

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 12-DCC-179 du 19 décembre 2012
relative à la prise de contrôle exclusif par la société Maus Frères des
sociétés Lacoste SA et Patentex**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 15 novembre 2012, relatif à l'acquisition des sociétés Lacoste SA et Patentex par la société Maus Frères, formalisée par un contrat d'achat d'actions en date du 26 octobre 2012 et d'une acceptation d'offre d'achat en date du 14 novembre 2012 ;

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. 430-10 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Maus Frères est une société de droit suisse, contrôlée par les familles Maus et Nordman. Elle a pour activité principale la détention de participations dans des sociétés spécialisées dans les secteurs alimentaires et non-alimentaires, et notamment les marques de vêtements et accessoires de loisirs, Aigle et Gant, ainsi que la société Devanlay, qui détient la licence mondiale et exclusive pour la création, la fabrication et la distribution des vêtements et des produits de maroquinerie Lacoste.
2. La société Lacoste SA (ci-après « LSA »), détenue par les membres de la famille Lacoste à hauteur de 64,1 % et la société Devanlay, à hauteur de 34,52 %, détient les droits d'exploitation de la marque Lacoste pour l'Europe (sauf l'Espagne pour les vêtements et chaussures), l'Asie, l'Afrique et l'Océanie. La société de droit suisse Sportloisirs, filiale à 100 % de LSA détient quant à elle les droits d'exploitation de la marque Lacoste pour l'Amérique latine et l'Espagne (pour les vêtements et chaussures).
3. Patentex est une société holding détenue à 100 % par la famille Lacoste dont la seule activité est la détention de 52,2 % du capital de la société de droit suisse Lacoste Alligator qui détient les droits d'exploitation de la marque Lacoste pour les Etats Unis et le Canada ainsi que pour

les différentes îles caribéennes. Le reste du capital de Lacoste Alligator est détenu par les sociétés Devanlay (28,11 %) et Sportloisirs (19,69 %).

4. A l'issue de l'opération, Maus Frères détiendra au moins 98,4 % du capital et des droits de vote de LSA et 100 % de Patentex en vertu d'un contrat d'achat des actions, en date du 26 octobre 2012, conclu entre Maus Frères et une partie des membres de la famille Lacoste et l'acceptation le 14 novembre 2012, par l'autre partie des membres de la famille Lacoste, de l'offre d'achat de leurs actions émanant de Maus Frères. La part résiduelle du capital de LSA sera détenue par certain cadres salariés et certains membres de la famille Lacoste, sans que cette participation ne leur confère des droits excédant ceux habituellement concédés aux actionnaires minoritaires.
5. L'acquisition de LSA et Patentex constitue une opération de concentration unique en ce que les vendeurs et l'acquéreur sont les mêmes et dans la mesure où ces deux cessions se réaliseront de manière concomitante dès lors que les conditions suspensives seront levées.
6. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle exclusif des sociétés LSA et Patentex par la société Maus Frères, l'opération constitue une opération de concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
7. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Maus Frères : [...] d'euros pour 2011 ; LSA et Patentex : 125,6 millions d'euros). Deux au moins de ces entreprises réalisent en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Maus Frères : 400 millions d'euros ; LSA et Patentex : 95,5 millions d'euros). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

8. Le groupe Maus Frère est présent sur les marchés de la fabrication et de la commercialisation de vêtements de prêt-à-porter, de chaussures et d'accessoires de mode (maroquinerie, lunettes, montres, etc.). D'une part, il est titulaire, via la société Devanlay, des contrats de licence mondiales et exclusives pour la création, la fabrication et la distribution de vêtements et d'articles de maroquinerie sous la marque Lacoste. D'autre part, il fabrique et distribue des vêtements, chaussures et accessoires sous les marques Aigle et Gant dont il est propriétaire.
9. La partie notifiante fait valoir que les sociétés LSA et Patentex ayant pour seule activité la gestion du portefeuille des marques Lacoste pour l'octroi de licence à des opérateurs tiers, à l'exclusion de toute activité de production ou de commercialisation, l'opération ne conduit à aucun chevauchement horizontal ou vertical avec les activités du groupe Maus Frères.
10. En particulier, elle considère que la détention de marques et leur exploitation sous forme de licence ne peut pas donner lieu à la définition d'un marché pertinent. Elle précise que même s'il peut exister quelques rares exceptions, l'octroi d'une licence par le détenteur d'une marque porte généralement sur une partie seulement de l'activité liée à cette marque et s'accompagne d'une exploitation commerciale de la marque en propre par la compagnie qui la détient, et que, de plus, il n'existe pas *a priori* d'opérateur qui aurait pour activité l'octroi de

