



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

Secretaría de Comercio


ESCOPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

121



BUENOS AIRES,

~ 5 AGO 2014

VISTO el Expediente N° S01:0244594/2011 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

CONSIDERANDO:

Que, en las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SUBSECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 6° a 16 y 58 de dicha ley.

Que la operación de concentración económica que se notifica consiste en la contribución por parte de los señores Don Francesco TRAPANI, Don Nicola BULGARI y Don Paolo BULGARI y la firma BULGARI S.P.A. de todas sus acciones en la firma antes mencionada, a la firma LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A., a cambio de las acciones nuevas emitidas por esta firma.

Que el día 5 de marzo de 2011, la firma LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A. y los señores Don Francesco TRAPANI, Don Nicola BULGARI y Don Paolo BULGARI y la firma BULGARI S.P.A., celebraron un Acuerdo de Contribución, en virtud del cual los vendedores contribuirán a la firma LVMH MOËT HENNESSY

PROY - S01

7607





Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

121



LOUIS VUITTON S.A. todas sus acciones en la firma BULGARI S.P.A., y por ende, la mayoría del capital social y de los derechos de voto. Posteriormente, de conformidad con el reglamento de la Bolsa de Comercio de Milán, la firma LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A. estará obligada a realizar una oferta al mercado para adquirir el resto de las acciones de la firma BULGARI S.P.A.

Que como resultado, la firma LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A. adquirirá el control exclusivo sobre la firma BULGARI S.P.A.

Que la oferta, a un precio de EUROS DOCE CON VEINTICINCO CENTAVOS (€ 12,25) por acción, estará dirigida a eliminar a la firma BULGARI S.P.A. de la lista de empresas que cotizan en Bolsa.

Que las sociedades involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el Artículo 8º de la Ley Nº 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 6º, inciso c) de la Ley Nº 25.156.

Que en virtud del análisis realizado, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 7º de la Ley Nº 25.156, toda vez que de los elementos reunidos en las presentes actuaciones no se desprende que tenga entidad suficiente para restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, por este motivo, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA

PROY-S01
7607



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

Secretaría de Comercio

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

121



COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio autorizar la operación notificada consistente en la toma de control de la firma BULGARI S.P.A., por parte de la firma LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A. a través de un Acuerdo de Contribución, aceptado con fecha 5 de marzo de 2011, todo ello en virtud de lo establecido en el Artículo 13, inciso a) de la Ley Nº 25.156.

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen Nº 1069 de fecha 25 de julio de 2014 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo y forma parte integrante de la presente resolución.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 13 y 58 de la Ley Nº 25.156.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Autorízase la operación notificada consistente en la toma de control de la firma BULGARI S.P.A., por parte de la firma LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A. a través de un Acuerdo de Contribución, aceptado con fecha 5 de marzo de 2011, todo ello en virtud de lo establecido en el Artículo 13, inciso a) de la Ley Nº 25.156.

ARTÍCULO 2º.- Considérase parte integrante de la presente resolución, al Dictamen Nº 1069 de fecha 25 de julio de 2014 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE

PROY-S01

7607

AC



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

Secretaría de Comercio

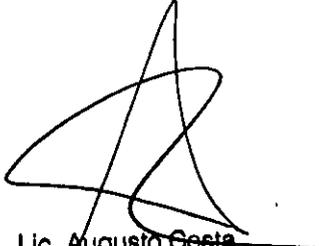
ESCOPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SUBSECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, que en TREINTA Y CINCO (35) hojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N° 121


Lic. Augusto Gesta
Secretario de Comercio
Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

PROY-S01
7607



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

MARTIN R. ATAEFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Expte. N° S01:0244594/2011 (Conc. N° 915) RN/ SeA - PFZ

121

DICTAMEN N° 1069.

BUENOS AIRES,

25 III 2014

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0244594/2011 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, caratulado: "LVMH MOET HENNESSY LOUIS VUITTON, GROUPE ARNAULT S.A.S., PAOLO BULGARI Y OTROS S/ NOTIFICACIÓN ART. 8 LEY 25.156 (Conc. 915)".

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

La operación

1. La operación notificada consiste en la contribución por parte de **Francesco Trapani, Nicola Bulgari, Paolo Bulgari y BULGARI S.p.A.** (en adelante "LOS VENDEDORES") de todas sus acciones en BULGARI S.p.A. (en adelante "BULGARI") a **LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.** (en adelante "LVMH"), a cambio de acciones nuevas emitidas por LVMH.
2. El 5 de Marzo de 2011, LVMH y LOS VENDEDORES celebraron un Acuerdo de Contribución, en virtud del cual LOS VENDEDORES contribuirán a LVMH todas sus acciones en BULGARI, y por ende, la mayoría del capital social y de los derechos de voto. Posteriormente, de conformidad con el reglamento de la Bolsa de Comercio de Milán, LVMH estará obligado a realizar una oferta al mercado para adquirir el resto de las acciones de BULGARI. Como resultado, LVMH adquirirá control exclusivo sobre BULGARI. La oferta, a un precio de 12,25 Euros por acción, estará dirigida a eliminar a BULGARI de la lista de empresas que cotizan en Bolsa.

PROY-S01
7607



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

MARTÍN R. ATAÉFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia



127

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

3. De acuerdo con el Acuerdo de contribución, LOS VENDEDORES contribuirán a LVMH 152.486.348 acciones en BULGARI, equivalentes a 50,43% del capital social; y todas las acciones en BULGARI que los Vendedores adquieran antes de la fecha de transferencia efectiva a LVMH de las Acciones en BULGARI Iniciales.
4. Con motivo de esta contribución, LVMH incrementará su capital social a favor de LOS VENDEDORES, emitiendo 16.530.588 acciones nuevas, equivalentes aproximadamente al 3% del capital social de LVMH luego de dicha emisión, a cambio de las Acciones en BULGARI Iniciales. A su vez se emitirán acciones adicionales a favor de LOS VENDEDORES en caso que existan Acciones en BULGARI Adicionales.
5. Además, luego de haber celebrado el Acuerdo, LVMH ha comprado algunas acciones de BULGARI en la Bolsa de Milán, sin haber adquirido control de BULGARI como resultado de dicha compra.
6. Como resultado de la implementación del Acuerdo de Contribución, LVMH será el accionista mayoritario en BULGARI, obteniendo más del 50% del capital social, y adquiriendo control exclusivo sobre dicha empresa.
7. Por otro lado, LVMH y LOS VENDEDORES acordaron que el Sr. Paolo Bulgari y el Sr. Nicola Bulgari mantendrán sus cargos de Presidente y Vicepresidente de directorio de BULGARI. Los Vendedores tendrán el derecho de designar a dos representantes en el directorio de LVMH. El Sr. Francesco Trapani (CEO de Bulgari) se unirá al comité ejecutivo de LVMH y será designado gerente de la división de Relojes y Joyería de dicha empresa, comenzando en dicha función a partir del segundo semestre de 2011. Ninguno de estos cargos otorgará control a ningún miembro de la Familia Bulgari sobre LVMH.

Y-S01
7607

La actividad de las partes:

La parte compradora.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

MARTÍN R. ATAEFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

121



8. LVMH es una sociedad anónima constituida de conformidad con las leyes de Francia y cuya sede social se encuentra en París. Controla varias subsidiarias activas a nivel mundial en el mercado de productos de lujo, en particular en las siguientes áreas: vinos y bebidas espirituosas, artículos de moda y marroquinería (incluyendo accesorios), perfumes y cosméticos, relojes y joyería, venta minorista selectiva, así como en la industria de yates de lujo. LVMH también se encuentra activa en Francia en el sector de medios audiovisuales a través de su subsidiaria Groupe Les Echos.

