Résumé de la décision de la Commission

du 17 juillet 2015

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

(Affaire M.7408 — Cargill/ADM Chocolate Business)

[notifiée sous le numéro C(2015) 4840 final]

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

(2017/C 232/13)

Le 17 juillet 2015, la Commission a adopté une décision dans une affaire de concentration en application du règlement (CE) nº 139/2004 du Conseil du 20 janvier 2004 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises [1]*, et notamment de son article 8, paragraphe 2. Une version non confidentielle du texte intégral de la décision dans la langue faisant foi se trouve sur le site internet de la direction générale de la concurrence, à l'adresse suivante: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html.*

(1) Le 19 janvier 2015, la Commission a reçu notification, conformément à l'article 4 du règlement (CE) nº 139/2004 du Conseil, d'un projet de concentration par lequel l'entreprise Cargill, Incorporated («Cargill», États-Unis) acquiert le contrôle des activités de l'entreprise Archer Daniels Midland Company dans le secteur du chocolat industriel (l'«activité d'ADM dans le secteur du chocolat», États-Unis), par achat d'actions et d'actifs (l'«opération»). Cargill et l'activité d'ADM dans le secteur du chocolat sont ci-après conjointement dénommées les «parties».

I. LES PARTIES

(2) Cargill est une société américaine spécialisée dans la production et la commercialisation, à l'échelle internationale, de produits et de services liés à l'alimentation, à l'agriculture et à la gestion de risques. Elle produit et commercialise notamment du chocolat industriel, des produits d'enrobage et de fourrage à base de matières grasses (y compris de la pâte de chocolat), ainsi que des produits semi-finis à base de cacao utilisés dans la production de chocolat industriel.

(3) L'activité d'ADM dans le secteur du chocolat consiste en la production et la vente de chocolat industriel et de produits d'enrobage et de fourrage à base de matières grasses, y compris la pâte de chocolat. La maison mère, Archer Daniels Midland Company, produit et vend également des produits semi-finis à base de cacao (l'«activité d'ADM dans le secteur du cacao»). Archer Daniels Midland Company a conclu un contrat avec Olam International Limited («Olam») pour la vente de son activité dans le secteur du cacao [2]. L'activité d'ADM dans le secteur du cacao, en amont, serait donc acquise par Olam, tandis que l'activité d'ADM dans le secteur du chocolat, en aval, serait acquise par Cargill.

II. L'OPÉRATION

(4) Le 28 août 2014, les parties ont signé un contrat-cadre d'achat, en vertu duquel Cargill acquiert les actifs et les fonds propres constituant l'activité d'ADM dans le secteur du chocolat. À l'issue de l'opération, Cargill prend ainsi le contrôle exclusif de cette activité.

III. EXPOSÉ DES MOTIFS

(5) L'opération entraîne:

a) des chevauchements horizontaux dans la production et la vente de chocolat industriel;

b) la création de liens verticaux entre la production et la vente de produits semi-finis à base de cacao (en amont) et la production et la vente de chocolat industriel (en aval); et

c) des chevauchements horizontaux dans la production et la vente de pâte de chocolat.

A. LES MARCHÉS DE PRODUITS EN CAUSE

Présentation de la chaîne de valeur du chocolat/cacao

(6) Les fèves de cacao récoltées sont d'abord séchées puis laissées fermenter. Elles sont ensuite traitées et broyées pour produire de la liqueur de cacao. Cette liqueur peut ensuite être pressée, ce qui permet de séparer le beurre de cacao (~ 45 %) du tourteau de cacao (~ 55 %), qui, broyé, donne de la poudre de cacao. La liqueur de cacao et le beurre de cacao associés au sucre et à la poudre de lait sont les matières premières nécessaires à la production du chocolat industriel utilisé dans la fabrication de produits finis à base de chocolat (confiseries, biscuits, produits de boulangerie, glaces, céréales, etc.). Le chocolat industriel est livré au client soit sous forme liquide (en camions chauffés), soit sous forme solide.

[1] JO L 24 du 29.1.2004, p. 1.

[2] L'acquisition de l'activité d'ADM dans le secteur du cacao par Olam International Limited a été autorisée sans condition par la Commission européenne le 10 juin 2015 (voir l'affaire M.7510 – Olam/ADM Cocoa Business).

