



RESOLUCIÓN (Expte. C-0131/09, ESSILOR/SIGNET)

CONSEJO

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente
D. Fernando Torremocha García-Sáenz, Vicepresidente
D. Emilio Conde Fernández-Oliva, Consejero
D. Miguel Cuerdo Mir, Consejero
D^a Pilar Sánchez Núñez, Consejera
D. Julio Costas Comesaña, Consejero
D^a M^a Jesús González López, Consejera
D^a Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera

En Madrid, a 11 de febrero 2009.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, relativo a la concentración económica consistente en la adquisición por parte de ESSILOR INTERNATIONAL del 100% del capital social de SIGNET ARMORLITE INC. (Expte. C/0131/09) y estando de acuerdo con el informe y la propuesta remitidos por la Dirección de Investigación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia ha resuelto, en aplicación del artículo 57.2.a) de la mencionada Ley, autorizar la citada operación de concentración en primera fase, salvo en relación con la duración de los pactos de no competencia y no captación en lo que excedan de tres años, que, en consecuencia, una vez transcurrido dicho plazo, quedan sujetos a las normas reguladoras de los acuerdos entre empresas.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que se puede interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.



INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/0131/09 ESSILOR/SIGNET

- (1) Con fecha 20 de enero de 2009 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación notificación relativa a la adquisición por parte de ESSILOR INTERNATIONAL (COMPAGNIE GÉNÉRALE D'OPTIQUE S.A.) del 100% del capital de SIGNET ARMORLITE, INC.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por ESSILOR según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 8.1 a). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) El artículo 57.2 c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.
- (4) Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".
- (5) De acuerdo con lo estipulado en el 9.6 de la Ley 15/2007, la notificante solicita, en su caso, que se levante la suspensión de la ejecución de la concentración.
- (6) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **20 de febrero de 2009**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

1. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (7) La operación notificada consiste en la adquisición por parte de ESSILOR INTERNATIONAL (COMPAGNIE GÉNÉRALE D'OPTIQUE S.A.) del 100% del capital de SIGNET ARMORLITE, INC.
- (8) La operación se ha formalizado mediante un Contrato de Compraventa celebrado el 5 de noviembre de 2008 entre el comprador ESSILOR INTERNATIONAL, la empresa adquirida SIGNET ARMORLITE INC. y los vendedores ARMORLITE S.P.A., GAB, S.R.L. y MARCOS, LLC.

- (9) La ejecución de la operación está condicionada a su autorización por las autoridades de competencia de España, Alemania, Brasil, EE.UU y el Reino Unido.

2. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (10) En el Contrato de Compraventa se prevén un compromiso de no competencia y un compromiso de no captación dirigidos a la parte vendedora.
- (11) El compromiso de no competencia establece que las personas mencionadas no podrán, directa o indirectamente, en beneficio propio o de terceros, por su cuenta o como propietario, socio, directivo o empleado de cualquier empresa, o como agente u otro tipo de representante, competir en el negocio de las empresas adquiridas durante la duración de la cláusula. [...]¹.
- (12) En el compromiso de no captación, las personas mencionadas se comprometen durante el periodo de vigencia a:
- [...]
- (13) La duración de las cláusulas depende de su destinatario:
- [...]
 - Para el resto de accionistas de la parte vendedora, la duración de la cláusula será [no superior a cinco] años.
- (14) El notificante justifica la duración de estas cláusulas porque van destinadas a altos directivos y accionistas con un conocimiento sustancial del *know-how* de la empresa adquirida y de sus procesos de producción y con una reputación dentro del sector y relaciones con proveedores y clientes que podrían poner en peligro el aprovechamiento del negocio adquirido por el comprador.
- (15) El apartado 3 del artículo 10 de la Ley 15/2007 establece que “podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.
- (16) Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), se considera que en el presente caso la duración de estos pactos va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada en lo que exceda de los tres años de duración.

¹ Se indican entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.



3. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- (17) De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (18) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1a) de la misma.

4. EMPRESAS PARTICIPES

4.1. ESSILOR INTERNATIONAL (COMPAGNIE GÉNÉRALE D'OPTIQUE), S.A. ("ESSILOR")

- (19) ESSILOR es la sociedad matriz del Grupo ESSILOR. ESSILOR no está controlada por persona física o jurídica alguna.
- (20) El Grupo ESSILOR es el resultado de la fusión, en 1972, de las empresas ópticas ESSEL y SILOR, convirtiéndose en el tercer grupo óptico a nivel mundial tras los americanos AMERICAN OPTICAL y BAUSCH & LOMB.
- (21) El Grupo se dedica a la óptica oftálmica, desarrollando las siguientes actividades:
- Fabricación y comercialización de lentes correctoras para problemas de visión. Cuenta con 15 fábricas repartidas en todo el mundo. En Europa tiene fábricas en Irlanda y Francia. Esta actividad representó en 2007 el [90-100]% de la facturación total del Grupo. Cuenta con 270 laboratorios de prescripción en todo el mundo, 42 de ellos en Europa, en los que se "terminan" las lentes y se distribuyen a los minoristas (ópticas). Entre las principales marcas de lentes del GRUPO ESSILOR cabe mencionar, entre otras: *Varilux, As Fusio, Crizal, Alizé, Essilor, Essilor 360°, Ipseo, Definity, Ellipse; Airwear; etc.*
 - Fabricación y venta de instrumentos de óptica, con tres especialidades: aparatos para la detección de defectos de la vista, máquinas utilizadas en el proceso de producción de lentes oftálmicas y distribución de consumibles para la industria óptica. El 13 de octubre de 2008, ESSILOR adquirió SATISLOH HOLDING AG, empresa especializada en la fabricación de maquinaria industrial para la producción de lentes oftálmicas, operación autorizada por esta CNC el 8 de octubre (C-0094/08 ESSILOR/SATISLOH).
- (22) En España, el Grupo ESSILOR desarrolla sus actividades a través de sus filiales ESSILOR ESPAÑA, S.A. y BBGR LENS IBERIA, S.A.

