



Décision n° 19-DCC-136 du 23 juillet 2019
relative à la prise de contrôle conjoint des sociétés Mauboussin et
Guérin Joaillerie par le groupe Galeries Lafayette et la société La
Compagnie Financière Nemarq & Co

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 21 juin 2019, relatif à la prise de contrôle conjoint des sociétés Mauboussin et Guérin Joaillerie par les sociétés Union Pour Les Investissements Commerciaux (ci-après « UPLIC ») et la Compagnie Financière Nemarq & Co (ci-après « CFN »), formalisée par un protocole d'accord du [...] ;

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 ;

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

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. UPLIC est une filiale à [...] % du groupe Galeries Lafayette, lequel est détenu à hauteur de [...] % par la société Motier. Le groupe Galeries Lafayette est actif dans les secteurs de la distribution de la mode, du luxe, de la beauté, des loisirs et de la maison en France. Il exploite les enseignes généralistes Galeries Lafayette et BHV/Marais et celles de bijouterie ou d'horlogerie Louis Pion, Guérin Joaillerie, Royal Quartz, *, ainsi que Mille et Une Listes, Eataly Paris Marais, Bazarchic et La Redoute au travers de nombreux magasins et sites internet marchands. Le groupe Galeries Lafayette propose également des prestations de tour-opérateur et d'agence de voyages via Galeries Lafayette Voyages.

** Rectification d'erreur matérielle.*

2. CFN est une société de détention, contrôlée par M. Alain Nemarq, actuel président directeur général de la société Mauboussin. Elle est active dans le secteur du courtage de valeurs mobilières et de marchandises. CFN détient, directement et indirectement via la société Patrim, [...] % du capital et de droits de vote de la société Mauboussin.
3. La société Mauboussin (ci-après « Mauboussin ») est spécialisée dans la distribution de détail d'articles de bijouterie, joaillerie, et plus accessoirement dans les articles d'horlogerie, les parfums, la maroquinerie et les lunettes. Elle est détenue à [...] % par DPF Holding, à [...] % par CFN et à [...] % par la société Delorme Freneau Mauboussin. Elle exploite un réseau de 45 boutiques en propre, 10 boutiques en commission affiliation, 22 *corners*, 4 « *shop in shop* »¹ et le site internet marchand mauboussin.fr. Elle a également une activité de fourniture de produits en gros à des détaillants multimarques et de commercialisation d'inventus auprès de déstockeurs comme Vente-Privée et Showroomprivé.
4. La société Guérin Joaillerie (ci-après « Guérin Joaillerie ») est spécialisée dans la distribution au détail d'articles de bijouterie. Elle est détenue exclusivement par le groupe Galeries Lafayette via UPLIC. Elle exploite 18 *corners* au sein des magasins du groupe Galeries Lafayette et 21 boutiques, ainsi que le site marchand www.guerin.com.
5. L'opération notifiée consiste en l'acquisition, par UPLIC et CFN, de la totalité du capital et des droits de vote de Mauboussin, via un véhicule d'acquisition et, dans un second temps, en la cession de la totalité des titres de Guérin Joaillerie, détenue exclusivement par le groupe Galeries Lafayette, à ce même véhicule d'acquisition. En ce que l'acquisition des titres de Mauboussin et le transfert de la totalité des titres de Guérin Joaillerie forment un ensemble indivisible et que cette double acquisition, organisée dans un délai rapproché par les parties, poursuit le même objectif économique, elle constitue une seule et même concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxes total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (groupe Galeries Lafayette : environ ≥ 150 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2018 ; CFN : ≤ 150 millions] d'euros pour le même exercice ; Mauboussin : ≤ 150 millions] d'euros pour le même exercice ; Guérin Joaillerie : ≤ 150 millions] d'euros pour le même exercice). Deux de ces entreprises concernées ont réalisé en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (groupe Galeries Lafayette : environ ≥ 50 millions] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2018 ; Mauboussin : ≥ 50 millions] d'euros pour le même exercice). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle relatifs au commerce de détail mentionnés au II 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.