(7) Les produits d'enrobage et de fourrage à base de matières grasses sont composés de graisses végétales, de sucre et d'un ingrédient aromatisant. La pâte de chocolat est un produit d'enrobage et de fourrage à base de matières grasses aromatisé au cacao, qui est parfois utilisé à la place du chocolat dans la fabrication de produits finis en raison de ses propriétés spécifiques ou de son coût inférieur.

Chocolat industriel

(8) La Commission a pris connaissance d'éléments permettant de considérer que le chocolat industriel sous ses formes liquide et solide pourrait relever de marchés de produits distincts. Les utilisateurs de chocolat industriel, en particulier ceux qui en achètent plus de deux cents tonnes par an, ne peuvent généralement pas substituer le chocolat industriel liquide et le chocolat industriel solide. Le chocolat industriel liquide est moins cher et sa manipulation dans l'usine de transformation est plus facile et plus rapide. En outre, passer de la production de chocolat liquide à celle de chocolat solide nécessite d'investir dans des équipements supplémentaires et tous les fournisseurs ne sont pas capables de fournir du chocolat industriel sous ses deux formes. Néanmoins, la définition du marché de produits peut rester en suspens à cet égard, car l'appréciation sous l'angle de la concurrence serait la même quelle que soit la définition exacte de ce marché.

(9) La Commission a également envisagé d'établir une distinction entre le chocolat noir, le chocolat blanc et le chocolat au lait, ainsi qu'entre le chocolat industriel standard et le chocolat industriel non-standard (qui couvre le chocolat certifié, biologique et/ou traçable). La définition du marché de produits peut également rester en suspens à cet égard, car elle n'a pas d'effet sur le résultat de l'appréciation sous l'angle de la concurrence.

Produits semi-finis à base de cacao

(10) Se fondant sur sa pratique décisionnelle antérieure, la Commission considère que les produits semi-finis à base de cacao devraient être divisés en différents marchés de produits, couvrant la liqueur de cacao, le beurre de cacao et le tourteau/la poudre de cacao. En revanche, il n'est pas nécessaire de déterminer si les produits semi-finis à base de cacao standard et non-standard relèvent de marchés de produits distincts, car l'appréciation sous l'angle de la concurrence serait la même quelle que soit la définition exacte du marché de produits.

Produits d'enrobage et de fourrage à base de matières grasses/pâte de chocolat

(11) La Commission considère que la pâte de chocolat relève d'un marché de produits distinct de celui du chocolat industriel, en raison de différences concernant le prix, le goût et la consistance, ainsi que la réglementation qui s'y applique. L'autre question, à savoir la séparation éventuelle entre les marchés du chocolat industriel et celui d'autres produits de fourrage à base de matières grasses, peut rester en suspens, car l'appréciation sous l'angle de la concurrence serait la même quelle que soit la définition exacte du marché de produits.

B. **LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES EN CAUSE**

Chocolat industriel

(12) La Commission considère que le marché géographique en cause pour le chocolat industriel n'est pas l'EEE, mais correspond à des zones de chalandise circulaires, d'un rayon de 500 km, autour des usines des parties ou des clients des parties. Elle a également trouvé en l'espèce des éléments plaidant en faveur de marchés nationaux.

(13) Contrairement à ce que les parties avancent, la consultation des acteurs du marché a révélé plusieurs éléments indiquant que les caractéristiques physiques du chocolat industriel et celles de sa demande limitent la distance à laquelle le produit est expédié en pratique. La Commission a recueilli des données au niveau des transactions pour les années 2013 et 2014 auprès des parties et de leurs principaux concurrents sur le marché du chocolat industriel. Les caractéristiques de livraison qui ressortent de ces données montrent que 80 % du chocolat industriel est vendu dans un rayon d'environ 500 km. Par ailleurs, le chocolat liquide est transporté sur des distances relativement plus courtes que le chocolat solide. Une majorité de clients ont expliqué qu'ils recouraient à la livraison juste à temps, en particulier en raison de capacités de stockage limitées, et que, de ce fait, ils s'approvisionnaient en chocolat liquide auprès de fournisseurs relativement proches.