9. Como sociedad holding, la actividad principal de LVMH es la administración y coordinación de la operación de sus subsidiarias, proveyendo a las mismas servicios administrativos de asistencia, particularmente en materia de asuntos legales, financieros y de seguros.

10. LVMH opera principalmente en la producción y venta de productos de lujo, y es propietaria, a través de sus subsidiarias, de una cartera de más de 60 marcas de lujo y más de 2.500 puntos de venta alrededor del mundo, incluyendo tanto tiendas propias de dichas marcas como tiendas que son parte de cadenas de distribución selectiva. El Grupo LVMH tiene actividad en aproximadamente 90 países, incluyendo Argentina, y emplea alrededor de 83.500 personas a nivel mundial. La facturación mundial del Grupo LVMH en el año 2010 fue de EUR 20.320 millones.

11. Las actividades del Grupo LVMH están estructuradas internamente en cinco sectores: Vinos y bebidas espirituosas; Artículos de moda y marroquinería, incluyendo accesorios; Perfumes y cosméticos; Relojes y joyería; Venta minorista selectiva; y Otras actividades, incluyendo las industrias de medios audiovisuales y de yates de lujo.

12. LVMH es controlada en última instancia por GROUPE ARNAULT S.A.S. (en adelante "GROUPE ARNAULT"), propietario del 47,64% del capital social de LVMH y del 63,66% de los derechos de voto. El resto de las acciones de LVMH se comercian públicamente en la Eurolist de Euronext Paris. Además de controlar a LVMH, GROUPE ARNAULT

ROY-S01
607

[Handwritten signatures and initials]

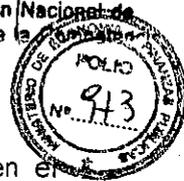


Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

MARTÍN R. ATAEFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia



721

controla indirectamente a CHRISTIAN DIOR COUTURE S.A., también activa en el mercado de productos de lujo.

13. Asimismo, GROUPE ARNAULT y LVMH son indirectamente propietarias del 100% del capital de L REAL ESTATE, subsidiaria de L REAL ESTATE S.C.A., un fondo de inversión especializado en la inversión en bienes raíces con una cartera de inversiones en Asia y los Estados Unidos, que no se encuentran de manera alguna conectadas con los sectores económicos pertinentes a esta Transacción.

14. LVMH es también propietaria del 100% de las acciones de L CAPITAL MANAGEMENT, empresa que administra dos fondos de capitales focalizados en cuatro sectores de inversión: cuidado personal y bienestar; equipamiento personal; equipamiento familiar y hogareño, y venta selectiva.

15. LVMH también participa indirectamente en el 100% de las acciones de L CAPITAL ASIA ADVISORS, empresa que administra un nuevo fondo privado de inversión, L CAPITAL ASIA, el cual se configuró en Diciembre de 2010, y que tiene actividades exclusivamente en el sudeste de Asia.

16. GROUPE ARNAULT es una empresa constituida y existente de conformidad con las leyes de Francia. Controla a Christian Dior Couture S.A.

17. GROUPE ARNAULT se encuentra controlada por el Sr. Bernard Arnault y su familia, quienes poseen 50% o más del derecho de voto en dicha empresa.

18. En Argentina, LVMH y GROUPE ARNAULT poseen las siguientes empresas:

19. BODEGAS CHANDON S.A., una empresa constituida y existente bajo las leyes de Argentina, con actividad en la producción y comercialización de vinos y bebidas espirituosas. Sus controlantes son LVMH B.V. (1 acción de 1.600.000) y MHCS (99.99%).

PROY-S01
607

N

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

MARTÍN R. ATAEFE
Secretaría Lejada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia



121

20. CHEVAL DES ANDES S.A., una empresa constituida y existente bajo las leyes de Argentina, con actividad en la producción y comercialización de vinos y bebidas espirituosas. Sus controlantes son Andes Investments S.A. (50%) y Moët Hennessy (50%).

21. LOUIS VUITTON ARGENTINA S.A., una empresa constituida y existente bajo las leyes de Argentina, con actividad en la comercialización de artículos de moda y marroquinería, incluyendo accesorios, y relojes. Sus controlantes son Louis Vuitton Malletier (94.998%), Societe des Magasins Louis Vuitton France (5%) y Louis Vuitton North America, Inc. (0,002%).

22. FRANCE ARGENTINE COSMETIC S.A. (FACSA), una compañía incorporada y existente bajo las leyes de Argentina, con actividad en la importación y comercialización de fragancias y cosméticos. Sus controlantes son Parfums Christian Dior (74,25%) y LVMH Fragrance Brands (25,75%).

23. Empresas constituidas en el exterior pero que exportan a Argentina:

24. FENDI S.R.L., una empresa constituida y existente bajo las leyes de Italia, con actividad en la producción y distribución de productos Fendi históricos, es decir, artículos de marroquinería, productos listos para usar, zapatos y pieles. En el año 2010 realizó exportaciones insignificantes a Argentina (EUR 200.000). Se encuentra controlada indirectamente por LVMH en un 100%.

7607-301

25. KENZO S.A., una empresa constituida y existente bajo las leyes de Francia, con actividad en la producción de productos listos para usar. En el año 2010 exportó a Argentina productos listos para usar para hombre y mujer, al igual que accesorios y artículos de marroquinería por el valor de EUR 500.000. Se encuentra controlada indirectamente por LVMH en un 100%.

26. PRINCESS YACHTS INTERNATIONAL PLC, una empresa constituida y existente bajo las leyes de Inglaterra, con actividad en la producción de yates a motor de lujo. En el

[Handwritten signatures and scribbles]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL
ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

MARTÍN R. ATAËFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia



121

año 2010 realizó exportaciones insignificantes a Argentina (EUR 4.5 millones). Se encuentra controlada por RNO Limited (Inglaterra), que a su vez se encuentra indirectamente controlada por L Capital Management, la empresa administradora de FCPR L Capital 2, junto con LVMH y Groupe Arnault.

27. CALLIGARIS S.P.A., una empresa constituida y existente bajo las leyes de Italia, con actividad en el diseño y manufactura de muebles para el hogar. En el año 2010 realizó exportaciones insignificantes a Argentina (EUR 14.000). FCPR L Capital 2 cuenta con una participación del 40 % en Calligaris S.p.A., teniendo L Capital Management el control de la administración. Esta última empresa se encuentra a su vez controlada por LVMH.

28. ZENITH, una sucursal de LVMH Swiss Manufacture SA, empresa constituida y existente bajo las leyes de Suiza, es un fabricante de relojes de alta gama que se encarga exclusivamente del diseño y producción de los relojes de alta gama que ofrece. En el año 2010 exportó relojes de lujo a la Argentina. Se encuentra controlada indirectamente por LVMH en un 100%.

29. MHCS SCS, una empresa constituida y existente bajo las leyes de Francia, con actividad en la producción de vinos y bebidas espirituosas. En el año 2010 realizó exportaciones de champagne, vodka y whisky a Argentina. Es 100% controlada por Moet Hennessy.

La parte Vendedora

30. FRANCESCO TRAPANI, NICOLA BULGARI, PAOLO BULGARI, son ciudadanos italianos, que no se encuentran registrados como comerciantes en el Registro Público de la ciudad de Buenos Aires y no cuentan con número de C.U.I.T. Los Vendedores son accionistas directos de Bulgari, contando en forma conjunta aproximadamente con el 50,43% del capital social de Bulgari al 5 de marzo de 2011. El resto de las acciones de Bulgari cotizan en la Bolsa de Comercio de Milán.

