuxième phase de l'enquête, la grande majorité des clients n'ont pas considéré que la concentration pouvait conduire à une hausse des prix dictée par une coordination entre les fournisseurs de jus d'orange¹⁶⁴. Même si quelques répondants ont indiqué que l'opération était susceptible d'entraîner un alignement des prix et si un client a évoqué la possibilité d'un partage de la clientèle, aucun de ces répondants n'a pu justifier ce que l'opération proposée changerait par rapport à la situation actuelle à quatre acteurs, à l'exception du fait que le nombre de fournisseurs passerait de quatre à trois. En outre, aucun des répondants n'a pu expliquer le mécanisme sur lequel une telle coordination était susceptible d'être basée.
- (208) L'enquête sur le marché indique que le changement entraîné par cette concentration ne risque pas de rendre la coordination plus probable, plus stable ou plus efficace dans le secteur. De fait, l'entreprise commune proposée accroît le degré d'asymétrie entre les trois acteurs restants, ce qui rendrait une entente collusoire plus difficile à mettre en place. Si l'on se base sur les parts de marché, l'entreprise commune serait clairement le leader du marché ([40-50]* % pour le FCOJ), suivie par Cutrale [[20-30]* %] et par LDC [[10-20]* %] en troisième position¹⁶⁵. En outre, le degré d'intégration verticale, ainsi que la structure de coûts, est différente selon les fournisseurs ce qui ne leur donne pas les mêmes raisons de vouloir coordonner leur action. Par exemple, Cutrale satisfait environ [[30-40]*] % de ses besoins en oranges en interne, alors que l'entreprise commune ne le fait qu'à hauteur de [[10-20]* à [20-30]*] %¹⁶⁶.
- (209) Bien que la fusion réduise le nombre d'acteurs majeurs, qui passe de quatre à trois, elle ne modifie pas le pouvoir modérateur que pourrait avoir LDC sur un hypothétique mécanisme de coordination entre les parties et Cutrale¹⁶⁷. À ce sujet, l'enquête sur le marché montre également que les petits fournisseurs disposeraient d'un pouvoir non négligeable pour lutter contre une telle entente collusoire hypothétique¹⁶⁸.
- (210) De manière plus générale, les éléments de preuve recueillis dans le cadre de l'enquête approfondie montrent qu'une coordination sur les prix semble hautement improbable dans ce secteur. De fait, la transparence des prix au niveau des clients est limitée en raison des variations importantes des prix facturés, selon les clients et la période

¹⁶⁴ Voir les réponses à la question 42 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

¹⁶⁵ Voir tableau 2.

¹⁶⁶ Formulaire CO, paragraphe 108. Ces chiffres devraient augmenter à l'avenir au vu des investissements entrepris dans la plantation de nouveaux arbres.

¹⁶⁷ LDC est un concurrent plus petit disposant d'une stratégie et d'un modèle commercial différents – voir formulaire CO, points 762-772.

¹⁶⁸ Réponses à la question 36 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2011 adressée à des concurrents (petits/moyens exportateurs de jus d'orange).

considérée¹⁶⁹. Même si les gros volumes sont généralement associés à des prix inférieurs, le volume n'explique qu'une petite partie de la variation observée dans les chiffres de vente. Ces grandes variations de prix sont illustrées dans le graphique 5 pour les parties.

Graphique 5 – Prix payés par les clients européens achetant du FCOJ

[...]*

Source: analyse de la Commission portant sur les données de vente soumises par les parties. Le graphique 5 décrit les prix payés aux parties par les clients européens achetant du FCOJ (les données de vente des concurrents ont également été analysées mais ne figurent pas dans ce graphique pour des raisons de confidentialité). Pour chaque année et pour chaque fournisseur, la ligne située à l'intérieur de la case est le prix médian, la limite supérieure (inférieure) de la case correspond au 75^e (25^e) percentile du prix, et la ligne supérieure (inférieure) indique la valeur adjacente. Les résultats sont pondérés en fonction du volume.

- (211) Cette absence de transparence des prix rendrait probablement plus difficile la réalisation et le contrôle d'une entente sur les prix au sein de ce secteur. En outre, le niveau important de report entre les fournisseurs qui a été observé dans les données de vente recueillies pendant l'enquête ne semble pas cohérent avec une coordination sur les prix, car il serait difficile de justifier un tel niveau de report dans un scénario de ce genre.
- (212) Un mécanisme de coordination basé sur une répartition des clients entre les fournisseurs de jus d'orange ne semble pas probable non plus. De fait, l'enquête sur le marché et l'analyse des données de vente fournies par les parties et par les concurrents indiquent un niveau important de report parmi les clients¹⁷⁰. Si les fournisseurs s'entendaient en se répartissant les clients entre eux, il serait peu probable d'observer un tel niveau de changement de fournisseur parmi les clients¹⁷¹.
- (213) Enfin, une coordination sur la production semble peu probable. Toute tentative visant à limiter les quantités d'oranges transformées par les principaux fournisseurs conduirait à libérer des oranges sur le marché¹⁷². La présence de ces quantités d'oranges libérées serait une incitation de plus pour les membres d'une entente

¹⁶⁹ Même si l'existence d'un indice de prix du jus d'orange aux États-Unis suggère une certaine transparence sur le marché, les prix réels des transactions qui sont convenus entre les producteurs et les acheteurs ne sont pas publics.

¹⁷⁰ Voir les réponses aux questions 58 et 59 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 26 novembre 2010 adressée à des acheteurs de jus d'orange.

¹⁷¹ Sachant que les clients pratiquent beaucoup l'approvisionnement auprès de multiples fournisseurs, ces changements se font, en partie, en faisant varier les ventes auprès des différents fournisseurs. L'approvisionnement auprès de multiples fournisseurs ne facilite pas non plus les accords sur une répartition stable des clients (même si l'impact de cette méthode d'approvisionnement peut conduire à des conclusions différentes selon les circonstances, puisqu'elle peut, par exemple, limiter l'incitation à se démarquer de l'entente, mais aussi limiter le champ d'application des représailles).

¹⁷² En théorie, les fournisseurs de jus d'orange pourraient également réduire leur propre production d'oranges. Mais l'enquête sur le marché a montré que l'intégration verticale est un facteur stratégique clé que les fournisseurs auraient peu de chances de limiter.

collusoire à s'écarter d'un tel accord. En outre, cela donnerait également la possibilité à des concurrents plus petits de transformer ces oranges. L'enquête sur le marché a montré que les petits fournisseurs disposeraient de capacités suffisantes pour contrer une éventuelle baisse de la production par les parties dans un tel cas¹⁷³.

(214) Les résultats de l'enquête sur le marché permettent donc de conclure que l'opération a peu de chances d'entraîner des effets coordonnés. De fait, l'enquête sur le marché n'a mis en lumière aucun mécanisme de coordination cohérent qui concorderait avec les données du secteur. L'opération ne semble pas non plus modifier la situation actuelle de manière à rendre une coordination plus probable, plus stable ou plus efficace.

IV.2.5.4. Élimination de la concurrence potentielle sur le marché du NFC

(215) Dans un marché potentiel distinct portant uniquement sur la production et la fourniture en gros de NFC, la concentration proposée n'élimine pas la concurrence entre les activités des parties, mais pourrait entraîner le retrait d'un entrant potentiel, puisque Citrovita est présent sur le marché du FCOJ mais qu'il est le seul acteur majeur à ne pas être présent sur le marché du NFC.

(216) Pour qu'une concentration avec un concurrent potentiel entrave de manière significative la concurrence effective, il faut que deux conditions fondamentales soient réunies¹⁷⁴. D'une part, le concurrent potentiel doit déjà peser sensiblement sur le comportement des autres entreprises ou, à tout le moins, il doit exister une forte probabilité que ce concurrent devienne un moteur de la concurrence. D'autre part, il faut que le nombre d'autres concurrents potentiels, capables de maintenir des pressions concurrentielles suffisantes à l'issue de la concentration, soit insuffisant.

(217) Les parties font valoir que la concentration proposée ne donne pas naissance à des effets anticoncurrentiels à la suite de l'élimination d'un concurrent potentiel sur le marché du NFC, et ce pour plusieurs raisons. D'une part, Citrovita ne pèse pas sensiblement sur le comportement des autres entreprises et rien ne vient étayer l'hypothèse selon laquelle Citrovita aurait décidé de faire son entrée sur le marché du NFC en l'absence de concentration. D'autre part, si la concentration entraînait l'élimination d'un concurrent potentiel qui aurait décidé de pénétrer sur le marché du NFC, il resterait néanmoins un niveau suffisant de pression concurrentielle car le marché est compétitif et dynamique et que les clients n'ont pas de lien de dépendance excessif avec certains producteurs en particulier.

(218) Pour apprécier l'existence d'effets anticoncurrentiels dérivés de l'élimination de Citrovita en tant que concurrent potentiel, la Commission a étudié la capacité de

¹⁷³ Comme cela est expliqué dans la note de bas de page 155, l'industrie du jus d'orange ne fonctionne pas à pleine capacité. En outre, Citrofoods, par exemple, est en train de construire une nouvelle usine de transformation dans la région de Rio Grande do Sul qui entrera en activité en 2011 et Brasfrut – Frutos do Brasil, Ltda. est en train de négocier l'installation d'une nouvelle usine de transformation dans la région de Bahia – voir les minutes non confidentielles de conférences téléphoniques avec Citrofoods et Brasfrut des 23 et 24 février 2011. En outre, par exemple, un autre concurrent redirigerait la production d'autres marchés géographiques vers l'EEE – voir la réponse à la question 10 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011 adressée à des concurrents (petits/moyens exportateurs de jus d'orange).

¹⁷⁴ Voir les Lignes directrices sur les concentrations horizontales, paragraphe 60.

Citrovita à changer de production pour passer du FCOJ au NFC dans un délai relativement court, mais aussi les éléments susceptibles de prouver l'intention de Citrovita de pénétrer sur le marché en cause, le point de vue des clients au sujet de l'entrée potentielle de Citrovita sur le marché, ainsi que la structure du marché du NFC.

(219) Citrovita a déclaré disposer du savoir-faire et des installations industrielles nécessaires pour passer à la production de NFC à court terme¹⁷⁵. À cet égard, les parties soutiennent que la fourniture de FCOJ et de NFC est similaire en termes de procédés de production, de transport et de stockage¹⁷⁶. Passer de la production de FCOJ à celle de NFC ne nécessiterait que des ajustements mineurs de l'usine de transformation (acquisition d'un pasteurisateur pour la production de NFC¹⁷⁷). Le même bateau-citerne peut transporter du FCOJ et du NFC. Même si les réservoirs de stockage de NFC (que ce soit à bord du navire ou dans le port) sont soumis à des critères plus stricts que les conteneurs de stockage de FCOJ puisqu'ils doivent être aseptiques et qu'ils sont généralement équipés d'un agitateur, les conteneurs les plus récents destinés au FCOJ peuvent également contenir du NFC, car il est facile de les équiper d'agitateurs. Le coût d'investissement pour un réservoir d'une capacité de [...] tonnes est d'environ [...] millions d'USD.

(220) D'autre part, Citrovita a soumis, en février 2008, une simulation de l'investissement nécessaire pour ajouter le NFC à son portefeuille (sur la base de [...] millions de caisses d'oranges transformées), qui montre des coûts relativement élevés pour l'entrée sur le marché du NFC (environ [...] millions d'USD au total pour couvrir le coût des usines, d'un terminal au Brésil, d'un terminal à Santos et du transport maritime)¹⁷⁸. Ce résultat est conforme à certaines déclarations des clients recueillies lors de l'enquête sur le marché, qui suggèrent que Citrovita devrait investir des ressources considérables pour pouvoir entrer sur le marché du NFC.

(221) L'enquête sur le marché suggère également fortement que la majorité des clients ne perçoivent pas Citrovita comme un entrant potentiel sur le marché du NFC¹⁷⁹. Par exemple, Döhler estime que «*Citrovita n'a jamais prétendu entrer sur le marché du NFC*».

(222) En outre, la plupart des clients confirment que Citrovita ne les a pas approchés dans l'intention d'exercer une activité sur le marché du NFC¹⁸⁰. Ces réponses sont

¹⁷⁵ Voir le formulaire CO, p. 106.

¹⁷⁶ Voir le formulaire CO, p. 95.

¹⁷⁷ Voir le formulaire CO, p. 105. Les parties estiment que le coût du pasteurisateur, de l'équipement associé et des travaux de génie civil s'élèverait à environ [...] millions d'USD (pour traiter environ [...] millions de caisses d'oranges par an).

¹⁷⁸ Annexe 6.26 du formulaire CO.

¹⁷⁹ Onze clients sur 16 ne considèrent pas Citrovita comme un entrant potentiel – voir les réponses à la question 22 de la demande de renseignements de la Commission du 31 janvier 2011, adressée aux acheteurs de jus d'orange. Par exemple, PepsiCo «*ne pense pas que [Citrovita] ait suffisamment investi pour entrer sur le marché du [jus d'orange] non fait de concentré*».

¹⁸⁰ Voir les réponses à la question 22 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011, adressée aux acheteurs de jus d'orange.

cohérentes avec l'analyse des documents internes récupérés auprès de Citrovita qui ne montrent aucune intention ferme ou aucune tentative de la part de Citrovita d'entrer sur le marché du NFC. Citrovita a évoqué en interne, début 2008, la possibilité d'entrer sur le marché du NFC, mais a estimé que [...]»¹⁸¹. Ceci est cohérent avec l'absence de toute discussion dans les documents internes de Citrovita au sujet d'une entrée potentielle sur le marché du NFC après avril 2008, mois au cours duquel Citrovita a évalué un rapport commandé à un cabinet de conseil en management qui recommandait d'investir sur le marché du NFC¹⁸².