(14) L'enquête menée par la Commission a également révélé que les frontières nationales jouaient aussi un rôle dans les schémas d'approvisionnement et les livraisons de chocolat industriel. À titre d'exemple, la Commission a constaté que 70 % du chocolat liquide utilisé en Allemagne est produit en Allemagne. Ces chiffres sont encore plus élevés en France (76 %), au Royaume-Uni (90 %), aux Pays-Bas (86 %) et en Belgique (98 %) et montrent que les achats transfrontières des clients sont globalement limités.

(15) La définition du marché géographique peut cependant rester en suspens, car l'appréciation sous l'angle de la concurrence serait la même quelle que soit la définition exacte de ce marché.

Produits semi-finis à base de cacao

(16) Des éléments permettent de considérer que le marché géographique des produits semi-finis à base de cacao pourrait être, soit l'EEE, soit d'envergure mondiale. Toutefois, la définition du marché géographique peut rester en suspens, car l'appréciation sous l'angle de la concurrence serait la même quelle que soit la définition exacte de ce marché.

Produits d'enrobage et de fourrage à base de matières grasses/pâte de chocolat

(17) La définition du marché géographique des produits d'enrobage et de fourrage à base de matières grasses, y compris la pâte de chocolat, peut rester en suspens, car l'appréciation sous l'angle de la concurrence serait la même, que ce marché soit national ou qu'il corresponde aux zones de chalandise autour des usines des parties.

C. **APPRÉCIATION SOUS L'ANGLE DE LA CONCURRENCE**

Chevauchements horizontaux sur le marché du chocolat industriel en Allemagne

(18) L'entité issue de la concentration disposerait de parts de marché supérieures à [50-60] % au niveau national en Allemagne et au moins supérieures à [50-60] % (voire souvent supérieures à [50-60] % ou à [60-70] %) dans les différentes zones de chalandise définies autour des usines ou des clients qui pourraient être envisagées dans les régions de vente entourant les usines allemandes des parties. Par ailleurs, les marchés du chocolat industriel autour des usines allemandes des parties sont concentrés et l'opération entraînerait une hausse sensible des niveaux de concentration, tels que mesurés par l'indice IHH.

(19) La grande majorité des clients disposant d'installations de production en Allemagne qui ont participé à l'enquête sur le marché menée par la Commission se sont dits préoccupés par les répercussions de l'opération, notamment en ce qui concerne les hausses de prix. Certains concurrents ont confirmé que l'opération entraînerait des hausses de prix et de marges en raison de la diminution attendue de la concurrence.

(20) En ce qui concerne l'intensité de la concurrence entre les parties, la proximité géographique de leurs usines en Allemagne, leur intégration en amont pour l'approvisionnement en fèves de cacao, leurs activités dans la transformation d'ingrédients semi-finis à base de cacao, leur capacité à répondre à la demande du segment «grand volume» du marché, ainsi que leur taille et leur dimension mondiale aboutissent à un positionnement similaire pour Cargill et ADM en ce qui concerne la commercialisation de chocolat industriel.

(21) Les clients des parties situés dans les régions de vente entourant les usines allemandes des parties peuvent avoir des difficultés à se tourner vers d'autres fournisseurs et peuvent donc être vulnérables à une hausse de prix car i) les clients ont recours à plusieurs fournisseurs pour garantir la sécurité de leur approvisionnement et bénéficier de prix concurrentiels, ii) il existe peu d'autres fournisseurs disponibles et iii) beaucoup de ces autres fournisseurs présentent des insuffisances par rapport aux trois grands fournisseurs que sont Barry Callebaut et les parties, en raison de la petite taille de leurs usines de production, de leur portefeuille de produits limité, de leur rapport de concurrence avec des clients potentiels sur les marchés en aval, de la localisation de leurs usines de production et/ou de la qualité de leurs produits de chocolat industriel.