PROY-S01
7607

(Handwritten signatures and scribbles)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



MARTÍN R. ATAÉFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

121

31. BULGARI es dueña de la marca "BVLGARI" y, como empresa *holding*, realiza actividades de coordinación en las áreas de desarrollo de productos, marketing, finanzas y administración de recursos humanos.

32. Bulgari opera a través de sus subsidiarias (en conjunto, el "Grupo Bulgari") en el mercado de productos de lujo. El Grupo Bulgari tiene su actividad principal en los siguientes tres sectores: Joyería y relojes, Perfumes y cosméticos, y Artículos de moda y marroquinería, incluyendo accesorios. En menor medida, el Grupo Bulgari también tiene actividad operando hoteles y restaurantes.

33. El Grupo Bulgari está activo en aproximadamente 60 países y emplea alrededor de 4.000 personas a nivel mundial. Controla una cadena de 293 locales de venta alrededor del mundo, de los cuales 120 son operados por terceros bajo licencia.

34. Bulgari tiene actividad en Argentina exclusivamente a través de exportaciones a través de las siguientes subsidiarias:

35. Bulgari Corporation of America, una empresa organizada y existente bajo las leyes de Estados Unidos, que distribuye productos Bulgari en los Estados Unidos y a varios minoristas alrededor del mundo. En ese sentido, esta empresa se encuentra a cargo en Argentina de la distribución local de joyas, relojes y accesorios al igual que de la distribución de perfumes a minoristas localizados en aeropuertos y áreas libres de impuestos en Argentina. Se encuentra 100% controlada por Bulgari International Corporation (BIC) N.V., la que a su vez es 100% controlada por Bulgari S.p.A.

36. Bulgari Ireland Limited, una empresa organizada y existente bajo las leyes de Irlanda, cuya actividad principal es la venta, importación y exportación (mayorista y minorista) de joyería, relojes, accesorios de moda, perfumes y cosméticos, y proveer asesoramiento financiero interno y servicios a negocios y empresas dentro del Grupo Bulgari. Esta empresa también se encuentra a cargo de la distribución doméstica en

PROY-S01
7607

A

4

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



MARTÍN R. ATÁEFFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

121

Argentina de joyas, relojes y accesorios a minoristas localizados en aeropuertos y áreas libres de impuestos en Argentina. Bulgari S.p.A. es 100% controlante de esta empresa.

II.- ENCUADRE LEGAL

- 37. Las sociedades involucradas dieron cumplimiento a los requerimientos de esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA efectuados en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 58 de la Ley N° 25.156, notificando la operación en tiempo y forma de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 8 de dicha norma y su Decreto Reglamentario N° 89/2001.
- 38. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del artículo 6°, inciso c) de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia.
- 39. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$200.000.000) establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, y la operación no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

III. PROCEDIMIENTO

Y-S01
7607

- 40. El día 24 de junio de 2011, los apoderados de LVMH, GROUPE ARNAULT, PAOLO BULGARI, NICOLA BULGARI, FRANCESCO TRAPANI y BULGARI, presentaron el Formulario F1 de notificación de operaciones de concentración económica.
- 41. Con fecha 14 de julio de 2011, esta Comisión Nacional hizo saber a las partes que previo a todo proveer deberían adecuar la presentación a lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/2001, comunicando a los notificantes que no comenzaría a correr el plazo establecido por el artículo 13 de la Ley N° 25.156, ni se dará curso a la notificación efectuada hasta tanto no dieran respuesta a lo indicado.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



MARTIN R. ATARFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

121

- 42. El día 16 de agosto de 2011, las partes efectuaron una presentación en relación a la información solicitada, adecuando la presentación a lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/2001.
- 43. Sin embargo, tras analizar la presentación efectuada, con fecha 25 de agosto de 2011 esta Comisión Nacional consideró que la misma se hallaba incompleta, realizando observaciones al Formulario presentado, que fueron notificadas a las partes en la misma fecha y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas quedaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 44. El día 6 de octubre de 2011 los apoderados de las partes realizaron una presentación con el fin de dar cumplimiento a lo requerido por esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.
- 45. Habiendo analizado la presentación efectuada por las partes, esta Comisión Nacional, entendió que la misma no satisfacía los requerimientos establecidos en el Formulario F1, por lo que procedió a realizar observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes el día 8 de noviembre de 2011, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 46. Con fecha 23 de diciembre de 2011, se presentaron las partes notificantes a los efectos de contestar el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional.
- 47. Con fecha 26 de enero de 2012, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes el día 27 de enero de 2012, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

PROY-CC.
7607



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



MARTÍN R. ATABEEN
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

121

- 48. El día 14 de marzo de 2012 se presentaron las partes notificantes contestando el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional.
- 49. Con fecha 17 de abril de 2012, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes el día 18 de abril de 2012, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 50. El día 4 de junio de 2012 se presentaron las partes notificantes a los efectos de contestar el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional.
- 51. Con fecha 16 de julio de 2013, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes en la misma fecha, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 52. El día 28 de agosto de 2012 se presentaron las partes notificantes a los efectos de contestar el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional.

PROY-331
7607

- 53. Con fecha 16 de octubre de 2012, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a las partes el día 17 de octubre de 2012, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

- 54. El día 29 de noviembre de 2012 se presentaron las partes notificantes a los efectos de contestar el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional.

(Handwritten signatures and initials)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



MARTIN R. ATAËFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

121

55. Con fecha 4 de febrero de 2013, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes el día 7 de febrero de 2013, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

56. El día 22 de marzo de 2013 se presentaron las partes notificantes a los efectos de contestar el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional.

57. Con fecha 17 de abril de 2013, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información acompañada se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes en la misma fecha, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156

58. El día 18 de abril de 2013 se presentaron las partes notificantes a los efectos de contestar el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional

59. Con fecha 18 de junio de 2013, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes en la misma fecha, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

60. El día 2 de agosto de 2013 se presentaron las partes notificantes a los efectos de contestar el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional.

61. Con fecha 20 de septiembre de 2013, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información presentada se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes en la misma

PROY-S01
7607

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



MARTÍN R. ATASEE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

121

fecha, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

62. Con fecha 30 de septiembre de 2013, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información presentada se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes en la misma fecha, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156

63. Los días 4 de noviembre y 11 de diciembre de 2013 se presentaron las partes notificantes a los efectos de contestar el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional.

64. Con fecha 20 de enero de 2014, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información presentada se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes en la misma fecha, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

65. El día 5 de marzo de 2014 se presentaron las partes notificantes a los efectos de contestar el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional.

66. Con fecha 7 de abril de 2014, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información presentada se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes el día 8 de abril de 2014, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

67. El día 9 de abril de 2014 se presentaron las partes notificantes a los efectos de contestar el requerimiento efectuado oportunamente por esta Comisión Nacional.

PROY-S01
7607

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



MARTIN R. ATAEFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

121

68. Con fecha 23 de mayo de 2014, esta Comisión Nacional, hizo saber a las partes que la información presentada se encontraba incompleta, por lo que procedió a realizar las observaciones pertinentes que fueron notificadas a los presentantes en la misma fecha, continuando suspendido en consecuencia el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

69. Finalmente con fecha 6 de junio de 2014, los apoderados de las partes notificantes en esta operación, presentaron la información requerida, dándose por cumplido el Formulario F1 de notificación presentado y reanudándose el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156, el primer día hábil posterior a dicha presentación.

IV. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA.

