

Produits laitiers frais sous MDD

Amendes records pour le « cartel des yaourts »

L'Autorité de la concurrence a sanctionné, à hauteur de 192,7 M€, une entente sur les produits laitiers frais vendus sous marques de distributeurs. Des montants jugés disproportionnés par certains industriels qui, bien que ne contestant pas les griefs, ont annoncé leur intention de faire appel.

Téléphones portables secrets dédiés à l'entente, hôtels réservés à tour de rôle, carnet secret tenu par le représentant de Yoplait... le rapport du 11 mars 2015* de l'Autorité de la concurrence sur l'affaire dite du « cartel des

yaourts » a les allures d'un polar. Les protagonistes se nomment : Yoplait, Senagral (ex-Senoble), Lactalis, Novandie, Maîtres Laitiers du Cotentin, Laïta, Alsace Lait, Laiterie de Saint-Malo, Yéo Frais et Laiterie H. Triballat. Les faits qui leurs sont reprochés

sont de « s'être entendus dans le secteur des produits laitiers frais commercialisés sous MDD entre le 6 décembre 2006 et le 17 décembre 2008, puis entre le 4 janvier 2011 et le 9 février 2012, sur des taux de hausses de prix par familles de produits

et de s'être entendus, entre le 15 juin 2010 et le 9 février 2012, sur des répartitions de volumes et sur les réponses à des appels d'offres de distributeurs ». Cette affaire révélée par Yoplait, premier demandeur de clémence (*lire encadré*) puis par Senagral,

LE POINT DE VUE DE LA JURISTE



OMBLIN ANCELIN AVOCATE À LA COUR, ASSOCIÉE CHEZ SIMMONS & SIMMONS

« La clémence est un mode de détection privilégié des pratiques anticoncurrentielles »

La procédure de clémence a été introduite en droit français au début des années 2000. Alors que nombreux étaient ceux qui prédisaient un échec culturel, elle est devenue **un mode de détection privilégié des pratiques anticoncurrentielles**, tant pour la Commission européenne que pour l'Autorité de la concurrence pour qui elle représente une large part du stock d'affaires en cours. La découverte de l'existence

d'une pratique anticoncurrentielle conduisant une entreprise à se dénoncer se fait souvent **à l'occasion d'un audit interne (cartel des lessives) ou lors d'un audit d'acquisition**. L'affaire dite du cartel des yaourts pourrait, d'ailleurs, en être l'illustration. Une société américaine, General Mills, rachète (mai 2011) une société française, Yoplait, et découvre (vraisemblablement) dans le cadre de son audit d'acquisition des pratiques potentiellement anticoncurrentielles. Elle décide alors (toujours vraisemblablement), de **n'acheter la société, qu'à la condition que la cible aille dénoncer les faits** pour bénéficier, en tant que demandeur de clé-

mence de rang 1 (le premier à dénoncer), de l'exonération totale de l'amende éventuelle. General Mills et Yoplait ont ainsi dénoncé la pratique à l'Autorité de la concurrence française le 12 août 2011. L'avantage est de **supprimer l'épée de Damoclès qui pèse sur l'entreprise et son nouvel actionnaire majoritaire**. Mais quels que soient les circonstances et les motifs ayant conduit une entreprise à demander la clémence, cette procédure présente un inconvénient : révéler une pratique qui n'aurait peut-être jamais été découverte et **ouvrir la porte aux éventuelles demandes en dommages et intérêts**. Il y a, en effet, fort à

parier que les distributeurs vont demander réparation du préjudice subi, soit de manière confidentielle sous une forme transactionnelle, soit publiquement au travers d'une action auprès du juge commercial. Dans la pratique, comme ni le distributeur, ni le juge du commerce ne disposent de moyens d'enquête aussi importants que l'Autorité de la concurrence, les victimes attendent le plus souvent que l'affaire soit instruite par l'Autorité puis que sa décision soit purgée de tous les appels possibles afin de la présenter comme la preuve de l'existence d'une faute. Ils ne leur restent, alors, plus qu'à chiffrer leur préjudice et à établir le lien de causalité.

En tant que demandeur de clémence de rang 1, Yoplait ne s'est vu infliger aucune amende et n'a donc *a priori* pas de fondement pour faire appel. Les distributeurs peuvent donc potentiellement lui demander, dès maintenant, des dommages et intérêts. Par ailleurs, depuis la loi Hamon du 17 mars 2014, une association de consommateurs représentative peut, sous réserve de prouver un préjudice certain, **engager une procédure d'action de groupe** afin d'obtenir pour le compte de chaque consommateur lésé l'indemnisation du préjudice.