(22) En outre, les concurrents des parties dans les régions de vente entourant les usines allemandes des parties sont soumis à des contraintes de capacité et, de ce fait, ne sont actuellement pas capables d'augmenter leur volume de vente dans une mesure suffisante pour contrecarrer une hausse des prix potentielle par les parties après l'opération. Bien que le principal concurrent des parties, Barry Callebaut, prévoie actuellement d'accroître sa capacité en Europe de l'ouest, la Commission considère que cette augmentation ne lui fournira pas d'incitations supplémentaires pour contrecarrer une hausse du prix du chocolat liquide à l'issue de l'opération, étant donné que les principaux objectifs stratégiques de Barry Callebaut sont de développer ses activités sur les marchés émergents, dans le domaine de la sous-traitance pour de très gros clients comme Unilever ou Mondelez et dans le secteur des produits gastronomiques/de spécialité.

(23) En raison des obstacles à l'entrée et sur la base des informations échangées par la Commission avec des entrants potentiels désignés par les parties (notamment des producteurs de chocolat verticalement intégrés tels que Mondelez et Nestlé), la Commission considère qu'il est peu probable que de nouveaux acteurs s'installent sur le marché du chocolat industriel dans les régions de vente entourant les usines allemandes des parties. Par ailleurs, aucun élément ne permet de conclure à l'existence d'une puissance d'achat compensatrice suffisante, provenant notamment des acheteurs de chocolat industriel de petite et de moyenne taille, pour exercer une pression concurrentielle significative sur les parties.

Chevauchements horizontaux sur le marché du chocolat industriel dans d'autres pays

(24) La structure du marché en Belgique, en France, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni diffère considérablement de la structure du marché en Allemagne et dans les zones dans lesquelles les activités des usines allemandes des parties se chevauchent.

(25) Au Royaume-Uni, la part de marché cumulée des parties (environ 25 %) est plus faible et Barry Callebaut est le leader du marché, avec une part de marché de 66 %. Dans l'ensemble, les acteurs du marché britanniques ayant répondu à l'enquête n'ont pas mentionné d'incidence sur la concurrence découlant de l'opération, en raison de la faible importance des parts de marché cumulées et de la présence d'un concurrent puissant. La situation est la même en Belgique et aux Pays-Bas, où la structure de marché est similaire. En France, l'opération ne soulève pas de problème de concurrence, compte tenu de la faible présence d'ADM et de la position solide d'un autre fournisseur, Cémoi.

Liens verticaux entre les produits semi-finis à base de cacao et le chocolat industriel

(26) L'opération débouche sur la création de liens verticaux entre les activités de Cargill dans la production et la vente de produits semi-finis à base de cacao et les activités en aval des parties dans le secteur du chocolat industriel. Étant donné que Cargill détient une position modeste sur les marchés du cacao en amont et qu'il existe plusieurs autres fournisseurs, la Commission considère que l'opération ne soulève pas de problème de verrouillage du marché des intrants en ce qui concerne les produits semi-finis à base de cacao.

(27) En outre, dans le cadre de l'opération, Cargill et l'activité d'ADM dans le secteur du cacao ont conclu un accord d'approvisionnement transitoire en vertu duquel Cargill acquerra des produits à base de cacao auprès de l'activité d'ADM dans le secteur du cacao pour approvisionner les usines de chocolat industriel acquises lors de l'opération. Toutefois, cela ne modifiera pas la capacité disponible sur le marché libre. De plus, Cargill dispose de capacités de production inutilisées en ce qui concerne les produits à base de cacao. La Commission considère donc que l'accord d'approvisionnement transitoire n'incite pas les parties à la concentration à réduire la concurrence sur les marchés du cacao en amont et que les éléments incitant Cargill à reconduire l'accord sont insuffisants pour soulever des problèmes de concurrence.

Chevauchements horizontaux sur le marché des produits d'enrobage et de fourrage à base de matières grasses/de la pâte de chocolat

(28) Les parts de marché cumulées des parties dans le secteur des produits d'enrobage et de fourrage à base de matières grasses et de la pâte de chocolat restent modestes et n'affectent que deux marchés, sur lesquels elles atteignent environ 30 % (avec des hausses de parts de marché limitées s'élevant respectivement à moins de 5 % et moins de 10 %). Les résultats de l'enquête sur le marché n'ont pas révélé d'élément montrant le moindre problème de concurrence sur le marché des produits d'enrobage et de fourrage à base de matières grasses ou de la pâte de chocolat.