IV. 1. Naturaleza Económica de la operación

70. La concentración económica que se notifica consiste en la contribución por parte de los tres principales accionistas en BULGARI, de todas sus acciones, a LVMH, (Acuerdo de Contratación) que representa el 50,43% del capital social, e idéntica proporción de derechos de voto de la empresa, a cambio de acciones nuevas emitidas por LVMH. Como consecuencia de la Operación, LVMH será el accionista mayoritario de BULGARI, con lo cual adquiere el control exclusivo sobre dicha empresa.

71. LVMH opera a nivel internacional en la producción y venta de productos de lujo, y es propietaria, a través de sus subsidiarias (en conjunto, el "GRUPO LVMH"), de una cartera de más de 60 marcas de lujo y más de 2.500 puntos de venta alrededor del mundo, incluyendo tanto tiendas propias de dichas marcas como tiendas que son parte de cadenas de distribución selectiva. El GRUPO LVMH tiene actividad en aproximadamente 90 países, con una facturación mundial en el año 2010 de EUR 20.320 millones, y 83.500 empleados.

PROY-001
7607



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

ES COPIA

ALAN CONTRERAS SANTARELLI

Dirección de Despacho

MARTIN R. ATAEFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia



121

72. LVMH a través de sus subsidiarias activas a nivel mundial en el mercado de productos de lujo, se encuentra presente en las siguientes áreas: vinos y bebidas espirituosas, artículos de moda y marroquinería (incluyendo accesorios), perfumes y cosméticos, relojes y joyería, venta minorista selectiva, así como en la industria de yates de lujo.

73. LVMH es controlada por GROUPE ARNAULT, propietario del 47,64% del capital social de LVMH y del 63,66% de los derechos de voto. El resto de las acciones de LVMH se comercian públicamente en la Eurolist de Euronext Paris. Además de controlar a LVMH, GROUPE ARNAULT controla indirectamente a CHRISTIAN DIOR COUTURE S.A., también activa en el mercado de productos de lujo.

74. A continuación se detalla la facturación del GRUPO LVMH en el año 2010, en función de cada uno de los cinco sectores mencionados, a nivel global:

Ingresos del GRUPO LVMH por sector en el año 2010

(Millones de Euros)	2010
Vinos y Bebidas Espirituosas	3.261
Artículos de moda y marroquinería*	7.581
Perfumes y Cosméticos	3.076
Relojes y Joyería	985
Venta al público selectiva	5.378

PROV-301
7607



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL**

**ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho**



MARTÍN R. ATAEFE
 Secretaría Letrada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

121

Otras actividades	39
Total	20.320

Fuente: LVMH 2010 Document de référence¹ (página 4) *incluyendo accesorios

75. Las actividades del GRUPO LVMH tienen una cobertura mundial, que puede ser detallada de la siguiente manera:

Ingresos del GRUPO LVMH por región geográfica en el año 2010

(Porcentaje)	2010
Francia	13
Europa (excluyendo Francia)	21
Estados Unidos	23
Japón	9
Asia (excluyendo Japón)	25

BOY-S01
 7607

¹ Dicho documento se encuentra disponible en <http://www.lvmh.com/comfi/pdf/LVMH-2010-Reference-Document.pdf>



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



MARTIN R. ATAÉFE
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

121

Otros mercados	9
Total	100

Fuente: LVMH 2010 Document de référence (página 4)

76. El GRUPO LVMH se encuentra activo en el mercado de productos de lujo. Es propietario y opera las siguientes marcas, clasificadas de acuerdo con los cinco sectores mencionados previamente:

• Vinos y bebidas espirituosas: la estrategia del GRUPO LVMH está focalizada en el segmento *premium* del sector de vinos y bebidas espirituosas, el cual está dividido en dos áreas:

(i) *Champagne y vinos premium*, en el cual el GRUPO LVMH es propietario de varias prestigiosas marcas. En champagne: Moët & Chandon, Dom Perignon, Veuve Clicquot, Krug, Mercier y Ruinart. En vinos: Château d'Yquem, la marca Chandon (que incluye los vinos Moët Hennessy producidos en California, Argentina, Brasil y Australia por Fincas Chandon), un número de prestigiosos vinos de New World (Cape Mentelle y Green Point en Australia, Cloudy Bay en Nueva Zelanda, y Newton en California) al igual que la compañía de vinos española Numanthia Termes. Asimismo, en 2009, el GRUPO LVMH adquirió el 50% de Château Cheval Blanc al GROUPE ARNAULT.

(ii) *Cognac y bebidas espirituosas*, un área en el cuál el GRUPO LVMH es propietaria de las siguientes marcas de renombre: Hennessy (cognac), Glenmorangie y Ardbeg (whiskies), Belvedere (vodka), 10 Cane (ron) y Wenjun (Bebida blanca espirituosa china).

Y-S01
7607

Handwritten signatures and scribbles at the bottom of the page.



ES COPIA FIEL
 ORIGINAL



MARTIN R. ATAEN
 Secretario Letrado
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

ES COPIA
 ALAN GONTHREAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

121

- Artículos de moda y marroquinería, incluyendo accesorios²: las subsidiarias del GRUPO LVMH tienen actividad en este sector a través de las siguientes *maisons*: Louis Vuitton, Fendi, Donna Karan, Loewe S.A., Marc Jacobs, Céline, Berluti, Kenzo, Givenchy, Emilio Pucci, Rossimoda y Thomas Pink.
- Perfumes y cosméticos: el GRUPO LVMH se encuentra presente en este sector a través de sus grandes casas francesas: Christian Dior, Guerlain, Givenchy y Kenzo. El GRUPO LVMH también incluye a Benefit Cosmetics y Fresh (dos compañías de cosméticos estadounidenses), la marca inglesa de cuidados para la piel Nude, la marca italiana Acqua di Parma, la marca española Parfums Loewe, y Make Up For Ever, una empresa francesa especializada originalmente en productos para maquillaje profesional. Fendi y Pucci también se encuentran activas en el sector de perfumes y cosméticos.

Las marcas de perfumes y cosméticos del GRUPO LVMH se venden en circuitos de venta selectivos (en lugar de ser vendidos en el mercado masivo, o a través de locales de venta generales y farmacias).

- Relojes y Joyería: el GRUPO LVMH se ha expandido en este sector recientemente, mediante una cartera complementaria de marcas de relojería y joyería de calidad, a saber: TAG Heuer, Zenith, Hublot; Dior, Chaumet, Louis Vuitton, Fred y De Beers Diamond Jewellers, un *joint venture* formado en Julio de 2011, que se encuentra posicionado como joyería de diamantes.

- Venta al público selectiva: este sector está diseñado dentro del GRUPO LVMH para promover un ambiente apropiado con la imagen y status de los productos de lujo. En este sentido, el GRUPO LVMH tiene actividad en Europa, América del Norte, Asia y el Medio Oriente, operando en puntos de venta selectivos, tales como

JY-001
 7607

² Accesorios confeccionados sin metales ni piedras preciosos.

[Handwritten signatures and scribbles]



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL



MARTIN R. ATAEPE
 Secretario Estrada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

121

DFS (que no tiene presencia en Argentina), Miami Cruiseline³, Sephora (una cadena de tiendas de productos de belleza tales como fragancias, maquillaje, productos para el cuidado de la piel y accesorios, que tampoco tiene actividad en Argentina) y la tienda de departamentos parisina Le Bon Marché (que incluye la tienda Franck et Fils en París).