- (223) Les parties font également valoir que l'élimination d'un concurrent potentiel ne constitue une dégradation importante de la structure de la concurrence que si le marché se caractérise par une concurrence faible et par une forte dépendance des clients.
- (224) Citrosuco (dont la part de marché pour la fourniture de NFC à l'EEE s'élève approximativement, selon les parties, à [40-50]* % en 2009) est confrontée à une concurrence féroce de la part de Cutrale ([20-30]* % de part de marché) et d'autres producteurs européens¹⁸³. Ces derniers représentent près de [30-40]* % du marché. En outre, la part de marché de Citrosuco ne semble pas être le signe d'un quelconque pouvoir de marché¹⁸⁴ puisqu'elle dépend largement du volume d'activité de [...]»¹⁸⁵. Le fait que LDC ait pu atteindre une part de marché de [0-5]* % au bout d'un an seulement d'activité est une preuve supplémentaire du dynamisme du marché.
- (225) Sur le marché du NFC, les producteurs gagnent et perdent des clients, ou plutôt des volumes par client, au fil du temps. Les embouteilleurs semblent apprécier de disposer d'un certain degré de pouvoir de négociation sur le marché du NFC et s'approvisionnent auprès de multiples fournisseurs, non seulement au Brésil mais aussi dans d'autres pays. Ils ne dépendent donc pas fortement de certains producteurs en particulier.
- (226) L'enquête sur le marché, en particulier les réponses des clients et les documents internes des parties, n'ont pas apporté de preuves étayant l'hypothèse selon laquelle Citrovita aurait été un entrant potentiel sur le marché du NFC. Il est donc possible de conclure qu'en l'absence de la concentration proposée, Citrovita n'aurait pas exercé de contrainte concurrentielle majeure sur un tel marché.

181 Voir le formulaire CO, pp. 105-106.

182 Voir le rapport de McKinsey «Growth Avenues»

183 Selon les parties, il existe de nombreux producteurs européens de NFC, principalement en Espagne et en Italie, dont la part de marché dépasse les 1 %, les plus importants étant J Garcia Carrion, AMC Grupo Alimentación et Zumos Pascual. Voir la réponse des parties à la question 18 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 2 février 2011.

184 Décision de la Commission du 18 décembre 2001 dans l'affaire n° COMP/M.2676 – *Sampo/Varma/Sampo/IF Holding/JV* – JO C 145 du 18.6.2002, point 26.

185 Selon les parties, le volume acheté par [...]» représente environ [...]»% de la demande de NFC. Si l'on considère uniquement les 75 % restants de la demande, la part de marché de Citrosuco chute de manière significative. De fait, la part de marché de Citrosuco pour le NFC (en excluant [...]») atteindrait à peine [10-20]* %, ce qui signifie qu'environ [80-90]* % du marché reste ouvert à d'autres entreprises.

(227) Au vu de ces éléments, les résultats de l'enquête sur le marché montrent que Citrovita ne pèse pas sensiblement sur le comportement des autres entreprises présentes sur le marché du NFC et qu'il n'existe pas de forte probabilité qu'en l'absence de concentration, Citrovita devienne un moteur de la concurrence. Par conséquent, la première condition fondamentale mentionnée au considérant 0 n'étant pas remplie, il n'est pas nécessaire d'analyser la deuxième condition.

(228) Par conséquent, il est peu probable que la concentration notifiée entrave de manière significative la concurrence effective sur un marché potentiel relatif à la production et à la fourniture en gros de NFC dans l'EEE.

IV.2.5.5. Conclusions sur le(s) marché(s) du jus d'orange

(229) Au vu des arguments invoqués ci-dessus, il est possible de conclure que l'opération notifiée n'entraverait pas de manière significative la concurrence effective sur le marché de la production et de la fourniture en gros de jus d'orange dans l'EEE ou, à titre de substitution, sur les marchés de la production et de la fourniture en gros de FCOJ et de NFC dans l'EEE.

IV.3. Sous-produits de la transformation du jus d'orange

(230) La transformation des oranges en jus donne naissance à un certain nombre de sous-produits. L'importance de ces produits en termes de volume et de valeur est généralement assez limitée par rapport à l'objectif principal des transformateurs d'oranges, à savoir la production de jus d'orange¹⁸⁶. Il apparaît pourtant que les transformateurs d'oranges s'intéressent à l'efficacité de la récupération des sous-produits et à la contribution que ceux-ci peuvent apporter à leurs performances financières globales¹⁸⁷.

(231) Il existe quatre grandes catégories ou types de sous-produits concernés par la concentration proposée: (i) huiles et essences d'orange; (ii) terpène (ou d-limonène) d'orange; (iii) pulpe et (iv) granulés de pulpe d'agrumes¹⁸⁸. Ces catégories sont évoquées séparément dans les sections suivantes.

¹⁸⁶ Si l'on considère, par exemple, l'huile d'orange, le total des ventes des parties dans l'EEE en 2009, en volume et en valeur, s'élève, respectivement, à seulement [...] tonnes et [...] millions d'EUR, contre plus de [...] tonnes et [...] millions d'EUR pour leurs ventes combinées de FCOJ (c'est-à-dire en ne tenant pas compte des ventes de NFC de Citrosuco). Avec quelque [...] tonnes, le volume des ventes de granulés de pulpe d'agrumes sont plus significatives, mais la valeur de ces ventes ne dépasse pas [...] millions d'EUR.

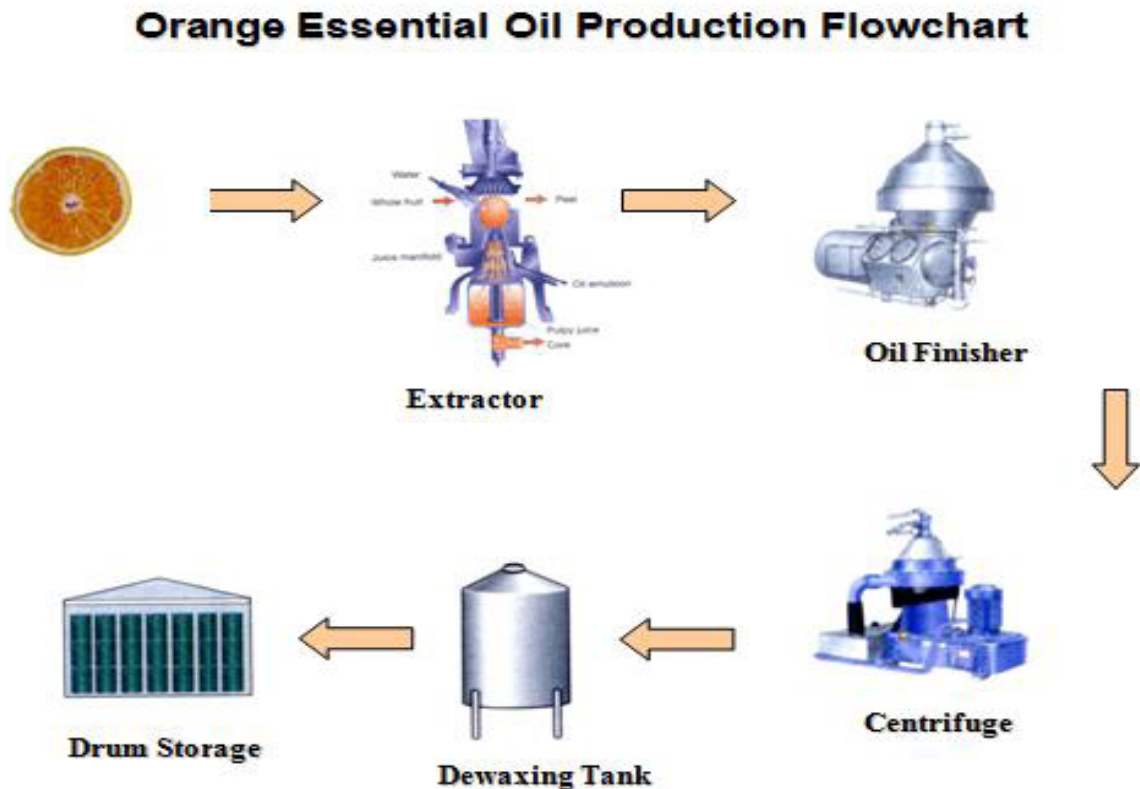
¹⁸⁷ À ce sujet, un client qui achète des huiles et des essences note que même si, autrefois, les transformateurs d'oranges ne faisaient pas grand cas des sous-produits du procédé d'extraction, ils cherchent dorénavant à maximiser leurs revenus tout au long de la chaîne de production et sont conscients du potentiel commercial de ces produits. Voir les minutes non confidentielles d'une conférence téléphonique avec un acheteur d'huiles et d'essences du 22 février 2011.

¹⁸⁸ Le procédé de production de jus d'orange de Citrosuco fournit également de l'alcool citrique. Toutefois, Citrovita ne produisant pas d'alcool citrique, il n'y a pas de chevauchement des activités des parties dans ce domaine. Citrosuco a confirmé que sa production d'alcool citrique est exclusivement vendue sur le marché national brésilien. Au vu de ce qui précède, l'alcool citrique ne sera plus évoqué dans la présente décision.

IV.3.1. Huiles et essences d'orange

(232) Au sein de la catégorie des huiles et essences d'orange, il est possible de faire la distinction entre un certain nombre de produits différents. Ces produits sont obtenus à différentes étapes du procédé de production du jus. Le premier de ces produits est l'huile essentielle d'orange, également appelée «huile de zestes d'orange» car elle se trouve dans les poches oléifères du flavédo¹⁸⁹ de la peau de l'orange. L'huile essentielle d'orange est obtenue pendant le procédé d'extraction du fruit, comme le montre le diagramme 1.

Diagramme 1:



Source: Formulaire CO, annexe 6.13.

(233) Selon les parties, pendant la compression du fruit dans l'extracteur, un trou est percé dans le fruit par la partie supérieure de l'extracteur, ce qui permet à la peau de sortir de la coupelle par une petite ouverture ronde située autour du couteau. Le diamètre restreint de l'ouverture comprime et racle la peau lorsqu'elle sort de la coupelle. Riches en huile essentielle, le zeste et le liquide qui en résultent sont lavés par pulvérisation d'eau le long d'un plateau incliné situé à l'avant de la machine. L'émulsion qui en résulte et qui contient 1 % à 3 % d'huile essentielle d'orange est transportée jusqu'à une centrifugeuse séparatrice qui produit un concentré. L'émulsion concentrée est ensuite transférée vers une centrifugeuse de polissage à déversement

¹⁸⁹ Les agrumes sont composés d'une couche périphérique dite flavédo qui contient la couleur extérieure du fruit et les poches oléifères. La couche blanchâtre et spongieuse qui se trouve sous le flavédo s'appelle l'albédo.

automatique qui élimine le reste des impuretés. Après la centrifugation, l'huile est transportée vers un conteneur en acier inoxydable qui permet de séparer les déchets de cire. La température du conteneur doit être maintenue entre -25 °C et -5 °C pour permettre de finaliser le déparaffinage.

(234) Les deuxième et troisième sous-produits qui résultent du procédé d'extraction sont l'essence d'orange en phase organique et l'essence d'orange en phase aqueuse. Ces essences existent dans la composition du jus et sont extraites exclusivement pendant le procédé de transformation du jus frais en FCOJ lors de l'évaporation de l'excédent d'eau contenu dans le jus. En d'autres termes, ces deux essences n'interviennent pas dans la production du NFC.

(235) Pendant le procédé de concentration du FCOJ, des composés volatiles sont extraits du jus en même temps que l'eau. Ils sont récupérés par l'intermédiaire d'un système relié à l'évaporateur. Les composants comprennent une petite quantité d'«essence sous forme aqueuse» (c'est-à-dire d'essence de la phase aqueuse) et d'«essence huileuse» (c'est-à-dire d'essence de la phase organique). Les deux essences possèdent des arômes caractéristiques du jus frais dont elles ont été extraites¹⁹⁰.

IV.3.1.1. Marchés de produits en cause

(236) L'entreprise commune proposée exercerait son activité dans la production et la fourniture d'un certain nombre de sous-produits entrant dans la catégorie des huiles et des essences d'orange.

(237) Les parties ont initialement prétendu que ces activités correspondent à un segment situé en amont du marché de la production d'arômes et de parfums. À cet égard, les parties notent que dans l'affaire *EQT/H&R/Dragoco*, la Commission a estimé que «*les arômes dans leur ensemble constituaient un marché de produits en cause*»¹⁹¹. Dans une décision ultérieure¹⁹², la Commission a laissé en suspens la définition exacte du marché, car même en se basant sur des marchés plus resserrés (par exemple, les arômes pour aliments, confiseries, laitages, boissons et produits pharmaceutiques), aucun problème de concurrence n'apparaîtrait.

¹⁹⁰ Selon les parties, la norme du marché pour l'essence aqueuse exige une teneur en alcool comprise entre 10 % et 19 %. Dans cette fourchette, l'essence d'orange aqueuse contient un mélange d'aldéhydes, d'esters, de cétones et d'alcools. Ces composés sont souvent appelés les «notes de tête» de l'orange. Voir la réponse à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement n° 139/2004(CE) du Conseil du 17 février 2011.

¹⁹¹ Décision de la Commission du 16 septembre 2002 dans l'affaire n° COMP/M.2926 - *EQT/H&R/Dragoco* – JO C 80 du 3.4.2003, point 20. La Commission a également conclu dans cette décision que des marchés de produits distincts existent pour toutes les fragrances et tous les arômes chimiques, comme c'était le cas pour le marché des composés de jus de fruits qui est considéré comme se situant en aval du marché des arômes. Les composés de jus de fruits étaient décrits comme étant «*des mélanges de jus de fruit hautement concentrés*» contenant «*de petites quantités de parfums, moins de 5 % du mélange de jus de fruit final en poids et moins de [5 à 10 %] en termes de valeur*».