** Omblin Ancelin n'était pas conseil de General Mills pour cette affaire.*

Les industriels lourdement sanctionnés

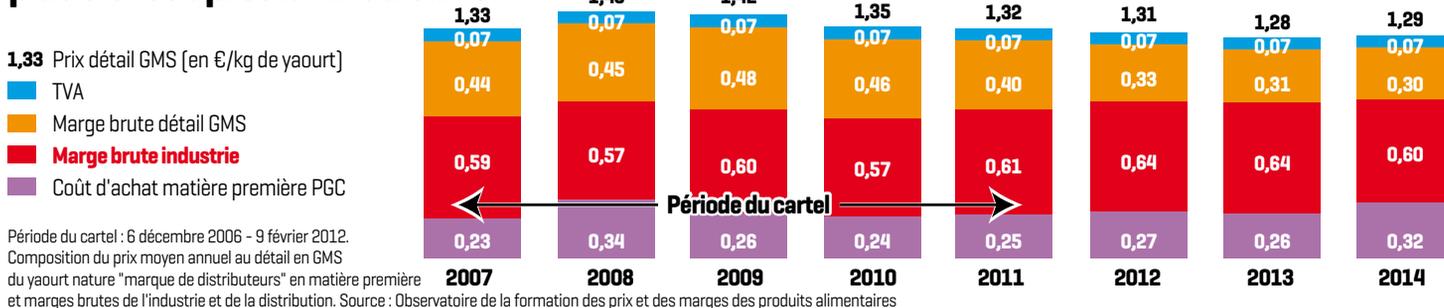
Un total de 192,7 M€ d'amende

Entreprises	Groupe - CA 2013	Amende (% du CA 2013)
Yoplait [1]	General Mills 13 400 M€	0 €
Sénagral [2]	Agrial 3 901 M€	46 M€ [1,2 %]
Lactalis Nestlé Ultra Frais MDD	Lactalis 15 900 M€	56,1 M€ [0,4 %]
Lactalis Beurres & Crèmes		4 M€ [0,03 %]
Novandie	Andros 1 887 M€	38,3 M€ [2 %]
Maîtres Laitiers du Cotentin	Maîtres Laitiers du Cotentin 1 742 M€	22,9 M€ [1,3 %]
Yéo Frais	Sodiaal 4 616 M€	12 M€ [0,3 %]
Laïta	Even 2 060 M€	8,1 M€ [0,4 %]
Alsace Lait	Alsace Lait 126 M€	3,6 M€ [2,9 %]
Laiterie H. Triballat (Rians)	Laiterie H. Triballat 284 M€	1,4 M€ [0,5 %]
Laiterie de Saint-Malo	Société Industrielle Laitières du Léon (Sill) 327 M€	0,3 M€ [0,1 %]



Source : Décision n° 15D03 de l'Autorité de la concurrence
 [1] Demandeur de clémence de rang 1
 [2] Demandeur de clémence de rang 2

Yaourt nature MDD : la part de marge brute des industriels dans le prix de vente consommateur plus élevée après la fin du cartel



Période du cartel : 6 décembre 2006 - 9 février 2012.
 Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature "marque de distributeurs" en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution. Source : Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires

demandeur de clémence de rang 2, ont permis à ces deux sociétés de bénéficier de réductions de sanctions respectivement de 100 % et 35 %. Selon l'Autorité de la concurrence, « les industriels impliqués s'informaient des hausses de prix passées, se mettaient d'accord sur les hausses qu'ils voulaient annoncer aux distributeurs ainsi que sur les arguments pour les justifier. Les entreprises auraient également conclu des pactes de non-agression, consistant à se répartir les volumes et à geler les positions des uns et des autres. »

Sanctions individualisées

Pour l'Autorité, « ce cartel était de grande ampleur » et « son caractère secret et sa mise en œuvre sophistiquée aggravent les pratiques commises. » Les sanctions prononcées ont été évaluées en fonction de « la gravité des faits, de l'importance du dommage causé à l'économie puis ont été adaptées en fonction d'éléments propres à la

situation individuelle des entreprises. » Ainsi, l'appartenance à un groupe de taille importante a été retenue pour Lactalis (majoration de 25 %). De même, les difficultés financières de Sénagral et de Novandie ont été prises en compte pour adapter la sanction à la baisse, tout comme la petite taille et la fragilité économique d'Alsace Lait. Au titre des circonstances atténuantes, « l'Autorité a accordé à Novandie une réduction de sanction pour avoir adopté, pendant un an, un comportement concurrentiel, au point d'avoir perturbé le fonctionnement même de l'entente. » Enfin, les sociétés mises en cause, à l'exception des demandeurs de clémence et de la Laiterie de Saint-Malo – qui n'aurait participé qu'à une seule des 22 réunions mentionnées dans le rapport –, n'ont pas contesté les faits et ont pu ainsi bénéficier d'une réduction de sanction dans le cadre de la procédure de non-contestation des griefs. Mais les montants finaux – qui

représentent un total proche de 200 M€ – apparaissent particulièrement élevés aux yeux des industriels. Surtout si l'on considère l'exemple du yaourt nature MDD (voir ci-dessus) pour lequel le cartel n'aurait, à première vue, pas permis d'augmenter la proportion de marge des laitiers dans le prix final !

Faillites d'entreprises ?