¹ Il s'agit d'espaces de marques, parfois importants, situés à l'intérieur d'un autre magasin.

II. Délimitation des marchés pertinents

7. Le groupe Galeries Lafayette/Guérin Joaillerie et Mauboussin sont simultanément actifs dans le secteur de la vente au détail d'articles d'horlogerie, bijouterie, joaillerie et orfèvrerie (ci-après « HBJO »).
8. De manière marginale, les parties sont également actives sur les marchés de l'approvisionnement et de la vente au détail de produits déstockés, de produits de maroquinerie, de parfums et cosmétiques ainsi que de lunettes. Au regard du chevauchement d'activité marginal des parties (inférieur à deux points) sur chacun de ces marchés et des parts de marchés faibles en valeur absolue, tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux peut être d'emblée écarté².

A. LE MARCHÉ DE L'APPROVISIONNEMENT EN BIJOUX

9. S'agissant de la délimitation des marchés de produits, l'Autorité a envisagé l'existence d'un marché unique de l'approvisionnement en bijoux comprenant à la fois les articles de HBJO et de bijouterie fantaisie, tout en laissant la question ouverte³.
10. S'agissant de la délimitation des marchés géographiques, l'Autorité a retenu une dimension nationale⁴.
11. Au cas d'espèce, il n'est pas nécessaire de trancher la question de la définition exacte de ces marchés, dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées, quelle que soit les délimitations retenues.

B. LES MARCHÉS DE LA VENTE AU DÉTAIL DE BIJOUX

a) Les marchés de produits

12. S'agissant de la distribution au détail de produits HBJO, l'Autorité a distingué les marchés de (i) l'horlogerie de petit volume (montres et mouvements), (ii) la bijouterie précieuse (bijoux en métaux précieux, empierrés ou non) et (iii) la bijouterie non précieuse (bijoux plaqués de métal précieux ou composé d'un alliage incorporant des métaux précieux)⁵. Les bijoux fantaisie, ne

² Lignes directrices relatives au contrôle des concentrations, point 398.

³ Décisions n° 10-DCC-140 et n° 12-DCC-134 précitées.

⁴ Id.

⁵ Lettres du ministre de l'économie du 31 juillet 2002, relative à la fusion entre Guilde des Orfèvres et Bijoutiers de France et C2005-65 du 22 août 2005, aux conseils du groupe Douglas, relative à une concentration dans le secteur des parfums et produits cosmétiques et décisions de l'Autorité n° 10-DCC-140 du 13 octobre 2010 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Histoire d'Or Europe SAS et Financière MO Holding SAS par Bridgepoint Capital Group Limited, n° 12-DCC-98 du 20 juillet 2012 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Financière TWLC, Swiss Fashion Time, PT Switzerland, PE Time Design, Swiss Watch Group FZCO, Fortune Concept Limited et PT Far

contenant ni métal précieux, ni pierres précieuses ou semi-précieuses, appartiennent à un marché distinct.

13. Les produits de haute joaillerie, vendues par les entreprises désignées traditionnellement sous la dénomination générique de « Place Vendôme », sont également exclus, en raison notamment de leur prix de vente particulièrement élevé⁶.
14. Par ailleurs, l'Autorité 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, en distinguant la vente au détail de montres de moyenne gamme⁷. À cet égard, l'Autorité a considéré que les montres dites « de luxe », soit d'un prix supérieur à 3 000 euros, n'appartiennent pas au marché de l'HBJO mais à celui de la haute joaillerie.
15. S'agissant des canaux de distribution de produits de HBJO, l'Autorité a considéré que les bijouteries en ville, les bijouteries de centres commerciaux, les *corners*, les hypermarchés et les grands magasins sont en concurrence, compte tenu des similitudes qui existent entre ces différents formats de vente, en matière d'assortiment de bijoux, de gammes de prix, d'agencement des magasins et d'approvisionnement⁸.
16. Il n'y a pas lieu de revenir sur cette pratique décisionnelle à l'occasion de la présente instruction.