licences sur des marques dont il ferait l'acquisition pour en constituer un catalogue offert à des demandeurs potentiels.

11. Cependant, l'exploitation d'une marque à travers l'octroi de licences de marques est une activité économique qui s'exerce nécessairement sur un marché et qui est liée à l'activité de fabrication et de distribution de vêtements et d'articles de maroquinerie sous licence de marque exercée par le groupe Maus Frères. Généralement, comme le soutient la partie notifiante, le détenteur d'une marque l'exploite lui-même et ne licencie qu'en partie l'usage de la marque. Il s'agit néanmoins d'une activité distincte de celle de la fabrication et de la commercialisation des produits concernés, qui répond à une demande spécifique, et qui se situe a priori en amont de celle-ci, la marque constituant l'un des intrants de cette activité.
12. Si de tels marchés de commercialisation de droits de propriété intellectuelle ont jusqu'à présent été surtout identifiés dans les secteurs culturels¹, dans lesquels certains offreurs constituent des catalogues de droits, il est cependant possible d'envisager que la commercialisation de droits de propriété intellectuelle portant sur des marques constitue des marchés pertinents dans d'autres secteurs, tel celui du prêt-à-porter et des accessoires de mode, et qu'un offreur puisse ne commercialiser qu'une seule marque. En ce qui concerne la délimitation géographique de ces marchés, le cas d'espèce montre que les droits d'exploitation de ces marques sont commercialisés au niveau mondial.
13. La question de la définition précise de ces marchés, notamment en fonction du type de produits, peut néanmoins être laissée ouverte, étant sans incidence sur les conclusions de l'analyse concurrentielle.
14. S'agissant des marchés de la commercialisation de vêtements, de chaussures et d'accessoires, la pratique décisionnelle² distingue un marché amont de l'approvisionnement et un marché aval de la vente au détail. En l'espèce, Maus Frères est présente sur les marchés de l'approvisionnement en tant qu'acheteuse et sur les marchés aval de la vente au détail.
15. En ce qui concerne la vente au détail de vêtements et de chaussures, la pratique décisionnelle opère une distinction (i) par genre³ (homme, femme, enfant) (ii) par canal de distribution⁴ (boutique spécialisée, GSS, GSA) et (iii) par gamme⁵ (bas, moyen, haut de gamme). Par ailleurs, la pratique décisionnelle⁶ a envisagé une distinction entre les ventes en magasin et les ventes à distance, tous canaux de vente à distance confondus.
16. S'agissant de la distribution au détail de produits d'horlogerie, bijouterie, joaillerie et orfèvrerie (hors produits de luxe), la pratique décisionnelle⁷ retient la même segmentation que

¹ Voir, par exemple, COMP/M.3333 – SONY/BMG du 19 juillet 2004 concernant des licences destinées à la musique en ligne.

² Voir, par exemple, 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.

³ Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2005-129 aux conseils de la société Glam relative à une concentration dans le secteur du prêt-à-porter.

⁴ 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. Dans cette décision, l'offre des GSA a été estimée substituable à celle des GSS ; décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-86 du 4 août 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Aster-Mod par la société Verywear, n° 10-DCC-159 du 12 novembre 2010 relative à la prise de contrôle de la société Comptoir Français de la Mode par la société Du Pareil au Même, 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.

⁵ Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 24 juillet 2003 précitée.

⁶ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-77 du 9 juillet 2010 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Afibel SAS par la société Damartex SA.