¹⁹² Décision de la Commission du 21 février 2007 dans l'affaire n° COMP/M.4507 - *Givaudan/Quest International*, 21 février 2007 – JO C 65 du 21.3.2007, points 12-13.

- (238) À la suite de l'ouverture de la procédure, les parties ont révisé leur position et affirmé qu'il était possible de faire une distinction selon que les huiles et essences en question sont utilisés pour produire (i) des arômes pour le jus d'orange ou (ii) d'autres arômes.
- (239) Dans le cas des arômes destinés au jus d'orange, les parties notent que chacun des produits considérés possède ses propres caractéristiques et est susceptible de venir compléter les autres¹⁹³. Selon les parties, ces trois sous-produits ne sont pas systématiquement rajoutés au jus, car la formule de l'arôme peut changer d'un fournisseur à un autre et qu'elle dépend des exigences des clients. Les parties affirment que le FCOJ possède généralement un arôme très basique composé uniquement d'huile d'orange concentrée ou non concentrée. L'essence d'orange huileuse peut ou non faire partie de l'arôme tandis que l'essence aqueuse peut être ajoutée en petites quantités à la demande du client pour améliorer la fraîcheur. Cela dit, les parties ne considèrent pas que le fait que les trois produits se complètent au lieu de pouvoir se substituer les uns aux autres doit conduire à l'identification de marchés distincts pour chacun des produits, car cela conduirait à créer de petits marchés qui ne reflèteraient pas la réalité économique du secteur des huiles et des essences.
- (240) En ce qui concerne la production d'autres arômes, les parties affirment que l'huile essentielle d'orange, l'essence huileuse et l'essence aqueuse peuvent être partiellement interchangeable. En outre, selon les parties, des produits de remplacement de l'huile essentielle d'orange, de l'essence d'orange aqueuse et de l'essence d'orange huileuse existent pour un certain nombre de clients et d'applications finales. Par exemple, dans le cas du secteur du nettoyage qui produit des détergents et des produits de nettoyage aromatisés à l'orange, les parties suggèrent que ces senteurs pourraient être remplacés par d'autres senteurs comme le pin, l'eucalyptus, les fleurs ou d'autres agrumes. Par conséquent, il serait inopportun, selon les parties, d'identifier des produits de marché distincts pour l'huile essentielle d'orange, l'essence d'orange aqueuse et l'essence d'orange huileuse comme marché(s) de produits en cause pour ces clients et les applications finales devraient également inclure tous les produits de substitution possibles¹⁹⁴. Il n'y aurait que dans le secteur des boissons, en vertu de la directive 2001/112/CE du Conseil¹⁹⁵, que les clients auraient besoin de composants aromatiques naturels issus des oranges.
- (241) En l'espèce, l'enquête sur le marché a montré que l'huile essentielle d'orange, l'essence d'orange huileuse et l'essence d'orange aqueuse produites par les parties sont utilisées en aval comme intrants dans la production d'une large gamme de produits des industries agro-alimentaires (y compris le jus d'orange puisqu'elles peuvent être rajoutées au FCOJ pour en améliorer le goût), de l'industrie cosmétique (y compris les parfums) et de l'industrie du nettoyage (par exemple, pour les détergents et les produits de nettoyage aromatisés à l'orange).

¹⁹³ Selon les parties, l'huile d'orange est en grande partie responsable du goût caractéristique du produit final dont les principaux attributs sensoriels sont ses «*notes d'écorce, de jus lourd et vert*». L'essence huileuse contribue à un «*parfum floral, fruité, doux et vert*» et augmente la durée de consommation du produit, alors que l'essence aqueuse contribue à l'obtention d'un «*goût fruité, frais et léger*». Voir la réponse des parties à la décision d'ouverture de la procédure.

¹⁹⁴ Voir la réponse des parties à la décision d'ouverture de la procédure.

¹⁹⁵ Voir la note de bas de page 37.

- (242) Toutefois, contrairement à l'opinion avancée par les parties, l'enquête sur le marché a montré que, pour de nombreux clients, des marchés de produits distincts existent pour l'huile essentielle d'orange, l'essence d'orange aqueuse et l'essence d'orange huileuse, au motif que ces produits ne sont pas entièrement interchangeables et qu'ils n'ont pas d'alternatives¹⁹⁶. Les maisons de parfums ont notamment indiqué qu'aucun autre sous-produit naturel (arômes provenant d'autres agrumes, etc.) ou produit artificiel ou synthétique ne constitue un substitut viable à l'huile d'orange, l'essence d'orange aqueuse et l'essence d'orange huileuse. Comme l'enquête sur le marché l'a confirmé, les maisons de parfums sont les principaux clients de l'huile essentielle d'orange, de l'essence d'orange aqueuse et de l'essence d'orange huileuse.
- (243) Des maisons de parfums qui vendent à des embouteilleurs de jus ont confirmé que les huiles et les essences doivent être naturelles ou, selon les termes de la directive européenne sur les jus de fruits, «du fruit mentionné» et non synthétiques. En outre, les maisons de parfums indiquent que les clients autres que les embouteilleurs ont également une large préférence pour les ingrédients naturels par rapport à leurs substituts synthétiques.
- (244) Les embouteilleurs et les mélangeurs qui s'approvisionnent directement auprès des transformateurs de jus d'orange ont également indiqué que les huiles et les essences réintégrées dans le jus doivent provenir «du fruit mentionné», conformément à la directive 2001/112/CE du Conseil¹⁹⁷. C'est pour cette raison que ces clients ont également confirmé qu'ils ne seraient pas en mesure de remplacer l'huile et les essences d'orange par des arômes dérivés d'autres types d'agrumes¹⁹⁸. Même si une telle substitution était autorisée en vertu de la législation actuelle, un certain nombre de clients ont indiqué que les arômes des autres agrumes modifieraient le goût de leurs produits à base de jus d'orange, une option totalement inacceptable¹⁹⁹.
- (245) De même, les concurrents qui ont répondu à l'enquête sur le marché ont généralement confirmé l'absence de produits de substitution pour l'huile et les essences d'orange susceptibles d'être utilisés par leurs clients dans l'industrie des boissons et dans d'autres industries pour atteindre les mêmes résultats finals dans leurs produits²⁰⁰.

196 Voir les réponses à la question 13 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011, adressée aux acheteurs d'huiles et d'essences.

197 Voir les réponses à la question 55 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011, adressée aux acheteurs de jus d'orange.

198 Voir les réponses à la question 58 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011, adressée aux acheteurs de jus d'orange.

199 Par exemple, une grande maison de parfums note que «*D'autres agrumes n'offriraient pas le même profil sensoriel que les huiles et les essences d'orange*», tandis qu'un mélangeur majeur confirme que «*les arômes d'orange utilisés dans les jus doivent être faits à base d'oranges*». Voir les réponses à la question 58 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011, adressée aux acheteurs de jus d'orange.

200 Voir, par exemple, les réponses à la question 50 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011, adressée aux concurrents (petits/moyens exportateurs de jus d'orange) au sujet de l'absence de produits de substitution

(246) Au vu de ce qui précède, il est possible de conclure qu'il ne serait pas approprié, dans la présente affaire, de baser l'appréciation sous l'angle de la concurrence de l'opération proposée sur des marchés de produits en cause ayant un champ d'application aussi large que ceux des arômes et des parfums, comme cela a pu être fait par la Commission dans certaines affaires antérieures telles que la décision *EQT/H&R/Dragoco* citée par les parties dans la notification. Au contraire, au vu des résultats de l'enquête sur le marché, il semble plus approprié d'analyser les effets de l'opération proposée sur des marchés de produits plus restreints, limités aux huiles et aux essences naturelles d'orange. Toutefois, aux fins de la présente décision, la question de savoir si des marchés de produits en cause distincts existent pour chacun des sous-produits envisagés dans cette section de la décision, à savoir l'huile essentielle d'orange, l'essence d'orange aqueuse et l'essence d'orange huileuse, ou de savoir si le marché en cause a un champ d'application plus large et englobe les trois produits, peut être laissée en suspens car elle ne modifierait en rien l'appréciation sous l'angle de la concurrence.

IV.3.1.2. Marchés géographiques en cause

(247) Dans la notification de l'opération proposée, les parties ont affirmé que le marché des huiles et des essences s'étend à l'ensemble de l'EEE²⁰¹. Toutefois, à la suite de l'ouverture de la procédure, les parties ont révisé ce point de vue et affirmé que le marché géographique est de dimension mondiale. Pour étayer ce changement de point de vue, les parties notent que les produits sont des marchandises qui sont vendues dans le monde entier. Les coûts de transport sont faibles (environ 4 % de la valeur du produit pour les ventes à l'EEE) et aucun quota ou entrave non tarifaire n'est susceptible d'entraver les importations. En outre, les parties notent que les ventes de ces sous-produits à l'EEE et à d'autres clients à travers le monde sont réalisées par du personnel installé au Brésil et qu'il n'est donc pas nécessaire de disposer d'une force de vente locale dans chaque région. Enfin, les parties notent qu'il existe une corrélation de prix entre les différentes régions géographiques du monde pour les principaux clients (maisons de parfums) qui s'approvisionnent au niveau mondial²⁰².

(248) La majorité des répondants à l'enquête sur le marché estiment que le marché géographique en cause est, en effet, mondial, et sont nombreux à insister sur l'absence de différences de prix significatives entre les différentes régions du monde²⁰³. En

pour les clients de l'industrie des boissons, et les réponses à la question 52 de la même demande de renseignements au sujet de l'absence de produits alternatifs pour d'autres types de clients.

201 Même si, dans le paragraphe 491 du formulaire CO, les parties affirmaient que si les sous-produits étaient identifiés comme des marchés en cause, le marché géographique «*s'étendrait au moins (souligné) à l'ensemble de l'EEE*», ils ont ensuite indiqué au paragraphe 493 du même document que, sur la base des conclusions de la Commission dans l'affaire *EQT/H&R/Dragoco*, «*le marché des huiles et des essences pouvait être considéré comme s'étendant à l'ensemble de l'EEE*».

202 Voir la réponse à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 11 mars 2011.

203 Voir les réponses à la question 5 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011, adressée aux acheteurs d'huile et d'essences, à la question 48 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011, adressée aux acheteurs de jus d'orange et à la question 35 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du

autre, les maisons de parfums (qui, selon les parties, achètent environ [70-80]* % de la production d'huile et d'essences d'orange des parties) organisent leur approvisionnement en huile et essences d'orange au niveau mondial²⁰⁴.

(249) Toutefois, aux fins de la présente décision, la délimitation précise du marché géographique en cause peut être laissée en suspens puisque l'opération proposée ne soulève pas d'inquiétudes, même sur la base d'un marché plus restreint, limité à l'EEE.

IV.3.1.3. Appréciation sous l'angle de la concurrence

(250) Les parties font valoir que, sachant que les sous-produits ne sont que des activités accessoires à leur activité principale de production de jus d'orange, leur position combinée sur un quelconque des marchés des sous-produits n'excéderait pas leur position sur le marché du jus d'orange. Pour analyser cet argument, l'enquête sur le marché a collationné des informations détaillées relatives aux volumes de sous-produits (ou à leur rendement) généralement issus de la production de, respectivement, FCOJ et de NFC.

(251) Selon les parties, les rendements de production de l'huile et des essences d'orange varient d'une saison à l'autre en fonction de la qualité des oranges et des conditions climatiques (sécheresse ou pluviométrie excessive) qui affectent les rendements. Les chiffres fournis par les parties pour indiquer la quantité habituelle de sous-produits que les principaux transformateurs brésiliens de jus d'orange obtiennent, par caisse d'orange, pendant la production de FCOJ et de NFC (selon le cas) ont été largement confirmés par les concurrents²⁰⁵. En tant que telle, la position des parties sur le marché du jus est essentielle pour l'analyse des marchés des sous-produits²⁰⁶ sous l'angle de la concurrence.

(252) Les deux parties à l'opération proposée produisent de l'huile essentielle d'orange, de l'essence d'orange huileuse et de l'essence d'orange aqueuse.

règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011, adressée aux concurrents (petits/moyens exportateurs de jus d'orange).

204 Voir les réponses à la question 8 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011, adressée aux acheteurs d'huiles et d'essences.

205 Les parties ont indiqué que les principaux producteurs de FCOJ et de NFC au Brésil ont besoin d'environ huit caisses d'oranges pour produire 1 kg d'huile essentielle d'orange. Selon les parties, il faut 100 caisses pour produire un kilo d'essence d'orange huileuse pendant la production de FCOJ. Selon les parties, il faut 40 caisses pour produire un kilo d'essence d'orange aqueuse pendant la production de FCOJ. Les rendements varient également au fur et à mesure que la saison avance. Au début de la saison de transformation brésilienne (juin/juillet), il faut, par exemple, 10 caisses pour produire un kilo d'huile d'orange. En septembre, octobre et novembre, le rendement s'améliore généralement pour passer à 6-7 caisses/kg. Voir la réponse à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 17 février 2011. Des chiffres similaires ont été soumis par les principaux concurrents des parties.

206 Une grande maison de parfums a convenu qu'en l'absence de données plus détaillées sur les parts de marché de ces sous-produits, la part de marché d'un fournisseur sur le marché du jus d'orange serait une bonne indication de sa position sur le marché des sous-produits en cause. Voir les minutes non confidentielles d'une conférence téléphonique avec un client, 15 décembre 2010.