b) Les marchés géographiques

17. S'agissant de marchés de distribution au détail, la concurrence s'exerce au niveau local, sur des zones de chalandise délimitées en fonction de l'attractivité des points de vente pour les consommateurs.
18. En l'espèce, l'analyse sera menée au niveau des centres-villes lorsque les activités des parties s'y chevauchent, ainsi que dans des zones de chalandise correspondant à des rayons de 20 et 30 minutes de déplacement en voiture à partir des points de vente des sociétés cibles lorsqu'ils se situent dans un centre commercial⁹.

East Limited par la société L Capital Management SAS, n° 12-DCC-134 du 20 septembre 2012 relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés Didier Guérin SAS et Guérin Belle Epine SAS par la Société Anonyme des Galeries Lafayette.

⁶ Lettre du ministre du 31 juillet 2002 et décisions n° 10-DCC-140 et n° 12-DCC-134 précitées.

⁷ Décisions de l'Autorité n° 03-D-60 du 17 décembre 2003 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de l'horlogerie de luxe et n° 06-D-24 du 24 juillet 2006 relative à la distribution des montres commercialisées par Festina France et décision n° 12-DCC-98 précitée.

⁸ Décision n° 10-DCC-140 précitée.

⁹ Décisions n° 10-DCC-140 et n° 12-DCC-134 précitées.

III. Analyse concurrentielle

A. LE MARCHÉ DE L'APPROVISIONNEMENT EN BIJOUX

19. La part de marché cumulée des parties est estimée à [10-20] % au niveau national ([0-5] % pour Mauboussin et [5-10] % pour Galeries Lafayette/Guérin Joaillerie). Par ailleurs, les parties n'ont pas de fournisseur commun parmi leurs cinq plus importants fournisseurs d'articles de bijouterie.
20. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de l'approvisionnement en bijoux.

B. SUR LE MARCHÉ DE LA VENTE AU DÉTAIL DE BIJOUX

21. Au niveau national, les parties représentent [20-30] % des ventes de bijoux en boutiques en France. La nouvelle entité restera confrontée à la concurrence de grands groupes d'enseignes nationales spécialisées, au premier rang desquelles Thom Europe (« Marc Orian », « Histoire d'Or », « J'M », « Trésor ») et Synalia (« Julien d'Orcel », « Guilde des Orfèvres », « Mégolithes »).
22. Au niveau local, les activités des parties se chevauchent sur 44 zones de chalandises dont 9 sont situées dans des centres commerciaux¹⁰ et 35 dans des centres-villes¹¹.
23. Quelle que soit la zone de chalandise examinée, les parties détiendront moins de 40 % des boutiques de vente de bijoux. Sur chacune de ces zones, les consommateurs disposent de nombreuses alternatives constituées par plusieurs enseignes de groupes nationaux et des bijoutiers locaux. Ainsi, dans chacune de ces zones, les parties feront face à la concurrence de 4 à 84 points de vente.
24. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché des produits d'HBJO.

¹⁰ Cagnes, Marseille, Le Chesnay, Paris La Défense, Rennes, Saint Laurent du Var, Toulon, Val d'Europe et Vélizy.

¹¹ Aix-en-Provence, Amiens, Angers, Annecy, Avignon, Besançon, Bordeaux, Caen, Cannes, Chalon-sur-Saône, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, La Rochelle, Lille, Limoges, Lorient, Lyon, Marseille, Metz, Montpellier, Nancy, Nantes, Nice, Orléans, Pau, Perpignan, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg, Toulon, Toulouse et Tours. Les activités des parties se chevauchent également à Paris.

DÉCIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 19-143 est autorisée.

La présidente,

Isabelle de Silva

© Autorité de la concurrence