• Otras actividades: el GRUPO LVMH controla también las siguientes empresas:

- (i) El grupo Les Echos (adquirido por el GRUPO LVMH en Diciembre de 2007), que incluye: Les Echos (un periódico financiero francés), LesEchos.fr (website de Les Echos), la revista de negocios Enjeux-Les Echos y otros servicios de negocios especializados. El GRUPO LVMH también controla un número de otras firmas financieras y de medios audiovisuales, como por ejemplo Investir, Connaissance des Arts, la editorial literaria Arlea y la estación de radio francesa Radio Classique.
- (ii) The Samaritaine, un complejo de bienes raíces ubicado en París, que hasta el año 2005 poseía una tienda de departamentos. La misma fue luego clausurada por razones de seguridad. Arquitectos han diseñado un proyecto sujeto a autorizaciones administrativas para transformar el edificio en un complejo que incluya oficinas, viviendas, un hotel y un shopping. En Noviembre de 2010, LVMH llegó a un acuerdo con Fondation Cognacq-Jay para adquirir el 40,1% de participación accionaria en The Samaritaine.
- (iii) Royal Van Lent, una diseñadora de yates bajo la marca Feadship.

PROY-S01
 607

³ Ya que Miami Cruiseline Services es un vendedor a bordo que ofrece a pasajeros de cruceros (principalmente clientes estadounidenses) productos libres de impuestos, LVMH consolida toda su facturación en sus subsidiarias estadounidenses. A fin de realizar un análisis exhaustivo, se informa que los barcos de Miami Cruiseline Services realizan paradas ocasionales en Buenos Aires, Ushuaia y Puerto Madryn.



**COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL**

COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho



MARTIN R. ATAE...
 Secretaria Letrada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

121

77. A fines de agotar el análisis, debe mencionarse que el GROUPE ARNAULT es dueño del hotel Cheval Blanc en Courchevel (en los Alpes franceses). Por otro lado, el GRUPO LVMH ha celebrado acuerdos de administración para la operación de un reducido número de hoteles de lujo que se inaugurarían en 2012, de los cuáles ninguno estará ubicado en Argentina.
78. Asimismo, GROUPE ARNAULT y LVMH son indirectamente propietarias del 100% del capital de L Real Estate, subsidiaria de L Real Estate S.C.A., un fondo de inversión especializado en la inversión en bienes raíces con una cartera de inversiones en Asia y los Estados Unidos.
79. LVMH es también propietaria del 100% de las acciones de L Capital Management, empresa que administra dos fondos de capitales privados (FCPR L Capital 2 and FCPR L Capital 3) focalizados en cuatro sectores de inversión: cuidado personal y bienestar; equipamiento personal; equipamiento familiar y hogareño, y venta selectiva⁴. Para

⁴ FCPR L Capital 2 posee una participación en Calligaris (diseñadora de muebles) y Princess Yachts International plc (proveedora de yates), dos empresas que han tenido ventas insignificantes en Argentina. Se entiende que estas participaciones no son relevantes para el análisis de la presente transacción desde el punto de vista de la defensa de la competencia, ya que ninguna de ellas se relaciona con los mercados relevantes que se analizan más adelante, respecto de los cuales los efectos son de conglomerado.

Para completar el análisis, FCPR L Capital 2 también posee una participación en Groupe SMCP (empresa propietaria de las marcas Sandro, Maje y Claudie Pierlot) y Pepe Jeans, dos empresas activas en el mercado de ropa sofisticada ("chic") deportiva/de jean/casual. Se entiende que estas participaciones no son relevantes para el análisis de la presente Transacción, dado que Groupe SMCP y Pepe Jeans no tienen ventas en Argentina.

FCPR L Capital 2 también posee una participación en Stroili Oro SpA, una empresa con actividad en el mercado de joyería de rango medio y bijouterie, un segmento completamente distinto del segmento de relojes y joyería de alta gama en el que operan las Partes. En cualquier caso, Stroili SpA no tiene ventas en Argentina. Se coincide con las partes en que esta empresa no es relevante para el análisis de la presente Transacción desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

Por último, FCPR L Capital 2 también posee una participación en La Gardenia Beauty SpA, una cadena de distribución y venta selectiva de perfumes y cosméticos con actividad en Italia. La Gardenia Beauty SpA no

F. 001
 7607



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho



MARTIN R. ATAERE
 Secretaria Lejada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

121

completar el análisis, debe mencionarse que L Capital Management está liquidando actualmente su fondo de inversión FCPR L Capital.

LVMH también participa indirectamente en el 100% de las acciones de L Capital Asia Advisors, empresa que administra un nuevo fondo privado de inversión, L Capital Asia, el cual se configuró en Diciembre de 2010, y que tiene actividades exclusivamente en el sudeste de Asia (principalmente China e India).

80. Las empresas de LVMH constituidas en Argentina, son:

- (i) Bodegas Chandon S.A., con actividad en la producción y comercialización de vinos y bebidas espirituosas. Sus controlantes son LVMH B.V. (1 acción de 1.600.000) y MHCS (99.99%).
- (ii) Cheval Des Andes S.A., con actividad en la producción y comercialización de vinos y bebidas espirituosas. Sus controlantes son Andes Investments S.A. (50%) y Moët Hennessy (50%).
- (iii) Louis Vuitton Argentina S.A., con actividad en la comercialización de artículos de moda y marroquinería, incluyendo accesorios, y relojes. Sus controlantes son Louis Vuitton Malletier (94.998%), Societe des Magasins Louis Vuitton France (5%) y Louis Vuitton North America, Inc. (0,002%).

PROY-S01
 707

tiene ventas en Argentina. Por lo tanto, se considera que esta empresa no es relevante para el análisis de la presente Transacción desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

(Handwritten signatures and marks)



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL



MARTIN R. JATARELLI
 Secretario Letrado
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

121

- (iv) France Argentine Cosmetic S.A. (FACSA), con actividad en la importación y comercialización de fragancias y cosméticos. Sus controlantes son Parfums Christian Dior (74,25%) y LVMH Fragrance Brands (25,75%).

81. Empresas constituidas en el exterior pero que exportan a Argentina:

- (v) Fendi S.R.L., una empresa constituida y existente bajo las leyes de Italia, con actividad en la producción y distribución de productos Fendi históricos (es decir, artículos de marroquinería, productos listos para usar, zapatos y pieles). En el año 2010 realizó exportaciones a Argentina (EUR 200.000). Se encuentra controlada indirectamente por LVMH en un 100%.
- (vi) Kenzo S.A., una empresa constituida y existente bajo las leyes de Francia, con actividad en la producción de productos listos para usar. En el año 2010 exportó a Argentina productos listos para usar para hombre y mujer, al igual que accesorios y artículos de marroquinería por el valor de EUR 500.000. Se encuentra controlada indirectamente por LVMH en un 100%.
- (vii) Princess Yachts International plc, una empresa constituida y existente bajo las leyes de Inglaterra, con actividad en la producción de yates a motor de lujo. En el año 2010 realizó exportaciones insignificantes a Argentina (EUR 4.5 millones). Se encuentra controlada por RNO Limited (Inglaterra), que a su vez se encuentra indirectamente controlada por L Capital Management, la empresa administradora de FCPR L Capital 2, junto con LVMH y GROUPE ARNAULT.
- (viii) Calligaris S.p.A., una empresa constituida y existente bajo las leyes de Italia, con actividad en el diseño y manufactura de muebles para el hogar.

PROY-S01
 7607

(Handwritten signatures and initials)



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho



MARTIN R. ATAEFE
 Secretaria Lejada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

127

En el año 2010 realizó exportaciones insignificantes a Argentina (EUR 14.000). FCPR L Capital 2 cuenta con una participación del 40 % en Calligaris S.p.A., teniendo L Capital Management el control de la administración. Esta última empresa se encuentra a su vez controlada por LVMH.