- (253) Au moment de la notification de la concentration proposée, les parties ont fait valoir qu'elles n'étaient pas en mesure d'estimer la taille du marché total de la vente d'arômes et de parfums naturels dans l'EEE, qui était, à ce moment-là et du point de vue des parties, le marché de produits en cause sur lequel l'appréciation sous l'angle de la concurrence de l'opération proposée devait être basée. Chacune des parties à la concentration proposée a donc fourni, à titre indicatif, son estimation des ventes des producteurs brésiliens de jus d'orange à l'EEE pour les produits suivants: (i) huile et essences d'orange, (ii) huile d'orange seule et (iii) essences (phase aqueuse et phase organique combinées) et des estimations de parts de marché basées sur cette taille totale du marché, en termes de volume et de valeurs. Les parties ont toutefois fait remarquer que la taille totale du marché devrait être plus importante et inclure non seulement toutes les ventes d'huiles et d'essences à l'EEE, mais aussi les ventes d'arômes et de parfums naturels. Pour cette raison, elles estiment que les parts de marché figurant dans le formulaire CO surestiment la position réelle des parties sur le marché.
- (254) Au cours de la procédure, les parties ont fourni des estimations révisées de la taille totale du marché au niveau de l'EEE et au niveau mondial pour chacun des trois produits (huile essentielle d'orange, essence d'orange huileuse et essence d'orange aqueuse), ainsi que des estimations de la taille totale du marché au niveau de l'EEE et au niveau mondial pour les trois produits réunis. Les parties ont également soumis des estimations de leurs propres parts de marché et de celles de leurs principaux concurrents sur chacun de ces marchés éventuels.
- (255) Les tableaux 4 et 5 présentent les estimations respectives de chacune des parties en ce qui concerne leurs propres parts de vente dans l'EEE en volume et en valeur en 2009, ainsi que celles de leurs principaux concurrents pour (i) un marché global regroupant l'huile essentielle d'orange, l'essence d'orange huileuse et l'essence d'orange aqueuse, et (ii) chacune des trois huiles et essences d'orange séparément.

Tableau 4: Estimations des parts de marché des parties pour toutes les huiles et essences d'orange dans l'EEE en 2009

	Huile essentielle d'orange, essence d'orange huileuse et essence d'orange aqueuse combinées	
	Estimations de Citrovita	Estimations de Citrosuco
Citrovita	[10-20]*%	[20-30]*%
Citrosuco	[20-30]* %	[20-30]*%
<i>Combinés</i>	<i>[40-50]* %</i>	<i>[40-50]* %</i>
Centrale	[20-30]*%	[20-30]*%
LDC	[10-20]*%	[10-20]*%
Autres	[20-30]*%	[10-20]*%

Source: réponse aux demandes de renseignements de la Commission du 7 février 2011 et du 11 mars 2011.

Tableau 5: Estimations des parts de marché des parties pour chacun des produits (huile essentielle d'orange, essence d'orange huileuse et essence d'orange aqueuse) dans l'EEE en 2009

	Huile essentielle d'orange		Essence d'orange huileuse		Essence d'orange aqueuse	
	Estimations de Citrovita	Estimations de Citrosuco	Estimations de Citrovita	Estimations de Citrosuco	Estimations de Citrovita	Estimations de Citrosuco
Citrovita	[10-20]*%	[20-30]*%	[5-10]* %	[10-20]*%	[5-10]**%	[0-5]* %
Citrosuco	[20-30]* %	[10-20]*%	[40-50]**%	[20-30]*%	[60-70]* %	[70-80]* %
Combinés	[40-50]* %	[40-50]**%	[50-60]**%	[30-40]*%	[70-80]**%	[80-90]* %
Cutrale	[20-30]*%	[30-40]* %	[30-40]*%	[30-40]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
LDC	[10-20]*%	[10-20]*%	[5-10]*%	[5-10]*%	[0-5]*%	[0-5]**%
Autres	[20-30]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[20-30]*%	[5-10]**%	[5-10]**%

Source: réponse aux demandes de renseignements de la Commission du 7 février 2011 et du 11 mars 2011.

(256) Sur un hypothétique marché de produits dans l'EEE, qui regrouperait l'huile essentielle d'orange, l'essence d'orange huileuse et l'essence d'orange aqueuse, l'entité issue de la concentration disposerait, selon les parties, d'une part de marché d'environ [40-50]* % en 2009, Cutrale atteignant une part de marché de [20-30]* % et LDC de [10-20]**%

(257) Si l'on considère chacun de ces trois produits séparément, l'entité issue de la concentration disposerait, selon les parties, d'une part de marché de [40-50]* % à [40-50]* % pour l'huile essentielle d'orange en 2009. L'entité issue de la concentration deviendrait leader de la fourniture d'huile essentielle d'orange, mais elle continuerait à subir la concurrence d'entreprises telles que Cutrale (part de marché de [20-30]* % à [30-40]* %) et LDC ([10-20]*-[10-20]* %), ainsi que d'un certain nombre d'autres fournisseurs.

(258) Sur la base des estimations des parties, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché de [30-40]* % à [50-60]* % pour l'essence d'orange huileuse. Cette estimation est en grande partie le reflet de la présence actuelle de Citrosuco sur le marché, qui se situe entre [20-30]* % et [40-50]* %. Près de [50-60]* % des ventes d'essence d'orange huileuse de Citrosuco sont concentrées sur un seul client qui n'a pas exprimé de doutes motivés au sujet de l'impact de l'opération proposée sur le marché de l'essence d'orange huileuse dans l'EEE. L'entité issue de la concentration deviendrait leader de la fourniture d'essence d'orange huileuse, mais elle continuerait à subir la concurrence d'entreprises telles que Cutrale (part de marché de [30-40]* % à [30-40]* %), LDC et d'autres.

(259) Dans le cas de l'essence d'orange aqueuse, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché de [70-80]* % à [80-90]* %, d'après les estimations des parties. Cette position sur le marché est en grande partie le reflet de la présence actuelle de Citrosuco sur le marché qui est, elle-même, le résultat d'un seul gros contrat entre l'entreprise et un client européen. De fait, à lui seul, ce client représente plus de 90 % des ventes de Citrosuco (en volume) dans l'EEE. Contacté pendant l'enquête sur le marché, ce client n'a pas exprimé d'inquiétudes spécifiques au sujet de l'impact de l'opération proposée sur un marché de l'essence d'orange aqueuse dans l'EEE.

- (260) D'après les parties, la taille totale du marché mondial de l'huile essentielle d'orange, de l'essence d'orange huileuse et de l'essence d'orange aqueuse en 2009 se situait entre 72 000 et 73 000 tonnes²⁰⁷. Sur cette base et d'après les parties, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché d'environ [20-30]* % à [20-30]* % et continuerait, d'après les informations soumises par les parties, à subir la concurrence d'autres fournisseurs, dont Cutrale ([20-30]* à [20-30]* %), LDC ([10-20]* % à [10-20]* %) et un certain nombre d'autres petits producteurs.
- (261) Selon les parties, la taille totale du marché mondial de l'huile essentielle d'orange en 2009 se situait entre 57 000 et 59 000 tonnes²⁰⁸. Sur cette base et selon les parties, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché d'environ [20-30]* % à [20-30]* %, chiffre qui, à lui seul, ne soulève pas d'inquiétudes en termes de concurrence. L'entité issue de la concentration continuerait à subir la concurrence d'autres fournisseurs, dont Cutrale ([20-30]* % à [20-30]* %), LDC ([10-20]*%)²⁰⁹ et un certain nombre d'autres petits producteurs situés, notamment, au Brésil, aux États-Unis, dans l'EEE, au Mexique et en Afrique du Sud.
- (262) Les parties ont estimé que la taille totale du marché mondial de l'essence d'orange huileuse en 2009 se situait entre 3 500 et 4 500 tonnes²¹⁰. Sur cette base et selon les parties, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché d'environ [20-30]*% à [30-40]* %. L'entité issue de la concentration continuerait à subir la concurrence d'autres fournisseurs, dont Cutrale ([20-30]*% à [20-30]*%), LDC ([10-20]*% à [10-20]*%) et un certain nombre d'autres petits producteurs.
- (263) Enfin, en ce qui concerne l'essence d'orange aqueuse, les parties estiment que la taille totale du marché mondial en 2009 se situe entre 10 000 et 11 000 tonnes²¹¹. Sur cette base et selon les parties, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché d'environ [30-40]* à [30-40]*%. Là encore, l'entité issue de la concentration continuerait à subir la concurrence d'autres fournisseurs, dont Cutrale ([20-30]* à [20-30]*%), LDC ([10-20]* à [10-20]*%) et un certain nombre d'autres petits producteurs.
- (264) L'enquête sur le marché a montré que la plupart des acheteurs d'huile essentielle d'orange, d'essence d'orange huileuse et d'essence d'orange aqueuse estiment que l'opération proposée ne conduira pas à une baisse de la quantité de produits

207 L'estimation de Citrovita est de [...] tonnes en 2009, celle de Citrosuco s'élève à [...] tonnes. Voir la réponse aux demandes de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 17 février et du 11 mars 2011.

208 L'estimation de Citrovita est de [...] tonnes en 2009, celle de Citrosuco de [...] tonnes. Voir la réponse aux demandes de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 17 février et du 11 mars 2011.

209 L'estimation de Citrovita est de [...] tonnes en 2009. L'estimation de Citrosuco s'élève à [...] tonnes. Voir la réponse aux demandes de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 17 février et du 11 mars 2011.

210 L'estimation de Citrovita est de [...] tonnes en 2009, celle de Citrosuco s'élève à [...] tonnes. Voir la réponse aux demandes de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 17 février et du 11 mars 2011.

211 L'estimation de Citrovita est de [...] tonnes en 2009. L'estimation de Citrosuco s'élève à [...] tonnes. Voir la réponse aux demandes de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 17 février et du 11 mars 2011.

commercialisée. Sachant que la production des sous-produits est liée au nombre d'oranges transformées en jus, certains répondants à l'enquête sur le marché estiment que l'opération proposée n'aura d'impact sur les quantités de sous-produits (huile essentielle d'orange, essence d'orange huileuse et essence d'orange aqueuse) disponibles sur le marché que si elle a un impact négatif sur la transformation des oranges²¹². Cela signifie que les marchés de l'huile essentielle d'orange, de l'essence d'orange huileuse et de l'essence d'orange aqueuse dépendent du nombre d'oranges transformées en jus, ce qui confirme le lien étroit qui existe entre la production de jus et la coproduction de sous-produits. Par conséquent, si l'entité issue de la concentration tentait d'augmenter les prix et/ou de limiter la production de ses sous-produits après l'opération envisagée, elle devrait faire face à une réaction de ses concurrents qui serait très similaire à celle à laquelle elle serait confrontée si elle essayait de mettre en œuvre une stratégie anticoncurrentielle sur les marchés du jus d'orange telle que décrite à la section IV.2.5.

(265) En outre, l'enquête sur le marché a confirmé qu'il n'existe pas de différences significatives en termes de qualité et autres caractéristiques entre les sous-produits fabriqués par les parties à l'opération envisagée et ceux de ses concurrents. Cela signifie qu'il serait relativement facile pour les clients de changer de fournisseur²¹³.

IV.3.1.4. Conclusion

(266) Au vu des considérations énoncées dans la section IV.3.1.3, il est possible de conclure que la concentration notifiée ne conduira pas à une entrave significative de la concurrence effective, que ce soit sur le marché global de la fourniture d'huile essentielle d'orange, d'essence d'orange huileuse et d'essence d'orange aqueuse ou pour chacun des produits s'il était envisagé de considérer des marchés de produits en cause distincts pour chacun d'entre eux.

IV.3.2. Terpène d'orange (d-limonène)

(267) Dans la catégorie des huiles et essences, un sous-produit se distingue plus particulièrement, il s'agit du terpène d'orange (ou d-limonène). Selon la notification, le terpène d'orange est obtenu pendant le procédé de fabrication des granulés de pulpe d'agrumes (décrit à la section IV.3.4) et provient de la liqueur de pulpe qui est obtenue lorsque les déchets du procédé d'extraction du jus passent dans les presses à pulpe avant d'être concentrés dans un évaporateur. Le liquide incolore qui en résulte, qui possède un subtil arôme citrique, est stocké dans des citernes à l'usine de transformation avant d'être transporté, en vrac ou en fûts, jusqu'aux terminaux maritimes pour être exporté. Contrairement à l'huile et aux essences d'orange, le terpène d'orange n'est pas réincorporé dans les mélanges et dans les jus d'orange,

212 À cet égard, l'enquête sur le marché montre qu'une nouvelle entrée sur le marché des sous-produits ne pourrait se produire que si la même entreprise entrait sur le marché du jus d'orange.

213 Voir les réponses à la question 9 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 25 novembre 2010, adressée aux acheteurs d'huiles et d'essences.

mais il possède de nombreuses applications dans d'autres industries, notamment la production de produits de nettoyage, de résines, de solvants et d'arômes²¹⁴.

(268) L'enquête sur le marché a montré qu'outre sa récupération par évaporation de la liqueur de pulpe, le terpène d'orange peut également être obtenu par distillation de l'huile d'orange (ou huile de pulpe). Cela n'est pas surprenant puisque que le principal composant de l'huile d'orange est le d-limonène. Toutefois, ces deux types de terpène d'orange (c'est-à-dire le d-limonène de qualité technique issu de la liqueur de pulpe et le d-limonène de qualité alimentaire issu de la distillation de l'huile d'orange) ont des propriétés et des niveaux de pureté différents qui influencent leur adéquation à certaines applications finales.

IV.3.2.1. Marché de produits en cause

(269) À la suite de l'ouverture de la procédure, les parties ont fourni des informations supplémentaires relatives à la qualité alimentaire et à la qualité technique du d-limonène et à leurs utilisations²¹⁵. Selon les parties, le d-limonène de qualité alimentaire a une teneur en d-limonène supérieure à 97 % ce qui en fait un produit plus pur que le d-limonène de qualité technique dont la teneur en d-limonène est généralement inférieure à 96 %. Dans le même temps, le d-limonène de qualité alimentaire présente une teneur maximale en aldéhydes de 0,8 % alors que celle du d-limonène de qualité technique varie entre 0,2 % et 1,2 %. Enfin, selon les parties, le d-limonène de qualité alimentaire possède une odeur d'orange plus fraîche que le d-limonène de qualité technique qui, selon l'application, peut être considéré comme ayant une odeur de brûlé.

