

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 10-DCC-139 du 27 octobre 2010  
relative à la prise de contrôle conjoint de Maje, Sandro, Claudie  
Pierlot et HF Biousse par L Capital et Florac**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 22 septembre 2010, déclaré complet à la même date, relatif à la prise de contrôle conjoint par L Capital SAS et Florac SAS des sociétés Maje, Sandro, Claudie Pierlot et HF Biousse, formalisée par un contrat de cession et d'apport en date du 16 septembre 2010 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Adopte la décision suivante :

## **I. Les entreprises concernées**

1. L Capital 3, fonds commun de placement à risque est géré par L Capital Management, société par actions simplifiée (ci-après « L Capital »). L Capital, société de capital-investissement dont l'activité est de gérer trois fonds de placement à risque, est elle-même détenue à 100 % par LVMH-Moët Hennessy – Louis Vuitton SA, société anonyme contrôlée par le groupe Arnault<sup>1</sup>. Cette société est à la tête d'un groupe (ci-après « LVMH ») principalement actif dans le secteur du luxe dans le monde entier. LVMH intervient ainsi dans six grandes branches d'activité : mode et maroquinerie, vins et spiritueux, distribution sélective, parfums et cosmétiques, montres et joaillerie, presse et média. Le groupe Arnault détient par ailleurs le contrôle de Christian Dior SA, société anonyme active dans le secteur du luxe.
2. Florac SAS, société par actions simplifiée, (ci-après « Florac »), est une société d'investissement détenue à 100 % par la société Caille SAS, société d'investissement qui détient principalement des participations dans le secteur immobilier et est contrôlée par Mme X.

---

<sup>1</sup> Au 30 juin 2010, LVMH est détenu directement ou indirectement par le Groupe Arnault à hauteur de 47,42 % du capital et de 63,45 % des droits de vote.

3. La société Sandro Andy SA (ci-après « Sandro »), la société Maje SAS (ci-après « Maje »), la société Storenext, société par actions simplifiée propriétaire de 100 % du capital de la société Claudie Pierlot (ci-après « Storenext » et « Claudie Pierlot ») et la société HF Biousse, société civile (ci-après « HF Biousse »), (conjointement, « les sociétés cibles »), sont actives dans le secteur du prêt-à-porter. Le capital de Sandro, Maje et Storenext est détenu par Mme Evelyne Chérite, Mme Judith Milgrom, M. Alain Moyal, M. Elie Kouby et M. Frédéric Biousse (à travers la HF Biousse dont il détient 100 % du capital), ainsi que par d'autres actionnaires individuels. Maje, Sandro et Claudie Pierlot détiennent respectivement 40 %, 40 % et 20 % du capital de Sandro Maje Claudie Pierlot SAS (ci-après « SMCP SAS »), société ayant pour objet de commercialiser dans des points de vente uniques un assortiment des marques Sandro, Maje et Claudie Pierlot.

## II. L'opération

4. Aux termes du contrat de cession et d'apport conclu le 16 septembre 2010 entre L Capital 3 et Florac, d'une part, et quinze actionnaires individuels d'autre part<sup>2</sup>, L Capital 3 et Florac acquerront 100 % du capital et des droits de vote des sociétés cibles par l'intermédiaire de la société Groupe SMCP, société par actions simplifiée (ci-après « SMCP ») et de LF Invest, créées pour l'opération. L Capital 3 et Florac exerceront un contrôle conjoint sur LF Invest dont elles détiennent chacune 50 % du capital et des droits de vote. SMCP est contrôlé exclusivement par LF Invest, qui en détient 51 % du capital et des droits de vote, et fera l'acquisition :
- de 87,51 % du capital et des droits de vote de Sandro ;
  - de 90,00 % du capital et des droits de vote de Maje ;
  - de 82,67 % du capital et des droits de vote de Storenext ;
  - de 100 % du capital et des droits de vote de HF Biousse.
5. En ce qu'elle se traduit par une prise de contrôle conjoint de Sandro, Maje, Storenext et HF Biousse par L Capital et Florac, l'opération notifiée constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (le groupe Arnault a réalisé, au dernier exercice clos le 31 décembre 2009 un chiffre d'affaires mondial hors taxe consolidé de [...] millions d'euros ; les sociétés cibles ont réalisé sur la même période un chiffre d'affaires mondial hors taxe consolidé de [...] millions d'euros). Chacune réalise, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (le groupe Arnault : [...] millions d'euros : les sociétés cibles : [...] millions d'euros). Compte-tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. Les seuils mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce, en revanche, sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions de l'article L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

---

<sup>2</sup> Madame Evelyne Chérite, Madame Judith Milgrom, Monsieur Frédéric Biousse, Monsieur Elie Kouby, Monsieur Alain Moyal, Monsieur Didier Chérite, la Société Orion SC, société civile, Monsieur Nicolas ver Hulst, Monsieur Sylvain-Nicolas Macquin, Monsieur Alain Blanc-Brude, Madame Florence Fesneau, Madame Patricia Desquesnes, Madame Brigitte Melki, Madame Alice Chérite et Madame Lédicia Moyal.