⁷ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-140 précitée.

pour les marchés de gros entre, les marchés (i) de l'horlogerie de petit volume, (ii) de la bijouterie précieuse et (iii) de la bijouterie non précieuse, qui se distinguent de celui des bijoux fantaisie. Par ailleurs, la pratique décisionnelle⁸ a envisagé l'existence d'une segmentation du marché de la distribution au détail de produits d'horlogerie de petit volume, par niveau de prix.

17. S'agissant de la distribution au détail de lunettes, la pratique décisionnelle⁹ a retenu une segmentation entre (i) le marché des lunettes et articles de lunetterie à usage médical et (ii) le marché des lunettes et articles à usage non médical.
18. S'agissant de la distribution au détail de produits de maroquinerie, la pratique décisionnelle¹⁰ a considéré que ces produits constituaient un segment du marché des vêtements et du prêt-à-porter.
19. En tout état de cause, la question de la délimitation exacte des marchés peut être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées quelle que soit la segmentation retenue.
20. Selon la pratique décisionnelle antérieure, le marché de l'approvisionnement en vêtements, chaussures et accessoires est de taille mondiale¹¹. S'agissant des marchés de la distribution au détail de vêtements, chaussures et d'accessoires, la concurrence s'exerce au niveau local¹². Toutefois, en l'absence de chevauchements horizontaux sur ces marchés et compte tenu de la nature de l'opération, seule la position des parties au niveau national a été prise en compte.

III. Analyse concurrentielle

21. L'acquisition d'une marque par une entreprise qui en détient déjà la licence pour ses propres activités sur les marchés de la fabrication et de la commercialisation, n'est susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux que dans des circonstances exceptionnelles.
22. En l'espèce, Maus Frères était déjà, antérieurement à l'opération, titulaire mondial d'une licence pour l'exploitation exclusive de la marque Lacoste pour les vêtements, via la société Devanlay, partenaire historique de la marque Lacoste depuis sa création, et sous l'empire d'un contrat de très longue durée (1999-2025). De même, il avait conclu en 2011 un contrat pour l'exploitation exclusive de la marque pour les articles de maroquinerie dont la date d'échéance est 2023.
23. De plus, les parts de marché du groupe Maus Frères, sur les différents marchés de la vente de vêtements de prêt-à-porter au niveau national n'excèdent pas 5 % sur l'ensemble des

⁸ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n°06-D-24 du 24 juillet 2006 relative à la distribution des montres commercialisées par Festina France.

⁹ Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-107 précitée.

¹⁰ Voir notamment la lettre du ministre de l'économie des finances et de l'industrie C2007-28 précitée.

¹¹ Voir par exemples Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi C2008-16 précitée ; Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2007-28 du 30 avril 2007 précitée ; 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.

¹² Voir Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie C2007-28 précitée et les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-13, n° 10-DCC-159 et 11-DCC-107 précitées.

segmentations envisageables. Elles sont marginales pour la maroquinerie. De plus, les achats du groupe ne représentent qu'une part négligeable du marché mondial de l'approvisionnement en vêtements de prêt-à-porter.

24. La marque Lacoste est également exploitée sur d'autres marchés (chaussures, parfums, montres, lunettes, linge de maison, bijoux) par l'intermédiaire de contrats de licence conclus avec d'autres sociétés avec des dates d'échéance variant entre 2014 et 2022. Si Maus Frères est présent sur ces mêmes marchés avec ses marques Aigle et Gant, ses parts de marché y sont très faibles.
25. En tout état de cause, il existe de nombreuses autres marques notoires sur l'ensemble de ces marchés et de nouvelles marques apparaissent sans cesse. Il ne peut donc être considéré que la détention des marques Lacoste, Aigle et Gant soit susceptible de permettre à Maus Frères de verrouiller l'accès aux marchés de la fabrication et de la commercialisation de prêt-à-porter, chaussures, lunettes, maroquinerie, parfums, montres ou accessoires de mode..
26. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 12-187 est autorisée.

La vice-présidente,

Françoise Aubert