(270) En termes d'applications, les parties font valoir que le d-limonène de qualité technique peut être utilisé dans l'industrie du nettoyage (comme nettoyant pour les mains, les sols, les hottes de four, les équipements électroniques, etc.) et dans l'industrie pharmaceutique (médicaments, produits de soins, etc.), ainsi que pour la production de résines, d'adhésifs et de peintures. Les parties avancent que le d-limonène de qualité alimentaire peut également être utilisé dans l'industrie du nettoyage ainsi que dans certains solvants et produits d'hygiène corporelle. En tout état de cause, les parties affirment qu'il n'existe pas une seule application dans laquelle le d-limonène de qualité alimentaire ou de qualité technique ne puisse être remplacé par un produit de substitution.

(271) Dans le cas des applications susmentionnées qui utilisent du d-limonène de qualité alimentaire, les parties affirment que ce dernier peut être remplacé par des terpènes provenant d'autres agrumes tels que les citrons, les citrons verts, les clémentines et les pamplemousses. Par conséquent, les parties font valoir que le marché de produits en cause doit être le marché de la fourniture en gros de tous ces terpènes. Dans le cas des applications qui utilisent du d-limonène de qualité technique, les parties affirment que celui-ci peut généralement être remplacé par des sous-produits du soja, du pin, de

²¹⁴ Selon les parties, il faut 10 caisses d'oranges pour produire un kilo de terpène d'orange. Le rendement est le même, qu'il s'agisse du procédé de transformation du FCOJ ou du NFC. Voir la réponse des parties à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 18 janvier 2011.

²¹⁵ Voir la réponse des parties à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 18 janvier 2011.

l'eucalyptus et des hydrocarbures. Par conséquent, les parties considèrent que le marché de produits en cause devrait être le marché de la fourniture en gros de d-limonène de qualité alimentaire et de ses produits de substitution.

- (272) L'enquête sur le marché a largement confirmé la pertinence de la distinction entre le d-limonène de qualité alimentaire et le d-limonène de qualité technique au vu de leurs méthodes de production et de leurs utilisations finales. Dans le même temps, de nombreux répondants ont souligné l'existence d'une substitution à sens unique entre les deux types de produits, à savoir que le d-limonène de qualité alimentaire peut remplacer le d-limonène de qualité technique dans toutes les applications mais qu'il n'en va pas de même dans l'autre sens.
- (273) Les résultats de l'enquête sur le marché relatifs au degré de substitution du d-limonène (de qualité alimentaire ou de qualité technique) par d'autres produits sont moins concluants. Même si l'enquête sur le marché a confirmé la déclaration des parties selon laquelle le d-limonène peut être remplacé par des sous-produits du pin dans certaines applications finales importantes telles que la production de résines, d'autres clients, notamment ceux de l'industrie des parfums, ont indiqué qu'il n'existe pas d'alternatives possibles pour leurs besoins spécifiques.
- (274) Toutefois, aux fins de la présente décision, la question d'une segmentation supplémentaire du marché du terpène d'orange (à savoir, entre le d-limonène de qualité alimentaire et le d-limonène de qualité technique) peut être laissée en suspens car elle n'entrave pas l'appréciation sous l'angle de la concurrence. De même, la définition de la portée précise du marché en cause pour le terpène d'orange peut être laissée en suspens puisque l'opération proposée ne soulèverait pas d'inquiétudes quelle que soit la définition du marché choisie.

IV.3.2.2. Marché géographique en cause

- (275) Dans la notification de l'opération envisagée, les parties ont affirmé que le marché du terpène d'orange s'étend à l'ensemble de l'EEE. Toutefois, à la suite de l'ouverture de la procédure, les parties ont révisé ce point de vue et affirmé que le marché géographique est d'envergure mondiale pour les mêmes raisons que celles précédemment citées au sujet de l'huile et des essences d'orange [voir le considérant (247)]²¹⁶.
- (276) La majorité des répondants à l'enquête sur le marché estiment que le marché géographique en cause est, en effet, mondial, et sont nombreux à insister sur l'absence de différences de prix significatives entre les différentes régions du monde²¹⁷.
- (277) Toutefois, l'opération envisagée ne soulevant pas d'inquiétudes, même sur la base d'un marché plus restreint, limité à l'EEE, la délimitation précise du marché géographique en cause peut être laissée en suspens.

²¹⁶ Voir la réponse à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 11 mars 2011.

²¹⁷ Voir les réponses à la question 5 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1^{er} février 2011, adressée aux acheteurs d'huiles et d'essences. L'IFEAT (Fédération internationale du commerce des huiles essentielles et des arômes) a également confirmé que le marché du terpène d'orange est «*un marché mondial dont les niveaux de prix sont similaires à travers le monde*». Voir les minutes non confidentielles d'une conférence téléphonique avec l'IFEAT, 9 février 2011.

IV.3.2.3. Appréciation sous l'angle de la concurrence

- (278) Les deux parties à l'opération envisagée produisent du d-limonène de qualité technique. Ni l'une ni l'autre ne produit de d-limonène de qualité alimentaire, même si Citrovita vend de très petites quantités de d-limonène de qualité alimentaire qu'elle obtient par le biais d'un contrat de fabrication à façon auprès de deux tiers²¹⁸. Étant donné l'absence de chevauchements significatifs entre les activités des parties dans le secteur du d-limonène de qualité alimentaire, le reste de cette section se concentre donc exclusivement sur le d-limonène de qualité technique.
- (279) Lors de la notification de la concentration envisagée, les parties ont fait valoir qu'elles n'étaient pas en mesure d'estimer la taille du marché total de vente de d-limonène de qualité technique dans l'EEE. Chacune des parties à la concentration envisagée a donc fourni, dans la notification, ses propres estimations au sujet des ventes de d-limonène de qualité technique à l'EEE par les producteurs brésiliens de jus d'orange, ainsi que leurs estimations de parts de marché, en volume et en valeur, sur la base de la taille totale du marché ainsi obtenue. Toutefois, les parties faisaient alors remarquer que la taille totale du marché était probablement plus importante puisqu'elle aurait dû inclure les ventes de d-limonène de qualité technique de toutes origines et que, par conséquent, les parts de marché indiquées dans le formulaire CO surestimaient la position réelle des parties sur le marché.
- (280) À la suite de la notification de la concentration envisagée, les parties ont fourni des estimations révisées de la taille du marché total du d-limonène de qualité technique au niveau de l'EEE et au niveau mondial, ainsi que des estimations de leurs propres parts de marché et de celles de leurs principaux concurrents. Sur la base des estimations des parties, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché de [30-40]* à [40-50]* % pour les ventes de d-limonène de qualité technique dans l'EEE, en volume et en valeur. L'entité issue de la concentration deviendrait donc le plus gros fournisseur de d-limonène de qualité technique dans l'EEE, mais elle continuerait à subir la concurrence d'entreprises telles que Cutrale et LDC dont la part de marché se situe, pour chacune d'entre elles, entre [20-30]* % et [20-30]* % d'après les estimations des parties. En outre, l'enquête sur le marché a confirmé qu'il n'existe aucune différence majeure en termes de qualité ou d'autres caractéristiques entre le terpène d'orange produit par les parties à l'opération envisagée et le terpène produit par leurs concurrents, ce qui suggère qu'il est relativement facile pour les clients de changer de fournisseur²¹⁹.

Tableau 6: Estimations des parts de marché des parties pour le terpène d'orange (d-limonène de qualité technique) dans l'EEE en 2009

²¹⁸ Ce contrat de fabrication à façon concerne [...] et [...]. Ces deux entreprises reçoivent des matières premières, à savoir de l'huile essentielle d'orange et de l'essence d'orange en solution organique, qu'elles transforment en produit aromatique et que Citrovita récupère et ajoute à son FCOJ. La distillation de l'huile essentielle d'orange donne également naissance à une certaine quantité de D-limonène de qualité alimentaire que Citrovita récupère, puis vend sur le marché. Citrovita a indiqué que le volume de D-limonène de qualité alimentaire dont elle dispose pour la vente est marginal (moins de 5 %) par rapport à sa production de D-limonène de qualité technique.

²¹⁹ Voir les réponses à la question 9 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 25 novembre 2010, adressée aux acheteurs d'huiles et d'essences.

	Estimations de Citrovita	Estimations de Citrosuco
Citrovita	[20-30]* %	[20-30]*%
Citrosuco	[5-10]* %	[10-20]* %
Combinés	[30-40]* %	[40-50]* %
Centrale	[20-30]*%	[20-30]*%
LDC	[20-30]*%	[20-30]*%
Autres	[20-30]*%	[10-20]*%

Réponse aux demandes de renseignements de la Commission du 7 février 2011 et du 11 mars 2011.

(281) Au niveau mondial, la taille totale du marché du d-limonène de qualité technique en 2009 se situait, selon les parties, entre 42 000 et 49 000 tonnes²²⁰. Sur cette base et selon les parties, l'entité concentrée disposerait d'une part de marché de [20-30]* % [20-30]* %, chiffre qui, à lui seul, ne soulève pas d'inquiétudes en termes de concurrence. L'entité issue de la concentration continuerait à subir la concurrence d'autres fournisseurs, dont Centrale ([20-30]*% à [20-30]*%), LDC ([10-20]* %) et un certain nombre d'autres petits producteurs.

(282) L'enquête sur le marché a montré que la plupart des acheteurs de d-limonène de qualité technique estiment que l'opération envisagée ne conduira pas à une réduction de la quantité de produit mise sur le marché. Un certain nombre de clients ont également souligné que la quantité de d-limonène de qualité technique présente sur le marché dépend du nombre d'oranges transformées en jus, ce qui confirme le lien étroit qui existe entre la production de jus et la coproduction de sous-produits. Par conséquent, si l'entité issue de la concentration tentait d'augmenter les prix et/ou de limiter la production du terpène d'orange après l'opération, elle serait confrontée à une réaction de ses concurrents, qui serait très similaire à celle à laquelle elle serait confrontée si elle essayait de mettre en œuvre une stratégie anticoncurrentielle sur les marchés du jus d'orange (voir la section IV.2.5).

IV.3.2.4. Conclusion

(283) Au vu des considérations énoncées à la section IV.3.2.3 et de l'absence d'inquiétudes exprimée par les clients des parties contactés pendant l'enquête sur le marché au sujet des effets potentiels de l'opération envisagée sur la production et la fourniture de d-limonène de qualité technique, il est possible de conclure que la concentration notifiée n'entravera pas de manière significative la concurrence effective, que ce soit sur le marché global de la fourniture de terpène d'orange (d-limonène) ou sur les sous-marchés potentiels du d-limonène de qualité alimentaire et du d-limonène de qualité technique.

²²⁰ Citrovita estime que les ventes mondiales de D-limonène de qualité technique en 2009 se sont élevées à [...] tonnes. L'estimation de Citrosuco s'élève à [...] tonnes. Voir la réponse aux demandes de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 17 février et du 11 mars 2011.

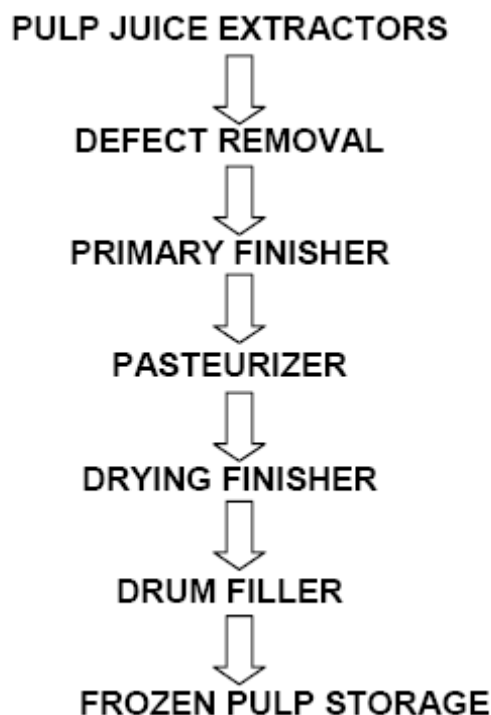
IV.3.3. Pulpe

- (284) Un autre sous-produit de la production de jus d'orange est la pulpe d'agrumes (également appelée «cellules d'orange»). Chacune des parties à l'opération envisagée produit de la pulpe d'agrumes. Selon les parties, certains clients préfèrent que le jus contienne de la pulpe. Pour ces clients, la pulpe est réintroduite dans le jus à une étape ultérieure²²¹. La partie de la pulpe qui n'est pas réintroduite est vendue séparément. La principale utilisation de la pulpe consiste à la mélanger avec le jus (FCOJ ou NFC) et avec les mélanges, afin d'ajouter de la texture et du corps au produit. Comme les parties l'ont noté, l'ajout de pulpe au jus lui donne un «*aspect de plus grande fraîcheur*» qui est apprécié par certains clients finals²²².
- (285) Une fois que les oranges sont passées à travers les extracteurs de jus, le jus pulpeux (environ 50 % du fruit) est filtré par des finisseurs qui séparent le jus de la pulpe. Le flux de jus est à nouveau filtré par centrifugation. Le flux de pulpe qui contient des morceaux de vésicules et de parois déchirés passe ensuite par les étapes de récupération de la pulpe et de lavage de la pulpe. Selon les parties, la production de cellules de pulpe congelées dépend de la demande du marché ainsi que des capacités des usines de transformation.
- (286) Dans le cas de la récupération de pulpe, le jus issu de l'extracteur passe à travers un système qui élimine les défauts et où les composants indésirables de la pulpe, tels que les pépins et les rags, sont éliminés. Le flux de pulpe ainsi nettoyé est ensuite concentré dans un finisseur. Comme le montre le diagramme 2, le produit est ensuite pasteurisé et refroidi avant d'être conditionné en fûts métalliques de 200 litres et stocké à -18 °C. Si les conditions de stockage sont respectées, le produit a une durée de conservation de 24 mois.