- (ix) Zenith, una sucursal de LVMH Swiss Manufacture SA, empresa constituida y existente bajo las leyes de Suiza, es un fabricante de relojes de alta gama que se encarga exclusivamente del diseño y producción de los relojes de alta gama que ofrece. En el año 2010 exportó relojes de lujo a la Argentina. Se encuentra controlada indirectamente por LVMH en un 100%.
- (x) MHCS SCS, una empresa constituida y existente bajo las leyes de Francia, con actividad en la producción de vinos y bebidas espirituosas. En el año 2010 realizó exportaciones de champagne, vodka y whisky a Argentina. Es 100% controlada por Moet Hennessy.

82. Por el lado de GROUPE ARNAULT:

El GRUPO ARNAULT con un 46% del capital social, controla en un 62,1% al GRUPO LVMH. Ejerce actividad en el mercado de lujo a través de CHRISTIAN DIOR COUTURE (con la marca Christian Dior) y LES ATELIERS HORLOGERS.

83. CHRISTIAN DIOR COUTURE S.A., una empresa constituida y existente bajo las leyes de Francia, con actividad en la producción y comercialización de bienes de lujo. En el año 2010 ha exportado anillos a Argentina por la suma de EUR 16.000. Es 100% controlada por Christian Dior S.A.

PROY-S01
 7/307



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL



MARTIN B. ATAEP
 Secretario Letrado
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

ES COPIA

ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

121

84. Les Ateliers Horlogers, una empresa constituida y existente bajo las leyes de Suiza, con actividad en la producción y comercialización de relojes. En el año 2010 exportó relojes a Argentina bajo la marca "Dior Christal", por la suma de EUR 25.000. Es controlada por LVMH (50%) y CHRISTIAN DIOR COUTURE S.A. (50%).

85. El 30 de septiembre del 2012, LVMH cierra su única tienda en Argentina, ubicada en la Av. Alvear 1901, Ciudad de Buenos Aires, denominada Louis Vuitton Argentina S.A., con actividad en la comercialización de artículos de moda y marroquinería, incluyendo accesorios, y relojes. El evento no impacta en el resto de la cadena de distribución del Grupo LVMH en Argentina.

86. FENDI, KENZO S.A. y ZENITH son empresas del GRUPO LVMH. Desde el exterior, FENDI Y KENZO S.A. se encargan de la distribución al mercado local de productos listos para usar de hombre y mujer, accesorios y artículos de marroquinería, mientras que ZENITH, hace lo propio con los relojes de alta gama.

87. Las actividades de importación y comercialización de fragancias y cosméticos, GRUPO LVMH las realiza a través de su subsidiaria France Argentine Cosmetic S.A. (FACSA),

88. BULGARI, la vendedora, con sede social en Roma, Italia, es directamente controlada por el Sr. Paolo BULGARI, el Sr. Nicola BULGARI y el Sr. Francesco Trapani, quienes cuentan de manera conjunta con 50,43% del capital de BULGARI al día 5 de marzo de 2011. El resto de las acciones de BULGARI cotizan en la Bolsa de Comercio de Milán.

89. Por su parte, BULGARI opera a través de empresas pertenecientes a su grupo en el mercado de productos de lujo. El Grupo BULGARI tiene su actividad principal en los siguientes tres sectores:

- o Joyería y relojes,

PROY. 00
 7-507

N

x
 d

9

5



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL



MARTIN R. ATARÉS
 Secretaria Letrada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

121

- o Perfumes y cosméticos, y
- o Artículos de moda y marroquinería, incluyendo accesorios.

90. BULGARI es dueña de la marca "BULGARI". Como holding internacional, realiza actividades de coordinación en las áreas de desarrollo de productos, marketing, finanzas y administración de recursos humanos.

91. El Grupo BULGARI está activo en aproximadamente 60 países y emplea alrededor de 4.000 personas a nivel mundial. Controla una cadena de 293 locales de venta alrededor del mundo, de los cuales 120 son operados por terceros bajo licencia.

92. Como fuera previamente señalado, BULGARI se encuentra activo en el mercado de productos de lujo a nivel mundial, del mismo modo que LMVH, opera en Argentina a través de subsidiarias, es decir que tampoco produce en el país, sino que sólo comercializa.

93. BULGARI CORPORATION OF AMERICA, una empresa organizada y existente bajo las leyes de Estados Unidos, que distribuye productos BULGARI en los Estados Unidos y a varios minoristas alrededor del mundo. Se encuentra 100% controlada por BULGARI INTERNATIONAL CORPORATION (BIC) N.V., la que a su vez es 100% controlada por BULGARI S.P.A.

94. BULGARI IRELAND LIMITED, una empresa organizada y existente bajo las leyes de Irlanda, cuya actividad principal es la venta, importación y exportación (mayorista y minorista) de joyería, relojes, accesorios de moda, perfumes y cosméticos, además de la provisión de asesoramiento financiero interno y servicios a negocios y empresas dentro del GRUPO BULGARI. BULGARI S.P.A. es 100% controlante de esta empresa.

7-607

[Handwritten signatures and marks]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Desp. cho



MARTIN R. ATASEE
 Secretario Letrado
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

121

95. BULGARI CORPORATION OF AMERICA y BULGARI IRELAND LIMITED se encuentran a cargo de la distribución en Argentina de joyas, relojes y accesorios y perfumes. Sólo la primera, comercializa a minoristas localizados en aeropuertos y áreas libres de impuestos.
96. PUIG ARGENTINA S.A.5 es distribuidora mayorista de las fragancias de BULGARI en el resto de plazas locales, a través de un contrato de exclusividad de esta última a favor de la primera, que culmina en 2014. PUIG es una empresa independiente de LVMH y BULGARI.
97. Es importante resaltar que BULGARI no ofrece productos cosméticos en Argentina, ya sea a través de sus subsidiarias ni a través de su distribuidora oficial.
98. En virtud de las actividades desarrolladas por las partes notificantes y sus involucradas, son identificadas las relaciones de integración presentadas a continuación, como producto de la presente operación de concentración.
99. En tal sentido, se verifican efectos horizontales en el sector de comercialización de artículos de lujo y, en particular, en los segmentos de artículos de moda y artículos de cuero, incluyendo accesorios, de relojes y joyería, así como en el segmento perfumes y cosméticos6.

IV. 2. Características Generales del Sector

⁵ Controlada por la empresa española PUIG S.L. (hasta 2009, conocida como PUIG BEAUTY AND FASHION GROUP). De acuerdo con la información provista por las partes, PUIG ARGENTINA S.A. comercializa productos de sus propias marcas tales como Carolina Herrera, Nina Ricci, y Paco Rabanne, al igual que los productos licenciados de marcas tales como Prada y Valentino.

⁶ En la consideración de un segmento como un todo.

