

FR

*Cas n° IV/M.312 -
SANOFI / YVES ST
LAURENT*

Le texte en langue française est le seul disponible et faisant foi.

**RÈGLEMENT (CEE) n° 4064/89
SUR LES CONCENTRATIONS**

Article 6, paragraphe 1, point b) NON-OPPOSITION
date: 15.03.1993

*Disponible aussi dans la base de données CELEX,
numéro de document 393M0312*

VERSION PUBLIQUE

PROCEDURE CONCENTRATIONS
Décision Article 6(1)b

Aux Parties notifiantes

Messieurs,

Objet: Affaire No IV/M.312-SANOFI/YVES SAINT LAURENT
Votre notification en application de l'article 4 du règlement du Conseil No. 4064/89

1. La notification concerne un projet de fusion-absorption des sociétés du groupe Yves Saint Laurent par la société Elf Sanofi, (ci-après "Sanofi"), filiale de la Société Nationale Elf Aquitaine.
2. Après examen de cette notification, la Commission a abouti à la conclusion que l'opération notifiée entre dans le champ d'application du règlement (CEE) du Conseil No 4064/89 et ne soulève pas de doute sérieux quant à sa compatibilité avec le marché commun.

I. LES PARTIES ET L'OPERATION

3. Sanofi est une société anonyme filiale de la Société Nationale Elf Aquitaine. Elle est principalement active dans les secteurs de la santé humaine, des bio-activités, ainsi que des parfums et produits de beauté.
4. La société Yves Saint Laurent Groupe SCA (YSLG) est une société en commandite par actions dont les associés commandités sont Yves Saint Laurent Management SARL (YSLM) et Berlys Investissements SARL. Elle est présente dans les secteurs des parfums et produits de beauté ainsi que de la haute couture.
5. L'opération consiste en une fusion-absorption des sociétés du groupe Yves Saint Laurent par Sanofi. A l'issue de cette opération, Elf Aquitaine détiendra [...] ⁽¹⁾ du capital de la nouvelle entité issue de la fusion-absorption; les autres actionnaires actuels de Sanofi en détiendront [...] ⁽²⁾, et les actionnaires actuels d'YSLG [...] ⁽³⁾.

⁽¹⁾ Secret d'affaires - plus de 50%.

⁽²⁾ Secret d'affaires - environ 30%.

⁽³⁾ Secret d'affaires - environ 15%.

II. CONCENTRATION

6. L'opération de fusion-absorption précédemment décrite aboutit à l'acquisition par le groupe Elf Aquitaine du contrôle de la nouvelle société qui en est issue. Elle constitue donc une concentration qui relève de l'article 3 1(b) du règlement.

III. DIMENSION COMMUNAUTAIRE

7. Le chiffre d'affaires total réalisé sur le plan mondial en 1991 par l'ensemble des entreprises concernées est supérieur à 5 milliards d'écus (Elf Aquitaine : 28 milliards d'écus et Yves Saint Laurent : 439 millions d'écus). Le chiffre d'affaires réalisé dans la Communauté par chacune des entreprises concernées excède 250 millions d'écus. En outre, les entreprises concernées ne réalisent pas plus des deux tiers de leurs chiffre d'affaires dans la Communauté dans un seul et même Etat membre.

En conséquence, la concentration revêt une dimension communautaire au sens de l'article 1er du règlement 4064/89.

IV. COMPATIBILITE AVEC LE MARCHÉ COMMUN. MARCHÉ DE PRODUITS PERTINENTS

8. Les parfums et produits de beauté ou produits cosmétiques recouvrent une grande variété d'articles destinés à de multiples usages comprenant notamment les produits de la parfumerie alcoolique, les articles de soin et de beauté, les produits capillaires et les produits de toilette.

La Commission a reconnu l'existence d'un marché constitué par les produits de luxe définis comme des articles de haute qualité, au prix relativement élevé, commercialisés sous une marque de prestige et généralement vendus au moyen de réseaux de distributeurs agréés.⁽⁴⁾

A l'intérieur des produits de luxe, les parties notifiantes proposent, aux fins de la présente procédure, une division en quatre catégories de produits :

- parfums féminins,
- parfums masculins,
- produits de maquillage,
- produits de soin.

Toutefois, compte tenu de ce que l'opération notifiée ne conduit pas, même si l'on considère que ces produits constituent des marchés distincts, à la création ou au renforcement d'une position dominante, cette question peut être laissée ouverte.