### III. Délimitation des marchés pertinents

7. LVMH, Christian Dior et L Capital sont actifs principalement dans le secteur du luxe, ainsi que dans le secteur de l'approvisionnement de vêtements à travers la société Dondup<sup>3</sup>. Les sociétés cibles sont actives dans le secteur de l'approvisionnement de vêtements ainsi que dans les secteurs de la distribution au détail de vêtements et de chaussures de moyenne gamme.

#### A. DÉLIMITATION DES MARCHÉS DE PRODUITS ET DE SERVICES

##### 1. LES MARCHÉS DES PRODUITS DE LUXE

8. La Commission européenne a défini les produits de luxe (produits cosmétiques, vêtements de haute-couture ou de créateurs, prêt à porter de luxe pour homme et femme, produits en cuirs) comme des articles de haute qualité, de prix relativement élevé et commercialisés sous une marque de prestige. Du point de vue de la demande, les produits de luxe sont très peu substituables avec d'autres produits relevant de segments différents du même secteur. Le marché du luxe est un marché mondial très concurrentiel, comptant un grand nombre d'opérateurs<sup>4</sup>.
9. La distribution des produits de luxe doit être distinguée de la distribution d'autres produits en ce qu'elle se caractérise par un réseau de points de vente agréés par les fabricants selon des critères qualitatifs tenant notamment à leur localisation, leur environnement géographique et leur aménagement intérieur, permettant une présentation appropriée des produits ainsi que la présence d'un conseil professionnel spécialisé. Ces critères visent essentiellement à protéger l'image des marques. A l'inverse, la vente de produits ordinaires ne nécessite pas un tel environnement, et ces produits sont disponibles dans un réseau beaucoup plus diversifié de points de vente<sup>5</sup>. La pratique communautaire a donc envisagé de retenir un marché de la distribution des produits de luxe<sup>6</sup>.
10. En tout état de cause, pour les besoins de la présente opération, la question de la définition exacte du marché peut être laissée ouverte dans la mesure où, quelle que soit la délimitation retenue, les conclusions de l'analyse demeureront inchangées.

##### 2. LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION DE VÊTEMENTS ET DES CHAUSSURES

11. En ce qui concerne les marchés des vêtements et des chaussures, la pratique récente distingue un marché amont d'une part et un marché aval d'autre part<sup>7</sup>. A l'amont, elle relève l'existence

---

<sup>3</sup> Dondup est une société italienne contrôlée conjointement par L Capital et le management italien.

<sup>4</sup> Voir COMP/M.1780 LVHM / Prada / Fendi du 25 mai 2000 ; IV/M.1534, Pinault-Printemps-Redoute / Gucci du 22 juillet 1999 ; Décision n°05-D-06 du 23 février 2005 relative à une saisine de la société Studio 26 à l'encontre des sociétés Rossimoda, Marc Jacob's International, LVHM Fashion Group et LVMH Fashion Group France.

<sup>5</sup> Voir dans le secteur de la parfumerie la lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie au conseils du Groupe Dougals, C 2006-65 du 22 août 2005

<sup>6</sup> Voir IV/M.1534, Pinault-Printemps-Redoute / Gucci du 22 juillet 1999.

<sup>7</sup> Voir par exemples Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi C2008-16 du 30 avril 2008 aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur des vêtements et des chaussures de sport ; Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2007-28 du 30 avril 2007, aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur de

d'un marché de l'approvisionnement en vêtements et d'un marché de l'approvisionnement en chaussures. A l'aval, la pratique définit des marchés de la vente au détail de vêtements et de la vente au détail de chaussures en fonction du canal de distribution, du consommateur final et de la qualité.

12. S'agissant des canaux de distribution, les vêtements et chaussures peuvent être distribués à travers des boutiques spécialisées (appartenant à des chaînes, franchisées ou indépendantes), grandes surfaces spécialisées (GSS) ou grandes surfaces alimentaires (GSA). L'offre des GSA a été estimée substituable à celle des GSS<sup>8</sup>. Il a par ailleurs été envisagé de distinguer la distribution de vêtements des chaînes spécialisées, constituées de réseaux de points de vente sous une enseigne commune, exploités en propre, en franchise ou en groupement d'achats<sup>9</sup>.
13. La pratique a ensuite retenu l'existence de plusieurs marchés distincts de la distribution de vêtements en fonction du sexe et de l'âge de la clientèle. En effet, les techniques de fabrication, la saisonnalité et les fournisseurs varient selon ces critères<sup>10</sup>. Ces segmentations n'ont en revanche pas été retenues pour la vente au détail de chaussures<sup>11</sup>.
14. Enfin, ces marchés ont aussi été segmentés en fonction de la qualité des vêtements et des chaussures et du prix des articles vendus (bas de gamme, moyenne gamme, haut de gamme)<sup>12</sup>. Ordinairement, les vêtements ou chaussures dits « bas de gamme » sont vendus par le canal des GSS et des GSA alors que les produits « milieu de gamme » ou « haut de gamme » sont plus classiquement vendus par le canal des boutiques spécialisées.
15. L'ensemble de ces questions peut cependant être laissé ouvert pour l'examen de la présente opération, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelles que soient les solutions retenues.