Conclusion

(29) La Commission considère que l'opération débouche sur une entrave significative à l'exercice d'une concurrence effective sur le marché du chocolat industriel vendu aux clients en Allemagne ou aux clients situés dans les régions où se chevauchent les zones de chalandise de l'usine d'ADM à Mannheim (Allemagne) et des usines de Cargill en Allemagne.

(30) L'opération ne débouche pas sur une entrave significative à l'exercice d'une concurrence effective sur les marchés i) du chocolat industriel vendu aux clients situés dans les régions où se chevauchent les zones de chalandise des usines d'ADM et de Cargill en Belgique, en France et au Royaume-Uni, ii) des produits semi-finis à base de cacao et iii) de la pâte de chocolat.

D. **ENGAGEMENTS**

Description des engagements

(31) Les parties ont présenté, le 4 mai 2015, des modifications apportées à l'opération (ci-après les «engagements du 4 mai 2015»), visant à résoudre les problèmes de concurrence constatés par la Commission. En vertu de ces engagements, Cargill propose de céder l'usine de chocolat industriel d'ADM située à Mannheim (Allemagne) à un acquéreur approprié. L'usine de Mannheim est la plus grande des usines de chocolat industriel que possède ADM en Europe et est sa seule usine de chocolat industriel en Allemagne.

(32) Les engagements du 4 mai 2015 comprennent un accord d'approvisionnement à conclure, au choix de l'acquéreur, avec Olam ou ADM, suivant celui qui détiendra l'activité d'ADM dans le secteur du cacao, ou avec Cargill. Ils ne concernent aucun droit de propriété intellectuelle, ni les contrats liés à la production de chocolat de spécialité ou ceux conclus avec les clients dès lors que les volumes ne sont pas entièrement produits dans l'usine de Mannheim. En outre, ils ne prévoient aucun critère spécifique concernant l'acquéreur, imposant que celui-ci dispose de connaissances spécifiques sur la chaîne de valeur du cacao et du chocolat.

Appréciation des engagements

(33) Les engagements du 4 mai 2015 élimineraient pratiquement l'intégralité des chevauchements au niveau des ventes en Allemagne et dans la zone dans laquelle des risques pour la concurrence ont été constatés; ils résoudraient ainsi les problèmes découlant des chevauchements horizontaux entre les activités des parties dans ces zones. En conséquence, la majorité des acteurs du marché ayant répondu à la consultation ont estimé que les engagements du 4 mai 2015 élimineraient tout problème de concurrence soulevé par l'opération.

(34) Toutefois, sur la base des résultats de cette consultation et de son appréciation, la Commission a considéré que les engagements du 4 mai 2015 posaient des problèmes principalement sur les points suivants:

a) l'activité concernant le chocolat de spécialité était exclue de la cession;

b) les critères applicables à l'acquéreur n'imposaient pas que celui-ci dispose de connaissances spécifiques sur la chaîne de valeur du cacao et du chocolat;

c) l'accord d'approvisionnement ne conférait pas une souplesse suffisante à l'acquéreur en termes de volumes achetés et de variation des volumes d'une année à l'autre.

(35) Les parties ont présenté, le 22 mai 2015, des engagements modifiés qui résolvent ces problèmes de manière adéquate.

(36) Dans sa décision, la Commission parvient donc à la conclusion que, sur la base des engagements du 22 mai 2015, la concentration notifiée n'entravera pas de manière significative l'exercice d'une concurrence effective sur le marché du chocolat industriel vendu aux clients en Allemagne ou aux clients situés dans les régions où se chevauchent les zones de chalandise de l'usine d'ADM à Mannheim (Allemagne) et des usines de Cargill en Allemagne.

IV. **CONCLUSION**

(37) Pour les raisons qui précèdent, la Commission conclut, dans sa décision, que l'opération envisagée n'entravera pas de manière significative l'exercice d'une concurrence effective sur le marché intérieur ou une partie substantielle de celui-ci, pour autant que Cargill respecte les engagements du 22 mai 2015.

(38) En conséquence, il y a lieu de déclarer l'opération compatible avec le marché intérieur et avec le fonctionnement de l'accord EEE, conformément à l'article 2, paragraphe 2, et à l'article 8, paragraphe 2, du règlement sur les concentrations, ainsi qu'à l'article 57 de l'accord EEE.