MARCHÉ GEOGRAPHIQUE DE REFERENCE

9. Quelques indications comme la présence des grands opérateurs dans les divers pays et l'importance des échanges intraeuropéens semblent indiquer le caractère au moins

⁽⁴⁾ Décisions de la Commission relatives à des procédures d'application de l'article 85 du Traité CEE, Yves Saint Laurent du 16 décembre 1991 (JO No 12 du 18.01.1992), et Givenchy du 24 juillet 1992 (JO No L 236 du 19.08.1992).

communautaire du marché géographique de référence. D'autres, comme l'organisation des réseaux de distribution au niveau national, pourraient suggérer l'existence de marchés nationaux.

Toutefois, cette question peut être laissée ouverte car, même sur la base de marchés géographiques nationaux, cette opération ne soulève pas de doute quant à sa compatibilité avec le marché commun.

APPRECIATION

10. L'opération notifiée n'est pas de nature à créer ou à renforcer une position dominante tant en raison du cumul des parts de marché qu'elle entraîne que des caractéristiques structurelles du marché:

- les parts de marché détenues par la nouvelle entité issue de la fusion dans l'ensemble de la Communauté restent inférieures à 10% pour les parfums féminins et masculins de luxe, les produits de maquillage de luxe et les produits de soins de luxe;

	Sanofi	YSL	Sanofi & YSL
parfums féminins de luxe	[...]*	[...]*	[...]*
parfums masculins de luxe	[...]*	[...]*	[...]*
produits de maquillage de luxe	[...]*	[...]*	[...]*
produits de soin de luxe	[...]*	[...]*	[...]*

- ces parts de marché restent également inférieures à 20% dans chaque Etat membre considéré individuellement;
- le secteur de la parfumerie et des produits de beauté est relativement peu concentré avec des différences suivant les types de produits, les taux de concentration étant plus modestes pour les produits de luxe que pour les produits de grande consommation. Ainsi, sur les deux principaux marchés européens, les vingt premières marques ont réalisé en 1991, 70 % des ventes en France et 67% en Allemagne;
- la nouvelle entité continuera à devoir faire face à des entreprises puissantes telles que L'Oréal (avec comme marques principales Lancôme et Cacharel), Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH) (marques Dior, Givenchy et Rochas) et Estée Lauder;
- une des caractéristiques essentielles de ce secteur est le lancement de produits nouveaux à un rythme régulier et soutenu, avec comme conséquence une situation de contestabilité de la position des producteurs;

* Secret d'affaires - moins de 10%.

- les barrières à l'entrée d'ordre technique ou industriel sont assez faibles. La fabrication des essences naturelles ou synthétiques ainsi qu'une partie de la recherche sont souvent exercées par un petit nombre d'entreprises qui travaillent pour l'ensemble des fabricants de parfums et de produits de beauté. Si les barrières commerciales à l'entrée sont plus importantes, notamment du fait de l'importance des dépenses publicitaires et de l'existence de système de distribution sélective, les producteurs déjà présents sur les marchés du luxe peuvent pénétrer le marché des parfums et produits de beauté dans la mesure où le facteur essentiel d'entrée est la possession d'une marque de prestige.
11. Yves Saint Laurent est également présent dans le domaine de la haute couture, marché très particulier caractérisé par la spécificité de chaque création. Les parties évaluent la valeur de ce marché à 300 millions de francs français et le chiffre d'affaires que Yves Saint Laurent y réalise à [...]⁽⁵⁾

La présente opération ne modifiera pas sensiblement la situation actuelle où seul Yves Saint Laurent est directement présent, Sanofi ne l'étant que par l'intermédiaire de la société Nina Ricci dans laquelle elle ne détient qu'une participation minoritaire et qui réalise sur ce marché un chiffre d'affaires de l'ordre de [...]⁽⁶⁾.

Même en tenant compte de ce lien indirect, sa position globale de marché ne dépasserait pas 15%, et il reste confronté à la concurrence d'une vingtaine d'autres griffes célèbres.

CONCLUSION

12. Pour les raisons exposées ci-dessus, la Commission a décidé de ne pas s'opposer à l'opération notifiée et de la déclarer compatible avec le Marché Commun.

Cette décision⁽⁵⁾ est adoptée conformément à l'article 6 paragraphe 1 point b) du règlement du Conseil No 4064/89.

Pour la Commission,

**TEXTE RECONSTITUÉ ÉLECTRONIQUEMENT / ELECTRONICALLY RE-CREATED
TEXT / ELEKTRONISCH NACHGEBILDETER TEXT**

⁽⁵⁾ Secret d'affaires.

⁽⁶⁾ Secret d'affaires.