²²¹ Pour les ventes dans l'EEE, l'ajout de pulpe dans le jus a lieu dans les terminaux des parties (à Anvers et à Gand). Voir la réponse des parties à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 7 février 2011.

²²² Formulaire CO, p. 78-79. Selon les parties, les cellules de pulpe qui sont réintroduites dans le jus de cette manière peuvent être distinguées de la «pulpe de fond» qui fait partie intrinsèque du jus (8 à 12 %) et n'est pas réintroduite dans le jus. Voir la réponse des parties à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 18 janvier 2011.

Diagramme 2: Étapes de la production de pulpe



Source: formulaire CO, p. 79.

(287) Si la pulpe n'est pas récupérée à des fins commerciales, il est possible de laver la pulpe issue des derniers finisseurs et filtres avec de l'eau (d'où le nom de pulpe lavée) pour récupérer le «jus soluble». Selon les parties, le jus soluble est un jus qui ne peut pas être séparé de la pulpe pendant le procédé d'extraction mécanique. La pulpe extraite des finisseurs primaires et secondaires contient environ 80 % de jus. Ce jus soluble peut être récupéré par des procédures de lavage et de finition répétées, et peut, si la législation le permet, être mélangé avec le jus avant le processus de concentration. Les parties notent que la législation applicable en vigueur dans l'EEE permet l'ajout «en ligne» de pulpe lavée au jus avant la concentration. Par contre, dans le cas du jus direct ou du NFC, un tel ajout est interdit²²³. Selon les parties, lorsque la production de cellules de pulpe congelées n'est pas assurée, la pulpe est automatiquement lavée et filtrée plusieurs fois, puis les résidus sont envoyés vers la fabrique d'aliments en vue de la production de granulés de pulpe d'agrumes (voir la section IV.3.4 relative aux granulés de pulpe d'agrumes).

IV.3.3.1. **Marché de produits en cause**

(288) Les parties affirment qu'à leur connaissance, aucune décision de la Commission ne traite des définitions de marché dans ce secteur. Aux fins de l'affaire en cours, les parties proposent que le marché en cause soit celui de la pulpe vendue à des tiers.

²²³ La législation applicable en question est la directive 2001/112/CE du Conseil du 20 décembre 2001, citée dans la note de bas de page numéro 37. Voir la réponse des parties à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 18 janvier 2011.

(289) Les répondants à l'enquête sur le marché ont généralement confirmé qu'un marché de produits en cause distinct existe bien en ce qui concerne la pulpe, un des répondants indiquant qu'aucun produit de substitution n'existe et que la pulpe «*est le moyen naturel de 'créer' la sensation bucco-tactile*»²²⁴. D'autres embouteilleurs ont également insisté sur l'importance de la pulpe pour le jus de fruit final en termes de texture et parce qu'elle donne au client l'impression de boire du jus fraîchement pressé²²⁵. Étant donné les résultats de l'enquête sur le marché au sujet de l'absence de produits de substitution pour la pulpe, il est possible de conclure, aux fins de la présente décision, que la pulpe constitue un marché de produits en cause distinct.

IV.3.3.2. **Marché géographique en cause**

(290) Les parties font valoir que la pulpe d'agrumes est une marchandise qui fait l'objet d'échanges internationaux. Par conséquent, les parties considèrent que les marchés géographiques en cause s'étendent au monde entier même si les coûts de transport représentent une part plus importante du coût total du produit que pour l'huile et les essences d'orange²²⁶.

(291) L'enquête sur le marché n'a fourni aucune indication montrant que le prix de la pulpe pouvait varier entre les différentes parties à l'accord EEE. Cela suggère que le marché de la pulpe, comme les marchés de la fourniture d'ingrédients à l'industrie agroalimentaire et comme le marché des fruits à l'importation/production tels qu'ils sont envisagés dans des décisions antérieures de la Commission, s'étend à l'ensemble de l'EEE²²⁷. Une telle conclusion est également conforme à la conclusion émise au sujet de l'étendue géographique du marché du jus d'orange.

(292) Les informations relatives à la pulpe d'agrumes recueillies pendant l'enquête sur le marché indiquent que l'EEE bénéficie, outre les importations de pulpe d'agrumes en provenance du Brésil, d'importations non négligeables en provenance des États-Unis²²⁸. Même si cette information ne permet pas, en elle-même, de conclure que le

²²⁴ Voir les réponses à la question 13 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 1er février 2011, adressée aux acheteurs d'huiles et d'essences.

²²⁵ Voir les réponses à la question 51 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011, adressée aux acheteurs de jus d'orange.

²²⁶ Voir la réponse à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil u vendredi 11 mars 2011.

²²⁷ Voir la décision de la Commission dans l'affaire n° COMP/M.4323 - *Arla/Ingman Foods* - (pour les ingrédients alimentaires), JO C 24 du 2.2.2007; décision de la Commission du 8 février 2008 dans l'affaire n° COMP/M.4896 - *CVC Capital Partners/Katope International* - JO C 87 du 8.4.2008 et décision de la Commission du 30 mai 2006 dans l'affaire n° COMP/M.4216 - *CVC/Bocchi/De Weide Blik* - (pour les fruits), JO C 151 du 29.6.2006.

²²⁸ Citrusuco note que la Floride et le Brésil ont des périodes de cultures différentes puisque les deux régions sont situées, respectivement, dans l'hémisphère nord et dans l'hémisphère sud, ce qui signifie que les cellules de pulpe qui viennent de Floride sont produites pendant la saison creuse brésilienne. Par conséquent, les deux productions se complètent du point de vue logistique et du point de vue de la chaîne d'approvisionnement, ce qui signifie que les clients peuvent s'approvisionner en cellules de pulpe depuis les deux régions, car cela se traduit par des gains d'efficacité pour la chaîne d'approvisionnement des

marché de la pulpe s'étend au-delà de l'EEE, elle vient néanmoins étayer les déclarations des parties soumises dans le formulaire CO selon lesquelles le commerce du produit est de nature internationale. Dans le même temps, la majorité des répondants à l'enquête sur le marché ont indiqué que le prix de la pulpe (comme celui d'autres sous-produits) ne varie pas de manière significative entre l'EEE et le reste du monde, ce qui suggère que l'étendue du marché géographique en cause de la pulpe pourrait, de fait, être mondiale²²⁹.

(293) Toutefois, sachant que la concentration envisagée ne soulève pas d'inquiétudes quelle que soit la définition du marché géographique choisie, la délimitation précise du marché géographique en cause peut être laissée en suspens aux fins de la présente décision.

IV.3.3.3. Appréciation sous l'angle de la concurrence

(294) Citrusuco produit de la pulpe dans ses usines du Brésil et des États-Unis²³⁰. Citrovita produit de la pulpe dans deux de ses trois usines de transformation d'orange au Brésil²³¹.

(295) L'enquête sur le marché a confirmé que les principaux acheteurs de pulpe dans l'EEE sont les embouteilleurs et les mélangeurs de jus d'orange. Toutefois, dans le même temps, l'enquête sur le marché a montré que ces clients n'utilisent aucun schéma clairement établi pour s'approvisionner en pulpe. Par exemple, alors que certains clients l'achètent en même temps que le jus, d'autres l'achètent séparément. En outre, les clients comme les embouteilleurs et les mélangeurs peuvent acheter la pulpe auprès de fournisseurs autres que leur principal fournisseur de jus.

(296) Lors de la notification de la concentration envisagée, les parties ont fait valoir qu'elles n'étaient pas en mesure d'estimer la taille du marché total de vente de pulpe dans l'EEE. Dans le même temps, même si elles suggèrent que le marché géographique en cause pourrait s'étendre au-delà de l'EEE, elles n'ont fourni aucune information pour étayer cette déclaration. Chacune des parties à la concentration envisagée a donc fourni, dans la notification, ses propres estimations au sujet des ventes de pulpe à l'EEE par les producteurs brésiliens de jus d'orange, ainsi que leurs estimations de

cellules de pulpe de Citrusuco en Europe. Voir la réponse de Citrusuco à la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 7 février 2011.

²²⁹ Voir les réponses à la question 48 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 31 janvier 2011, adressée aux acheteurs de jus d'orange.

²³⁰ Citrusuco estime sa capacité de production de pulpe à [...] tonnes au Brésil et à [...] tonnes aux États-Unis.

²³¹ Citrovita dispose d'une usine de pulpe dans ses installations de transformation d'oranges de Matão et d'Araras dont la capacité théorique maximale combinée de récupération de pulpe s'élève à [...] tonnes par saison. Citrovita ne dispose pas d'équipement de récupération de la pulpe dans son usine de Catanduva car le volume de cellules d'orange produit dans ses deux autres usines suffit à satisfaire ses besoins commerciaux. Citrovita estime qu'il lui faudrait investir environ [...] millions d'EUR pour installer une usine de récupération de pulpe d'une capacité de production annuelle de 15 000 tonnes, mais ne prévoit pas de le faire car la demande est plutôt limitée. Voir la réponse aux demandes de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 18 janvier et du 11 mars 2011.

parts de marché, en volume et en valeur, sur la base de la taille totale du marché ainsi obtenue. Toutefois, les parties faisaient alors remarquer que la taille totale du marché était probablement plus importante puisqu'elle aurait dû inclure les ventes de pulpe de toutes origines et que, par conséquent, les parts de marché indiquées dans le formulaire CO surestimaient la position réelle des parties sur le marché.

(297) Pendant la procédure, les parties ont fourni des estimations révisées de la taille du marché total de la pulpe au niveau de l'EEE et au niveau mondial, ainsi que des estimations de leurs propres parts de marché et de celles de leurs principaux concurrents. Sur la base des estimations des parties, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché de [20-30]* % pour les ventes de pulpe dans l'EEE, en volume et en valeur²³². Elle viendrait en deuxième position derrière LDC ([50-60]* % à [60-70]* % de part de marché) mais devant Cutrale ([5-10]* % à [10-20]* %). Il resterait aux autres fournisseurs, y compris ceux de l'EEE, une part de marché d'environ 10 %.

Tableau 7: Estimations des parts de marché des parties sur le marché de la pulpe dans l'EEE en 2009

	Estimations de Citrovia	Estimations de Citrosuco
Citrovia	[5-10]* %	[5-10]*%
Citrosuco	[10-20]*%	[10-20]*%
Combinés	[20-30]* %	[20-30]*%
Cutrale	[10-20]*%	[5-10]*%
LDC	[50-60]* %	[60-70]* %
Autres	[5-10]*%	[10-20]*%

Source: Réponse aux demandes de renseignements de la Commission du 7 février 2011 et du 11 mars 2011.

(298) Au niveau mondial, la taille totale du marché de la pulpe en 2009 se situait, selon les parties, entre 200 000 et 300 000 tonnes²³³. Sur cette base et selon les parties, l'entité concentrée disposerait d'une part de marché de [10-20]* % à [20-30]* %, chiffre qui, à lui seul, ne soulève pas d'inquiétudes en termes de concurrence. L'entité issue de la concentration continuerait à subir la concurrence d'autres fournisseurs de pulpe, notamment Cutrale ([20-30]* % à [20-30]*%), LDC ([10-20]*% à [10-20]*%) et d'autres petits producteurs y compris certains situés dans l'EEE.

(299) L'enquête sur le marché a montré que la plupart des acheteurs de pulpe estiment que l'opération envisagée ne conduira pas à une réduction de la quantité de pulpe mise sur le marché. Plusieurs de ces clients notent également que la quantité de pulpe présente sur le marché dépend du nombre d'oranges transformées en jus, ce qui confirme le lien étroit qui existe entre la production de jus et la coproduction de sous-produits. Par conséquent, si l'entité issue de la concentration tentait d'augmenter les prix et/ou de

²³² Chacune des parties est partie du principe que les prix de ses concurrents étaient similaires, ce qui signifie que les estimations de parts de marché fournies par chacune des parties ne varient pas en pourcentage, que les calculs soient basés sur les volumes ou sur les valeurs.

²³³ L'estimation de Citrovia est de [...] tonnes de pulpe vendue au niveau mondial en 2009. L'estimation de Citrosuco s'élève à [...] tonnes. Voir la réponse aux demandes de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 17 février et du 11 mars 2011.

limiter la production de la pulpe après l'opération, elle serait confrontée à une réaction de ses concurrents, qui serait très similaire à celle à laquelle elle devrait faire face si elle essayait de mettre en œuvre une stratégie anticoncurrentielle sur les marchés du jus d'orange (voir la section IV.2.5). En outre, l'enquête sur le marché a confirmé qu'il n'existe aucune différence majeure en termes de qualité ou d'autres caractéristiques entre la pulpe produite par les parties à l'opération envisagée et la pulpe produite par leurs concurrents, ce qui suggère qu'il est relativement facile pour les clients de changer de fournisseur²³⁴.

IV.3.3.4. Conclusion

(300) Au vu des considérations énoncées à la section IV.3.3.3 et de l'absence d'inquiétudes exprimée par les clients des parties contactés pendant l'enquête sur le marché en ce qui concerne les effets potentiels de l'opération envisagée sur la production et la fourniture de pulpe d'agrumes, il est possible de conclure que la concentration notifiée n'entraverait pas de manière significative la concurrence effective sur le marché de la fourniture de pulpe d'agrumes.