Le groupe Lactalis a été l'un des premiers à réagir. Il indique « ne pas contester les griefs notifiés mais regretter l'extrême sévérité des sanctions qui témoignent de ce que l'Autorité de la concurrence n'a pas fait une juste appréciation du contexte économique et a surévalué de façon manifeste la gravité des faits et leur impact sur l'économie. » Le groupe mentionne également son intention de faire appel et va déployer un programme de conformité d'envergure visant, notamment, à prévenir la mise en œuvre de pratiques anticoncurrentielles. Le problème reste qu'un tel appel

n'est pas suspensif et que les sociétés devront s'acquitter de la sanction prononcée, dont tout ou partie leur sera remboursée si elles gagnent en appel. Marc Senoble a, pour sa part, dénoncé, dans *Les Echos*, « la disproportion de l'amende et les erreurs commises dans son calcul qui ne tient compte ni de la situation économique des entreprises ni de la réalité des marchés ». S'il doit s'acquitter de l'amende infligée à Sénagral, en vertu de l'accord de cession de ses activités à Agrial, le PDG de Senoble estime que sa société « sera acculée à la faillite ». Laiterie H. Triballat, qui déclare « n'avoir participé qu'à trois réunions sur neuf mois avant de s'en exclure volontairement et sans équivoque en 2007, décidera dans les jours à venir de la possibilité de faire appel. » Les Maîtres Laitiers du Cotentin jugent l'amende « extravagante » et vont faire appel. Mais outre le montant des amendes et l'avenir des sociétés incriminées,

● ● ● cette affaire pose le problème récurrent du poids et des pratiques de la distribution lors des négociations commerciales. Poids que les accords de regroupement des achats ne vont que renforcer (voir ci-contre).

Poids de la grande distribution

Sur ce sujet et sans remettre en cause les sanctions de l'Autorité de la concurrence à l'encontre des membres du cartel, Richard Girardot, PDG de Nestlé France, brise l'omerta. Dans une interview au Figaro, il déclare : « comment se fait-il que des directeurs commerciaux, qui se battent entre eux depuis dix, vingt ou trente ans, au sein de sociétés qui s'affrontent depuis cinquante ans, sont amenés à se retrouver dans des sous-sols de restaurants pour échanger des données confidentielles et se mettre d'accord sur les prix ? La réponse, c'est que les industriels n'y arrivent plus, qu'ils sont en train de se faire laminer et que c'est la dernière solution qu'ils trouvent pour continuer à faire tourner les usines. » Et de se demander si l'Autorité de la concurrence avait « vérifié si les produits concernés étaient rentables pour les industriels. »

Risques sur le marché amont

L'Autorité de la concurrence a, par ailleurs, examiné les conséquences des accords d'achats groupés entre enseignes. Selon sa grille d'analyse, ceux-ci font peser des risques sur les marchés d'approvisionnement (baisse de marge des industriels, réduction de l'investissement, de l'innovation...), en particulier dans les secteurs de l'épicerie sèche, des liquides et des produits périssables en libre-service. Ces rapprochements sont, en outre, « susceptibles de soulever des préoccupations quant à l'accroissement des déséquilibres entre distributeurs et fournisseurs ».

LAURENT BÉNARD

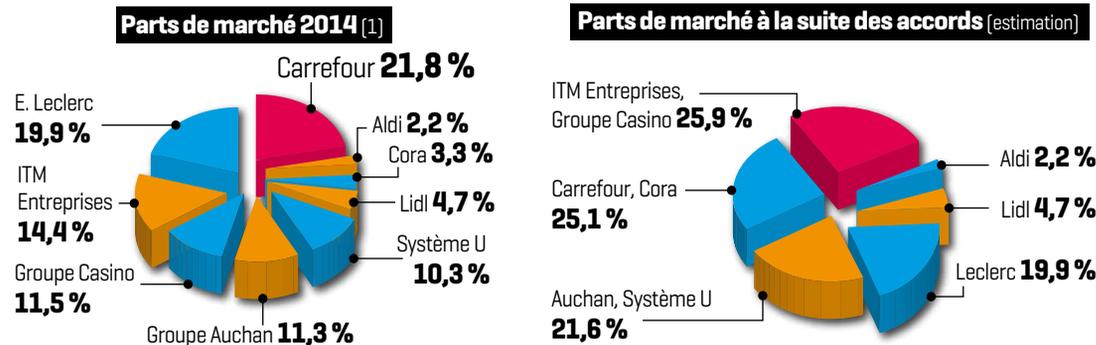
* Retrouvez les rapports de l'Autorité de la concurrence sur le site www.ria.fr

Regroupement des achats

Les accords de coopération en cause



Les quatre premiers groupements d'achat cumulent 92,5 % de parts de marché



Parts de marché des principaux acteurs de la distribution à dominante alimentaire. (1) étude Kantar Worldpanel données 2014. Source : Autorité de la concurrence

Concentration des distributeurs : forte progression de l'indice IHH après les accords

► Comparaison des indices IHH au niveau de l'offre sur les marchés de l'approvisionnement en France par rapport à l'indice IHH moyen en aval