## **B. DÉLIMITATION DES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES**

16. La Commission européenne a établi que le marché du luxe est un marché de dimension au moins communautaire<sup>13</sup>.
17. Selon la pratique décisionnelle antérieure, les marchés de l'approvisionnement en vêtements et de l'approvisionnement en chaussures sont de taille mondiale<sup>14</sup>.

---

*l'habillement ; Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2007-43 du 15 mai 2007, aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur de la vente au détail de chaussures.*

<sup>8</sup> *Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 24 juillet 2003 aux conseils de la société Vetir SA relative à une concentration dans le secteur de la distribution de vêtements.*

<sup>9</sup> *Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 31 juillet 2003 aux conseils de la société Otxo.*

<sup>10</sup> *Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C 2005-129 aux conseils de la société Glam relative à une concentration dans le secteur du prêt-à-porter*

<sup>11</sup> *Lettre C2007-28 du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 20 avril 2007, aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur de l'habillement ; Lettre C2007-43, du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 15 mai 2007, aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur de la vente au détail de chaussures.*

<sup>12</sup> *Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 24 juillet 2003 aux conseils de la société Vetir SA relative à une concentration dans le secteur de la distribution de vêtements ; Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2005-128 du 22 juin 2006 relative à une concentration dans le secteur de la lingerie*

<sup>13</sup> *Voir COMP/M.1780 LVHM / Prada / Fendi du 25 mai 2000 ; IV/M.1534, Pinault-Printemps-Redoute / Gucci du 22 juillet 1999.*

<sup>14</sup> *Voir par exemples Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi C2008-16 du 30 avril 2008 aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur des vêtements et des chaussures de sport ; Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2007-28 du 30 avril 2007, aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur de l'habillement ; Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2007-43 du 15 mai 2007, aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur de la vente au détail de chaussures.*

18. S'agissant de la distribution au détail de vêtements et de la distribution au détail des chaussures, la concurrence s'exerce entre les points de vente sur des zones de chalandise. Deux critères ont été utilisés pour délimiter ces zones<sup>15</sup> :
  - d'une part, du point de vue des consommateurs, il existe autant de marchés que de villes où sont situés les détaillants susceptibles de vendre ces articles, chacun de ces marchés correspondant à la zone d'attraction commerciale de la ville chef-lieu où peuvent, très généralement, être acquis ces types de vêtements ; et
  - d'autre part, le marché géographique pertinent correspondrait, pour les GSA et les GSS à un rayon d'attractivité de 20 minutes de trajet en voiture.
19. Par ailleurs, le poids croissant dans ce secteur de chaînes de distribution spécialisées, constituées de réseaux de points de vente sous une enseigne commune, exploités en propre, en franchise ou en groupement d'achats et présentes sur l'ensemble du territoire national, voire sur de nombreux pays, soulève la question de l'intérêt d'une analyse sur des marchés au moins nationaux.
20. En l'espèce, cette question peut cependant être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelles que soient la solution retenue.

#### **IV. Analyse concurrentielle**

21. A l'amont, les parties sont simultanément actives sur le marché de l'approvisionnement en vêtements. Sur ce marché, dont la valeur a été estimée dans plusieurs décisions récentes à 322 milliards d'euros<sup>16</sup>, les parties estiment leurs parts de marché cumulées à moins de [0-5] %.
22. A l'aval, les produits commercialisés par les sociétés cibles se positionnent sur le segment des vêtements de moyenne gamme. LVMH et Christian Dior interviennent en revanche dans le secteur du luxe à travers des produits et un réseau de distribution qui se distinguent des produits des sociétés cibles tant par leurs prix que par leur qualité. Il en est de même de L Capital, qui ne détient actuellement de participation contrôlante que dans des activités de prêt-à-porter de luxe ou de haut de gamme. L'opération n'empêche donc pas de chevauchement entre les activités des sociétés cibles et celles des groupes acquéreurs sur ces marchés.
23. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés.

---

<sup>15</sup> Voir Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2007-28 du 30 avril 2007, aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur de l'habillement.

<sup>16</sup> Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi C2008-16 du 30 avril 2008 aux conseils de la société Vivarte, relative à une concentration dans le secteur des vêtements et des chaussures de sport. Le Ministre fait référence à une évaluation du marché de l'approvisionnement en vêtements de la Commission européenne datant de 2004.

**DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 10-0147 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

---

© Autorité de la concurrence