IV.3.4. Granulés de pulpe d'agrumes

(301) Destinés à l'alimentation animale, les granulés de pulpe d'agrumes sont produits à partir des déchets d'écorce, de pulpe et de pépin issus du processus de production du jus d'orange. Ces résidus d'écorce et de membranes provenant des extracteurs de jus constituent la principale catégorie de déchets du procédé de transformation et représentent environ 40 % à 50 % de la masse humide des fruits²³⁵. Étant donné les vastes quantités de déchets générées par la production de jus de fruits, la production des granulés de pulpe d'agrumes a lieu dans les mêmes usines de transformation que celles utilisées pour la production du jus.

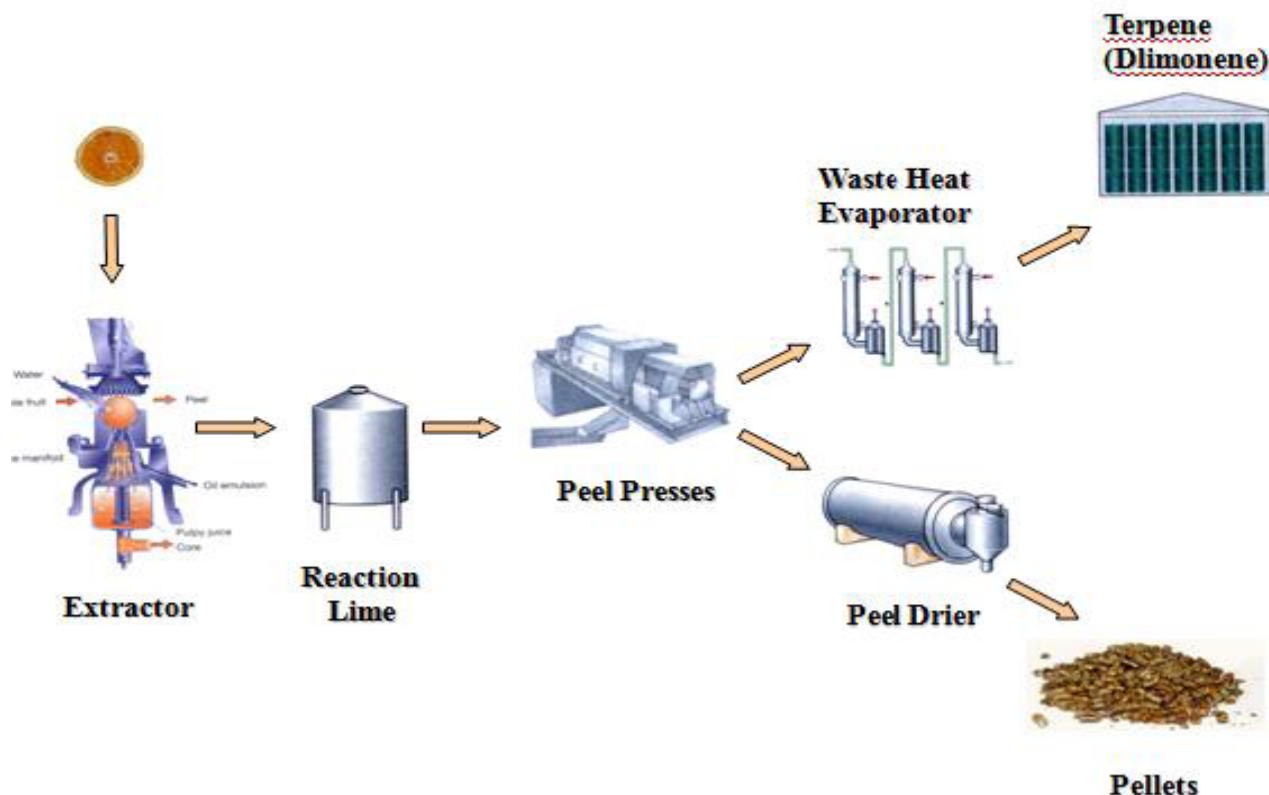
(302) Le processus commence par l'ajout d'un liant adapté, tel que de la mélasse, de la graisse ou de l'argile colloïdal aux déchets d'écorce, de pulpe et de pépins. L'ensemble est ensuite pressé et passe à travers un réacteur dans lequel les ingrédients sont mélangés. Cette réaction, qui est provoquée par l'ajout de chaux, entraîne la séparation de l'eau et du reste du mélange. Le mélange restant passe ensuite dans une presse. Ce procédé de pressage donne naissance à une liqueur qui est ensuite concentrée dans un évaporateur pour donner naissance à du terpène d'agrumes. Le résidu solide de l'opération de pressage (également appelé «tourteau de pression») est ensuite soumis à un processus de séchage à des températures allant de 80 °C à 100 °C dans un séchoir cylindrique rotatif. Après séchage, le produit est pressé à haute pression dans une unité de granulation avant d'être refroidi et stocké dans des silos métalliques fermés en vue de sa commercialisation²³⁶.

²³⁴ Voir les réponses à la question 9 de la demande de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 25 novembre 2010, adressée aux acheteurs d'huiles et d'essences.

²³⁵ *Handbook of citrus by-products and processing technology*, 1999, Robert J Braddock, p. 135.

²³⁶ Formulaire CO, p. 71.

Production Flowchart of Citrus Pulp Pellets



Source: formulaire CO, annexe 6.12

IV.3.4.1. Marché de produits en cause

(303) Les parties affirment que le marché de produits en cause en l'espèce est le marché de l'alimentation animale en général et citent une décision antérieure de la Commission (*Cargill/Agribands*) dans laquelle le point de vue des parties à la concentration qui était, alors, que le marché des produits en cause devait être considéré comme étant «*tous les produits destinés à l'alimentation animale, sans qu'aucune autre distinction ne soit nécessaire*» avait été confirmé par l'enquête sur le marché²³⁷.

(304) Toutefois, la Commission a étudié les marchés de l'alimentation animale dans plusieurs décisions ultérieures à la décision *Cargill/Agribands*. Dans *CVC/PAI Europe/Provimi* et *Nutreco/BASF*, par exemple, la Commission a trouvé des preuves de l'existence de plusieurs marchés de produits plus restreints au sein de la catégorie de l'alimentation animale²³⁸.

²³⁷ Décision de la Commission du 19 février 2001 dans l'affaire n° COMP/M.2271 – *Cargill/Agribands* – JO C 74 du 7.3.2001.

²³⁸ Dans la décision de la Commission du 28 octobre 2002 dans l'affaire n° COMP/M.2956 - *CVC/PAI Europe/Provimi* – JO C 300 du 4.12.2002, la Commission a décrit l'alimentation animale (également appelée «composés» ou «aliments complets») comme se composant de deux ingrédients principaux: les matières premières agricoles (principalement des céréales) et les pré-mélanges (c'est-à-dire les additifs alimentaires) qui contiennent des additifs alimentaires de valeur nutritionnelle plus élevée que les matières premières agricoles. La Commission a envisagé l'existence de marchés séparés en aval (c'est-à-dire pour

- (305) En l'espèce, l'enquête sur le marché a montré que les granulés de pulpe d'agrumes sont donnés presque exclusivement aux bovins de boucherie et aux vaches laitières, généralement dans le cadre d'un mélange grossier (avec un ou deux autres aliments pour animaux) ou sous forme d'ingrédients dans un aliment composé. Les granulés de pulpe d'agrumes ne semblent pas être adaptés, au moins en quantités significatives, à l'alimentation d'autres ruminants ou animaux à cause de leur teneur élevée en fibres. Cela semble indiquer qu'il pourrait être envisageable de segmenter le marché global de l'alimentation animale en fonction du type d'animal correspondant à un produit.
- (306) Toutefois, dans le même temps, l'enquête sur le marché a également montré que les granulés de pulpe d'agrumes peuvent facilement être remplacés dans l'alimentation des bovins par un certain nombre d'autres aliments pour animaux comme les pellicules de soja ou la pulpe de betterave. Cela permet de suggérer que les granulés de pulpe d'agrumes, en tant que tels, ne constituent pas un marché de produits en cause, mais qu'ils font partie d'un marché plus large comprenant ces autres aliments pour animaux. Aux fins de l'affaire en cours, il n'est cependant pas nécessaire de tirer des conclusions quant à la définition précise du marché de produits en cause puisque cela n'affecte pas les résultats de l'appréciation de l'opération notifiée sous l'angle de la concurrence.

IV.3.4.2. Marché géographique en cause

- (307) Les parties font valoir que les granulés de pulpe d'agrumes sont une marchandise qui fait l'objet d'échanges internationaux. Par conséquent, elles considèrent que les marchés géographiques en cause sont d'envergure mondiale.
- (308) Des décisions antérieures au sujet des produits agricoles de base ont montré que les marchés s'étendaient au moins à l'ensemble de l'EEE²³⁹. En l'espèce, l'enquête sur le marché a montré que les granulés de pulpe d'agrumes font, en effet, l'objet d'échanges internationaux et qu'il n'existe pas d'entraves à leur importation dans l'EEE ou à leur distribution subséquente dans les États membres. Toutefois, aux fins de la présente décision, l'étendue précise du marché géographique en cause peut être laissée en suspens car elle n'entrave en rien l'appréciation sous l'angle de la concurrence.

les aliments complets/composés) pour les aliments pour poissons et les aliments pour animaux domestiques, mais a fini par laisser la question en suspens aux fins de la décision.

Dans la décision de la Commission du 25 septembre 2007 dans l'affaire n° COMP/4617 - *Nutreco/BASF* – JO C 277 du 20.11.2007, lors de l'analyse de la définition du marché pour les mélanges destinés aux animaux, la Commission a envisagé l'existence de marchés de produits séparés pour les mélanges de base et les pré-mélanges, conformément aux conclusions obtenues dans la décision de la Commission du 29 juillet 2003 dans l'affaire n° COMP/M.3177 - *BASF/Glon-Sanders/JV* – JO C 241 du 8.10.2003. L'enquête sur le marché a également montré que des marchés distincts existent peut-être au niveau des mélanges d'aliments pour animaux domestiques et des mélanges d'aliments pour poissons, même si la définition précise des marchés des mélanges d'aliments pour animaux a été laissée en suspens.

²³⁹ Voir, par exemple, la décision de la Commission dans l'affaire IV/M.1376 – *Cargill/Continental Grain*, 3.2.1999, paragraphe 17.

IV.3.4.3. Appréciation sous l'angle de la concurrence

- (309) L'enquête sur le marché a montré que les granulés de pulpe d'agrumes sont donnés principalement (mais pas exclusivement) aux bovins de boucherie et aux vaches laitières, généralement dans le cadre d'un mélange grossier (avec un ou deux autres aliments pour animaux) ou sous forme d'ingrédients dans un aliment composé. Les granulés de pulpe d'agrumes ne semblent pas être adaptés, au moins en quantités significatives, à l'alimentation d'autres ruminants ou animaux à cause de leur teneur élevée en fibres que les bovins peuvent, eux, digérer dans leur panse (c'est-à-dire dans leur premier estomac).
- (310) Les granulés de pulpe d'agrumes ne se conservent pas très bien à long terme et sont généralement commercialisés pendant la période de culture et consommés moins de six mois après leur date de production. L'enquête sur le marché a montré que lorsque la principale saison de récolte des oranges se termine au Brésil, généralement à la fin de l'année civile, les acheteurs de granulés de pulpe d'agrumes de l'EEE s'approvisionnent en granulés aux États-Unis (Floride), région qui possède une période de récolte différente de celle du Brésil puisqu'elle est située dans l'hémisphère Nord.
- (311) Selon les parties, la production annuelle totale de granulés de pulpe d'agrumes au Brésil se situe entre 1 million et 1,4 million de tonnes. Sur cette quantité, environ 600 000 tonnes sont exportées vers l'Europe à partir du port de Santos, le reste étant vendu sur le marché national, même si cette proportion, ainsi que le volume global de production, peut varier d'une année à l'autre en fonction, par exemple, de la quantité d'oranges transformée²⁴⁰.
- (312) Les principaux clients européens des parties pour les granulés de pulpe d'agrumes sont de grands négociants comme [...]*, qui sont spécialisés dans l'achat et dans la fourniture de divers produits agricoles de base à des fabricants d'aliments composés pour animaux.
- (313) Lors de la notification de la concentration envisagée, les parties ont fait valoir qu'elles n'étaient pas en mesure d'estimer la taille du marché total de la vente de granulés de pulpe d'agrumes dans l'EEE. Dans le même temps, même si elles suggèrent que le marché géographique en cause pourrait s'étendre au-delà de l'EEE, elles n'ont fourni aucune information pour étayer cette déclaration. Chacune des parties à la concentration envisagée a donc fourni, dans la notification, ses propres estimations au sujet des ventes de granulés de pulpe d'agrumes à l'EEE par les producteurs brésiliens de jus d'orange, ainsi que leurs estimations de parts de marché, en volume et en valeur, sur la base de la taille totale du marché ainsi obtenue. Toutefois, les parties faisaient alors remarquer que la taille totale du marché était probablement plus importante puisqu'elle aurait dû inclure les ventes de granulés de pulpe d'agrumes de

²⁴⁰ Le chiffre de 600 000 tonnes a également été cité par un des répondants à l'enquête sur le marché. Ce répondant a également indiqué que le volume de granulés de pulpe d'agrumes importé dans l'EEE depuis le Brésil a chuté ces 10 dernières années (il atteignait auparavant plus d'un million de tonnes) à cause des réformes de la politique agricole commune de l'Union qui a rendu le prix des céréales européennes plus compétitif et donc plus attractif pour les clients européens. Voir les minutes non confidentielles d'une conférence téléphonique avec Toepfer International, 29 novembre 2010.