7607

10

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

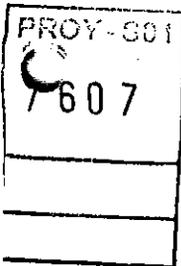
ES COPIA
ALAN CONTRERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



MARTÍN R. ATAËFÉ
Secretaría Letrada
Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

121

100. El mercado de productos de lujo se caracteriza por ofrecer bienes con reconocimiento social, auténtico, raro,preciado y en especial, escaso, que demuestra acceso a un ámbito de refinamiento sobre la base del entendimiento y conocimiento.
101. Los consumidores de lujo son grupos selectos y perfectamente identificables, sin embargo el lujo también llega a sectores de la clase media que demandan estos productos esporádicamente.
102. Las barreras a la entrada en la industria del lujo se conforman por la presencia de al menos uno de los siguientes factores determinantes: posesión exclusiva en el suministro de algún recurso estratégico, presencia de patentes, "know how" y canales exclusivos de venta; en la medida que la empresa, o el grupo en cuestión es poseedor de alguna de estas fuentes, se conforman en barreras protectoras de nichos de mercado.
103. La tercerización de la producción focalizada en determinados países opera en sentido contrario a estas barreras, favoreciendo el surgimiento de una oferta más dinámica y la apertura hacia un universo mayor de posibilidades de consumo.
104. De acuerdo con la información provista por las partes, en el mercado de relojes y joyería de alta gama, los competidores más importantes de LVMH y BULGARI fabrican sus productos fuera de la Argentina (en cuanto a relojes de alta gama, esencialmente en Suiza) y se encuentran presentes por lo tanto en Argentina principalmente a través de exportaciones (a través de mayoristas, minoristas o agentes). Algunos de ellos cuentan con subsidiarias locales (tales como Rolex y Cartier) o locales propios (tales como Omega y Breitling).



105. En el mercado de artículos de moda, marroquinería y accesorios de alta gama, los principales competidores de LVMH y BULGARI fabrican generalmente sus productos



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA

ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho



MARTÍN R. ATAEFE
 Secretaria Letrada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

121

fuera de Argentina y se encuentran generalmente presentes a través de locales en shoppings y locales libres de impuestos en aeropuertos.

106. En el mercado de perfumes y cosméticos comercializados a través de redes de distribución selectiva, los competidores más importantes de LVMH y BULGARI fabrican sus productos fuera de Argentina (esencialmente en España, Italia, Francia, Reino Unido). Algunos grupos (tales como L'Oreal, por ejemplo) operan a través de sus subsidiarias directas.

107. En cuanto a la venta minorista de los Productos Involucrados, debe primeramente remarcarse que los productos cosméticos y perfumes que comercializa FACSA se ofrecen en Argentina a través de una red de distribución selectiva e independiente.

108. Los vendedores independientes designados por LVMH también operan sus propios locales de manera independiente en Argentina.

109. De manera similar, Bendow Argentina S.A., distribuidor exclusivo de KENZO en Argentina, opera un local designado ubicado en Posadas 1245, Patio Bullrich, Ciudad de Buenos Aires; y Borgognona Sociedad Colectiva opera, de conformidad con un contrato de franquicia, un local autorizado de FENDI ubicado en Posadas 1407, Recoleta, Ciudad de Buenos Aires.

110. Finalmente, una cantidad importante de los Productos Involucrados son independientemente importados por terceras empresas o consumidores directos en Argentina.

IV.3. Definición del mercado relevante.

Mercado de Producto.

7607

[Handwritten signatures and scribbles]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

COPIA FIEL ORIGINAL
ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho



MARTÍN R. ATAEFE
 Secretaría Letrada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

121

- 111. Para establecer si una concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar el mercado que se verá afectado por la operación. Este mercado, que se denomina mercado relevante, comprende dos dimensiones: el mercado del producto y el mercado geográfico.
- 112. El mercado relevante del producto comprende todos aquellos bienes que son considerados sustitutos por el consumidor, dadas las características del producto involucrado, su precio y la finalidad del consumo.
- 113. La Comisión Europea ha considerado los productos de lujo en un número limitado de casos⁷. En estas decisiones, si bien la definición del mercado del producto se deja abierta, también esboza una definición del mercado relevante, que engloba a todos los "productos de alta calidad con un precio relativamente alto, vendidos bajo una marca de prestigio"⁸.
- 114. Desde la perspectiva de la demanda, más allá de cualquier producto de lujo y de su función práctica, los consumidores siempre se adhieren al universo de lujo de la marca correspondiente por el prestigio, la vivencia de exclusividad que inspira la imagen de la marca distintiva, junto con el valor patrimonial que conllevan estos productos y calidad superior de los materiales, el diseño creativo y la excepcionalidad de la mano de obra.
- 115. Todos los productos de lujo se comercializan sólo a través de tiendas propias o canales de distribución selectiva que presentan criterios cualitativos de altos estándares.

7607

⁷ Caso N° M.1533 - Artemis/SANOFI beauté del 21 de junio de 1999, caso N° IV/M.1534 - PPR/Gucci del 22 de julio de 1999, caso N° COMP/M.1780 - LVMH/Prada/Fendi del 25 de mayo de 2000.
⁸ Decisiones mencionadas ut-supra PPR/Gucci, § 10/ LVMH/Prada/Fendi, § 10.

Handwritten signatures and scribbles at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho



MARTÍN R. ATAËPE
 Secretaria Letrada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

121

116. Además, a diferencia de la demanda por productos masivos, la demanda por productos de lujo para el consumidor de altos ingresos, es poco sensible a variaciones en el precio.
117. Desde la perspectiva de la oferta, debe mencionarse que todas las empresas que compiten en este mercado ofrecen un amplio rango de productos de lujo y poseen facilidades para expandir su línea de productos existente a otras áreas del universo de lujo de su marca.
118. Por lo tanto, el mercado puede ser considerado como comprensivo de todos los productos de lujo, o puede segmentarse para efectuar una distinción entre las diferentes categorías de los productos de lujo o principales sectores o segmentos en los cuales las Partes se encuentran activas, tales como (a) relojes y joyería de alta gama, (b) perfumes y productos cosméticos vendidos a través de redes selectivas de distribución, y (c) artículos de moda, marroquinería y accesorios de alta gama - pudiendo además ser divididas en submercados de producto separados más pequeños-
119. Atendiendo a las consideraciones precedentes, esta Comisión Nacional no se pronunciará en forma definitiva sobre el mercado relevante del producto, en cambio se utilizará una definición abierta que permita evaluar los efectos horizontales de la operación, tanto en un escenario que incluya a todos los productos de lujo, como en los distintos segmentos indicados, de forma tal que si en ninguna de estas aproximaciones se registran motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia, puede colegirse que la operación como tal no los generará.

Mercado Geográfico.

120. En lo que se refiere a la dimensión geográfica del mercado relevante, las partes notificantes sostienen que el mercado de los productos de lujo posee un alcance

7-501
 7607

A

⊙

9

51



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL



MARTIN R. ATAËPE
 Secretario Letrado
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

121

mundial. La dimensión internacional de la demanda se apoya en el posicionamiento global conseguido por estas marcas, asociado con ideas de riqueza, sofisticación, refinamiento, status, placer y viajes, en las mentes de los consumidores.

121. A lo anterior se suma que, los precios son en gran parte homogéneos dentro de cada región, con tendencia convergente a nivel mundial.

122. Desde la perspectiva de la oferta, la dimensión internacional se sustenta en que todas las marcas de lujo tienen locales de venta propios o vendedores minoristas elegidos dentro de selectas redes de distribución o franquicias, a nivel internacional, en donde ofrecen la misma variedad de productos de lujo.

123. Del mismo modo, los proveedores de productos de lujo realizan sus estrategias de comercialización y publicidad a nivel mundial.

124. Respecto de lo afirmado por las partes, el negocio internacional y el de los viajeros representan una parte considerable de la demanda por productos de lujo, sin embargo dada la inexistencia de estadística que ofrezca prueba en este sentido, resulta imposible una clara cuantificación de esta parte de la demanda y del porcentaje que representa del total de las ventas de productos de lujo.