La GAFTA a également fourni des données sur les volumes d'importation de granulés de pulpe d'agrumes depuis le Brésil qui, à son avis, relèvent du code CN 23 08 00 40. Ces données montrent que les importations brésiliennes relevant de ce code s'élevaient à 620 000 tonnes en 2009.

toutes origines et que, par conséquent, les parts de marché indiquées dans le formulaire CO surestimaient la position réelle des parties sur le marché.

- (314) À la suite de la notification de la concentration envisagée, les parties ont fourni des estimations révisées de la taille du marché total des granulés de pulpe d'agrumes au niveau de l'EEE et au niveau mondial, ainsi que des estimations de leurs propres parts de marché et de celles de leurs principaux concurrents. Sur la base de ces estimations, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché de [30-40]* % à [40-50]* % pour les ventes de granulés de pulpe d'agrumes dans l'EEE, en volume et en valeur²⁴¹. Elle viendrait en deuxième position derrière Cutrale ([50-60]* % à [50-60]* % de part de marché) mais devant LDC ([5-10]* % à [5-10]* %).

Tableau 8: Estimations des parts de marché des parties sur le marché des granulés de pulpe d'agrumes dans l'EEE en 2009

Volume (tonnes)	Estimations de Citrovita		Estimations de Citrosuco	
Citrovita	[...]*	[10-20]* %	[...]*	[10-20]*%
Citrosuco	[...]*	[20-30]* %	[...]*	[20-30]*%
Combinés	[...]*	[30-40]* %	[...]*	[40-50]* %
Cutrale	[...]*	[50-60]* %	[...]*	[50-60]*%
LDC	[...]*	[5-10]* %	[...]*	[5-10]*%
Autres origines (à l'exclusion du Brésil)	[...]*	[5-10]*%	[...]*	[0-5]* %
Total	[...]*		[...]*	

Réponse aux demandes de renseignements de la Commission du 7 février 2011 et du 11 mars 2011.

- (315) Au niveau mondial, la taille totale du marché des granulés de pulpe d'agrumes en 2009 se situait, selon les parties, aux alentours de 2,2 millions de tonnes²⁴². Sur cette base et selon les parties, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché d'environ [20-30]* % à [20-30]*%. L'entité issue de la fusion continuerait à subir la concurrence d'autres fournisseurs importants tels que Cutrale ([20-30]*% à [20-30]*%) et LDC ([10-20]* %) qui disposent, chacun, de capacités de production de granulés de pulpe d'agrumes au Brésil et aux États-Unis.

- (316) En tout état de cause, l'enquête sur le marché a confirmé que les granulés de pulpe d'agrumes sont en concurrence avec un certain nombre d'autres aliments pour animaux dans la composition des rations alimentaires des bovins, notamment les pellicules de soja, les granulés de pulpe de betteraves et les granulés de palme. Les répondants ont confirmé que le prix des granulés de pulpe d'agrumes doit rester compétitif par rapport aux autres aliments pour animaux, sans quoi les clients changent facilement de produit. À cet égard, l'enquête sur le marché a montré que les clients situés en aval, tels que les producteurs d'aliments composés, sont en mesure de

²⁴¹ Chacune des parties est partie du principe que les prix de ses concurrents étaient similaires, ce qui signifie que les estimations de parts de marché fournies par chacune des parties ne varient pas en pourcentage, que les calculs soient basés sur les volumes ou sur les valeurs.

²⁴² L'estimation de Citrovita est de [...]* tonnes de granulés de pulpe d'agrumes vendues au niveau mondial en 2009. L'estimation de Citrosuco s'élève à [...]*tonnes. Voir la réponse aux demandes de renseignements de la Commission en vertu de l'article 11 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 17 février et du 11 mars 2011.

changer de produit (pour passer des granulés de pulpe d'agrumes à d'autres aliments pour animaux) relativement facilement et à moindre coût, car ils peuvent varier les ingrédients utilisés pour parvenir à un produit final spécifique. De fait, l'enquête sur le marché a montré que ces clients disposent de programmes informatiques sophistiqués qui leur permettent de sélectionner les matières premières les moins onéreuses pour la réalisation d'un aliment standard spécifique.

- (317) La conclusion établie au considérant précédent viendrait étayer la conclusion préliminaire selon laquelle le marché de produits en cause ne se limite pas aux granulés de pulpe d'agrumes puisqu'il comprendrait également un certain nombre d'autres aliments pour animaux. Cela signifierait que la position de l'entité issue de la concentration sur le marché en cause serait largement inférieure à sa position basée uniquement sur les ventes de granulés de pulpe d'agrumes, puisque l'entité issue de la concentration n'exerce pas sur le marché de la fourniture des aliments pouvant se substituer aux granulés de pulpe d'agrumes.
- (318) Les données obtenues pendant l'enquête sur le marché et relatives à la consommation d'aliments pour animaux dans l'Union indiquent que le volume de granulés de pulpe d'agrumes consommé n'est pas significatif par rapport à certains des autres aliments avec lesquels les granulés sont en concurrence. Par exemple, en prenant les granulés de pulpe de betterave comme comparateur, les données indiquent que le volume de granulés de pulpe d'agrumes consommé (900 000 tonnes) représente moins d'un cinquième du volume de granulés de pulpe de betteraves consommé (4 950 000 tonnes)²⁴³. Par conséquent, le fait d'élargir le marché de produits en cause à ces deux produits uniquement (granulés de pulpe d'agrumes et granulés de pulpe de betterave) aurait pour effet de réduire de manière significative la position combinée des parties sur le marché²⁴⁴.
- (319) Comme indiqué au considérant (309), les granulés de pulpe d'agrumes sont surtout donnés aux bovins, généralement sous forme d'ingrédient d'un aliment composé. L'enquête sur le marché s'est donc renseignée sur la taille du marché de l'Union des aliments composés pour bovins et sur la place que tiennent les granulés de pulpe d'agrumes comme matière première dans leur production («niveau d'inclusion»).
- (320) Selon une source de l'industrie, le volume de production d'aliments composés pour bovins dans l'Union ces dernières années se situe aux environs de 36 millions de tonnes²⁴⁵. Sachant que le volume de granulés de pulpe d'agrumes se situe, selon plusieurs sources, aux environs de un million de tonnes, il représente moins de 3 % de la production d'aliments composés pour bovins, en termes de volume. Sur la base de

²⁴³ Voir l'analyse du marché de Toepfer International, février 2010, p. 11.

²⁴⁴ Sur la base des données fournies par les parties et de l'analyse de marché de Toepfer International, l'entité issue de la concentration disposerait d'une part de marché de moins de 5 % en volume, sur un marché en cause associant les granulés de pulpe d'agrumes et les granulés de pulpe de betterave. L'adéquation de l'utilisation des granulés de pulpe de betterave comme comparateur a également été confirmée par la GAFTA qui note que les granulés de pulpe d'agrumes sont similaires aux granulés de pulpe de betterave en termes de teneur en fibres digestives, d'énergie et de sucre en fermentation, même si leur teneur en protéines est plus faible. La GAFTA a également mentionné le son de blé et les pellicules de soja comme produits concurrents.

²⁴⁵ Voir l'analyse du marché de Toepfer International, février 2010, p. 5. Un autre répondant à l'enquête sur le marché estime également que la production totale d'aliments pour bovins se situe aux environs de 35 à 40 millions de tonnes.

ce calcul, il est évident que le niveau d'inclusion des granulés de pulpe d'agrumes dans la production d'aliments composés pour bovins dans l'Union est relativement faible. De même, il est possible de montrer, en se basant sur les propres données des parties relatives à leurs ventes combinées de granulés de pulpe d'agrumes dans l'EEE en 2009 (moins de [...]*) tonnes), que leur part sur un hypothétique marché des aliments composés pour bovins serait inférieure à [0-5]* %.

IV.3.4.4. Conclusion

(321) Compte tenu des éléments exposés dans la section IV.3.4.3 et de l'absence d'inquiétudes exprimée par les clients des parties contactés pendant l'enquête réalisée sur le marché en ce qui concerne les effets potentiels de l'opération envisagée sur la production et la fourniture de granulés de pulpe d'agrumes, il est possible de conclure que la concentration notifiée n'entraverait pas de manière significative l'exercice d'une concurrence effective sur le marché de la fourniture de granulés de pulpe d'agrumes.

IV.3.5. Conclusion relative aux sous-produits

(322) Sur la base de ce qui précède, il est possible de conclure que la concentration notifiée n'aura pas pour effet d'entraver de manière significative l'exercice d'une concurrence effective sur les différents marchés des sous-produits de la transformation des oranges en jus.

V. CONCLUSION

(323) En conséquence, il est possible de conclure que l'opération notifiée n'entravera pas de manière significative l'exercice d'une concurrence effective sur le marché intérieur ou sur une partie substantielle de celui-ci.

A ADOPTÉ LA PRÉSENTE DÉCISION:

Article premier

L'opération notifiée, par laquelle Votorantim and Fischer acquerraient le contrôle commun d'une entreprise commune nouvellement créée, née de la fusion de leurs filiales respectives Citrovita et Citrosuco, au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), et de l'article 3, paragraphe 4, du règlement sur les concentrations, est donc déclarée compatible avec le marché intérieur et avec le fonctionnement de l'accord EEE.

Article 2

Les entreprises suivantes sont destinataires de la présente décision:

FISCHER S/A
Com. Ind. e Agricultura
Rua Joao Pessoa, 305, Centro
Matao, 15990-902
SP-Brésil

et

VOTORANTIM INDUSTRIAL SA
Rua Amauri, n°255, 13° andar
São Paulo, SP
Brésil

Fait à Bruxelles, le 4 mai 2011

Par la Commission

(signé)
Joaquín ALMUNIA
Vice-président

TABLE DES MATIÈRES

I.	LES PARTIES.....	2
II.	L'OPÉRATION ET LA CONCENTRATION	2
III.	LA DIMENSION DE L'OPERATION S'ETEND A L'UNION.....	3
IV.	APPRÉCIATION SOUS L'ANGLE DE LA CONCURRENCE	3
IV.1.	Introduction	3
IV.2.	Jus d'orange.....	5
IV.2.1.	Production et fourniture de FCOJ et de NFC	5
IV.2.1.1.	Approvisionnement en oranges	5
IV.2.1.2.	La transformation des oranges.....	7
IV.2.1.3.	Transport et stockage du jus d'orange.....	7
IV.2.1.4.	Clients et produit final	9
IV.2.2.	Description générale du commerce du jus d'orange et des principaux transformateurs	10
IV.2.3.	Marché de produits en cause	12
IV.2.3.1.	Jus d'orange/autres jus de fruits	13
IV.2.3.1.1.	Substituabilité de la demande.....	14
IV.2.3.1.2.	Substituabilité du côté de l'offre	17
IV.2.3.1.3.	Évaluation du rapport économique soumis par les parties.....	18
IV.2.3.1.3.1.	Analyse des données relatives au commerce de gros.....	19
IV.2.3.1.3.1.1.	Analyse des données relatives au commerce de détail.....	21
IV.2.3.1.4.	Conclusion.....	23
IV.2.3.2.	Jus d'orange: FCOJ / NFC	23
IV.2.3.2.1.	Substituabilité de la demande.....	23
IV.2.3.2.2.	Substituabilité du côté de l'offre	25
IV.2.3.2.3.	Conclusion.....	28
IV.2.3.3.	Conclusion sur la définition du marché de produits.....	28
IV.2.4.	Marché géographique en cause	29
IV.2.5.	Appréciation sous l'angle de la concurrence	30
IV.2.5.1.	Structure du marché après l'opération	31
IV.2.5.2.	Effets non coordonnés	34
IV.2.5.2.1.	Degré de substituabilité des produits des parties à la concentration et de leurs concurrents	35
IV.2.5.2.2.	Report entre les fournisseurs et LDC et Cutrale comme alternatives aux parties après la concentration.....	36
IV.2.5.2.3.	Existence de capacités disponibles chez les concurrents des parties, ainsi que de goulets d'étranglement potentiels aux différents niveaux de la chaîne d'approvisionnement	40
IV.2.5.2.3.1.	Contraintes de capacité au niveau de l'approvisionnement	40
IV.2.5.2.3.2.	Contraintes de capacité au niveau de la transformation.....	45
IV.2.5.2.3.3.	Contraintes de capacité en termes de transport/logistique	47
IV.2.5.2.4.	Conclusion générale sur les effets non coordonnés	48
IV.2.5.3.	Effets coordonnés	48
IV.2.5.4.	Élimination de la concurrence potentielle sur le marché du NFC.....	51
IV.2.5.5.	Conclusions sur le(s) marché(s) du jus d'orange	54
IV.3.	Sous-produits de la transformation du jus d'orange.....	54
IV.3.1.	Huiles et essences d'orange.....	55
IV.3.1.1.	Marchés de produits en cause.....	56
IV.3.1.2.	Marchés géographiques en cause	59

IV.3.1.3.	Appréciation sous l'angle de la concurrence	60
IV.3.1.4.	Conclusion.....	64
IV.3.2.	Terpène d'orange (d-limonène).....	64
IV.3.2.1.	Marché de produits en cause	65
IV.3.2.2.	Marché géographique en cause	66
IV.3.2.3.	Appréciation sous l'angle de la concurrence	67
IV.3.2.4.	Conclusion.....	68
IV.3.3.	Pulpe.....	69
IV.3.3.1.	Marché de produits en cause	70
IV.3.3.2.	Marché géographique en cause	71
IV.3.3.3.	Appréciation sous l'angle de la concurrence	72
IV.3.3.4.	Conclusion.....	74
IV.3.4.	Granulés de pulpe d'agrumes	74
IV.3.4.1.	Marché de produits en cause	75
IV.3.4.2.	Marché géographique en cause	76
IV.3.4.3.	Appréciation sous l'angle de la concurrence	77
IV.3.4.4.	Conclusion.....	80
IV.3.5.	Conclusion relative aux sous-produits.....	80
V.	CONCLUSION	80