125. Atentos a lo indicado, sin descartar que el alcance geográfico del mercado pudiera ser más amplio que el nacional, se tomará en todos los casos esta última dimensión por ser, en este ámbito, donde la operación genera los efectos más inmediatos.

IV. 4. Efectos de la concentración sobre la competencia.

126. LVMH y BULGARI operan a nivel internacional en la producción y comercialización de productos de lujo.

Handwritten signatures and marks at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL



MARTIN R. ATAEFE
 Secretario Letrado
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

121

127. En Argentina, de acuerdo con lo expuesto anteriormente, las firmas no producen, sino que acceden a su mercado a través de importaciones. Lo hace a través de contratos con sus propias casas distribuidoras en el exterior y empresas distribuidoras independientes.
128. En el caso de la distribución mayorista de perfumería y cosméticos, LVMH opera a través de FACSA, empresas de su mismo grupo. BULGARI posee un contrato de distribución mayorista de exclusividad con PUIG ARGENTINA S.A.9, que culmina en 2014. PUIG es una empresa independiente de LVMH y BULGARI.
129. A su vez, BULGARI no ofrece productos cosméticos en Argentina, ya sea a través de sus subsidiarias ni a través de su distribuidora oficial.

Efectos Horizontales

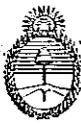
130. Ventas de productos de lujo en Argentina: Si se considera al mercado en su sentido abarcativo, es decir de todos los productos de lujo, dado el pequeño incremento ocasionado por la operación, la misma carece de efectos preocupantes para la efectiva competencia en el mercado antes mencionado.

Mercado de Productos de Lujo - Argentina

7607

⁹ Subsidiaria de PUIG (hasta 2009, conocida como PUIG BEAUTY AND FASHION GROUP), que tiene a la empresa española PUIG S.L. como sociedad controlante. De acuerdo con la información provista por las partes, PUIG comercializa productos de sus propias marcas tales como Carolina Herrera, Nina Ricci, y Paco Rabanne, al igual que los productos licenciados de marcas tales como Prada y Valentino.

(Handwritten signatures and scribbles)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho



MARTIN R. ATAEFE
 Secretaría Letrada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

121

	Participación de mercado del Grupo LVMH	Participación de mercado del grupo BULGARI	Participación de mercado combinada
2008	13,80%	0,50%	14,30%
2009	14,10%	0,50%	14,60%
2010	15,40%	0,80%	16,30%

Elaboración Propia.

Fuente: Mejores estimaciones de la Empresas Notificantes

131. Con el objeto de hacer un análisis más exhaustivo se presentan las participaciones de LVMH y BULGARI por segmentos en el mercado de lujo argentino.

Participación de LVMH y BULGARI en el Mercado de Lujo Argentino, por Segmentos, al 2010

	LVMH	BULGARI	LVMH+BULGARI
Moda y marroquinería de alta gama	7,80%	0,10%	7,90%
Joyería y relojes	5,90%	1,80%	7,70%
Perfumes y cosméticos	21,90%	0,20%	22,10%

Elaboración Propia.

Fuente: Mejores estimaciones de la Empresas Notificantes

132. Sobre la base de las definiciones a nivel nacional, las partes informan basados en sus mejores estimaciones, que tienen una participación de mercado combinada en el segmento de moda y marroquinería de alta gama del 7,9%, donde el aporte de BULGARI se circunscribe a un 0,1%.

PROY-S01
 7607

(Handwritten signatures and marks)



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho

MARTIN R. ATAËFE
 Secretario Letrado
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

1002
 121

133. Con relación al segmento de joyería y relojes la participación de mercado resultante de la operación asciende a 7,7%, siendo BULGARI responsable de un incremento marginal del 1,8%.
134. Finalmente en el segmento de perfumes y cosméticos, la participación combinada es de aproximadamente el 22,1%, correspondiendo el aporte de BULGARI a una participación marginal del 0,2%.
135. De acuerdo con lo expresado por la partes, BULGARI no comercializa cosméticos en el mercado nacional.
136. En razón de lo anterior, y con el objeto de realizar un análisis más exhaustivo, al examinar el sub- segmento perfumes comercializados a través de redes de distribución selectiva mayorista, se observan las siguientes participaciones de mercado al año 2010:

Participaciones en el Mercado Argentino de Perfumes

	2010
LVMH	30%
BULGARI	1%
PUIG (Sin BULGARI)	24%
L'OREAL	21%
ESTEE LAUDER	6%
BEAUTE PRETIGE	3%
COTY	2%
Otros	13%
Total de mercado	100%
LVMH + BULGARI	31%

Elaboración Propia.

Fuente: Mejores estimaciones de la Empresas Notificantes

PROY-S01
 7607



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho



MARTIN R. STAEPE
 Secretaria Letrada
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

121

137. PUIG ARGENTINA S.A. distribuye en Argentina no sólo los productos de BULGARI, sino también, y mayoritariamente, productos de otras marcas tales como Paco Rabanne, Carolina Herrera, Prada, Valentino, Diavolo, Nina Ricci, Antonio Banderas, Jean-Paul Gautier, Adolfo Domínguez, Agatha Ruiz de la Prada, etc.

138. Tomando separadamente los perfumes de BULGARI comercializados por PUIG ARGENTINA S.A., representan una participación del orden del 1%.

139. Por lo tanto, la participación conjunta LVMH - BULGARI alcanza el 31%, encontrándose que el aporte de BULGARI se encuentra en el orden del 1%, lo cual no resulta preocupante.

140. En cuanto a las participaciones de las notificantes a nivel mundial, conforme a la información suministrada por las mismas en el expediente, no resultan preocupantes desde el punto de vista de la competencia por cuanto, considerando un mercado abarcativo de todos los productos de lujo, sus participaciones conjuntas para los años 2008, 2009 y 2010 siempre se ubicaron por debajo del 20%.

141. Si se consideran, también a nivel mundial, las participaciones en joyería y relojes para los mismos años, siempre se ubicaron por debajo del 10%. En el caso de perfumes y cosméticos, las participaciones conjuntas por igual ámbito geográfico y años siempre se ubicaron por debajo del 20%.

142. Por último, en el caso de artículos de moda, marroquinería y accesorios de alta gama, las participaciones conjuntas para iguales años y ámbito geográfico, siempre se ubicó por debajo del 10%.

PROY 001
 7607

[Handwritten signatures and marks]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CONTRERAS SANTARELLI
 Dirección de Despacho



MARTIN R. ATAEFE
 Secretario Letrado
 Comisión Nacional de
 Defensa de la Competencia

IV. CLÁUSULAS CON RESTRICCIONES ACCESORIAS

121

143. En los instrumentos acompañados por las partes no se advierte la existencia de cláusulas de restricciones accesorias

V. CONCLUSIONES.

144. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica que se notifica no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la Competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

145. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO autorizar la operación de concentración económica consistente en la toma de control de la firma **BULGARI S.p.A.** por parte de la firma **LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON S.A.** a través de un Acuerdo de Contribución, aceptada con fecha 5 de marzo de 2011, ello de acuerdo a lo previsto en el artículo 13, inc. a), de la Ley N° 25.156.

FILE 301
 607

[Signature]
 FABIAN M. PETTIGREW
 VOCAL
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA

[Signature]
 Dr. RICARDO NAPOLITANI
 PRESIDENTE
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA

[Signature]
 C. Santiago Fernandez
 Vocal
 Comisión Nacional de Defensa
 de la Competencia

35

El señor Vicepresidente I, Dr. Humberto Guardia Nardone, no suscribe el presente