- (23) La facturación de ESSILOR en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D.261/2008, ha sido la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ESSILOR* EN EL EJERCICIO 2007 (Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
2.908	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación. * Los datos de ESSILOR no incluyen la facturación del grupo SATISLOH, que en 2007 fue de 164 millones de euros a nivel mundial, [<250] millones de euros en la UE y [<60] millones de euros en España. A día de hoy, no se disponen de datos consolidados.

4.2. SIGNET ARMORLITE, INC. (“SIGNET”)

- (24) SIGNET es un grupo estadounidense especializado en la fabricación de todo tipo de lentes oftálmicas. Cuenta con una planta de fabricación en Méjico y varias filiales en Europa, entre ellas España.
- (25) Asimismo, SIGNET es un distribuidor autorizado en Estados Unidos para determinados consumibles ópticos fabricados por 3M. Las ventas de estos productos, el [>80%] de las cuales se concentran en EE.UU., representan alrededor del [0-5]% de la facturación. En España, no se han registrado ventas de estos productos en los últimos 4 años.
- (26) SIGNET se incorporó al mercado español en 1988 comprando la empresa Galileo Oftálmica y desde el 2002 opera como SIGNET ARMORLITE IBÉRICA, S.A. Cuenta con dos laboratorios de prescripción, uno en Madrid y otro en Barcelona.
- (27) SIGNET ARMORLITE IBERICA está controlada al 100% por SIGNET, que, [...].
- (28) La facturación de SIGNET en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D.261/2008, es la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE SIGNET EN EL EJERCICIO 2007 (Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
98	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación

5. MERCADOS RELEVANTES

5.1. Mercados de producto

- (29) La operación afecta al sector de la fabricación y comercialización de lentes oftálmicas, donde están presentes tanto la empresa adquirente como la adquirida. Además, ESSILOR opera en el mercado de máquinas para la producción de

lentes oftálmicas en el segmento industrial y en el segmento comercial y distribuye consumibles fabricados por terceros.

- (30) Por su parte, SIGNET es un distribuidor autorizado en EE.UU. para consumibles fabricados por 3M. No obstante, ello no tiene ninguna incidencia en el mercado español.

5.1.1. Fabricación y comercialización de lentes oftálmicas

- (31) Las lentes oftálmicas pueden ser de plástico (orgánicas) o de vidrio (minerales) y, en función de su diseño correctivo, pueden clasificarse en monofocales, bifocales y progresivas.
- (32) En el Caso M.3670 EQT GROUP/CARL ZEISS/SOLA, la Comisión Europea identificó como mercados de producto separados cada uno de los diseños correctivos, así como el material de fabricación, a tenor de las diferencias de precio (más bajo para las lentes de vidrio) y las preferencias de los consumidores (el plástico es más ligero y tiene mayor resistencia). En el expediente señalado ESSILOR/SATISLOH también esta CNC realizó dicha clasificación.
- (33) Asimismo, la Comisión señaló la posibilidad de hacer una ulterior distinción en función del lugar que ocupa el fabricante de lentes oftálmicas en la cadena de producción, si bien dejó abierta la definición precisa del mercado por no existir problemas para la competencia. Dichas fases de producción son: (i) provisión de materias primas, (ii) fabricación de lentes terminadas o semiterminadas, (iii) terminación de lentes y distribución mayorista y (iv) distribución minorista.
- (34) El notificante indica que esta delimitación por fases puede resultar artificial, en la medida en que existe una creciente integración vertical entre fabricantes y laboratorios y entre cadenas minoristas y laboratorios y que existen algunos trasvases directos entre fabricantes y distribuidores minoristas.
- (35) ESSILOR y SIGNET sólo están presentes en las fases de fabricación de lentes y de terminación y distribución mayorista.
- (36) Por tanto, en línea con los precedentes, esta Dirección de Investigación analizará los mercados de fabricación y comercialización de lentes a distribuidores mayoristas y laboratorios de prescripción y de comercialización de lentes a distribuidores minoristas, distinguiendo, en cada caso, por material (plástico y vidrio) y tipo de diseño correctivo (monofocales, bifocales y progresivas).

5.1.2. Fabricación y comercialización de maquinaria para fabricación de lentes

- (37) En el precedente citado ESSILOR/SATISLOH, se distinguieron los siguientes mercados de producto: (i) máquinas de retallado; (ii) máquinas anti-reflejo; (iii) máquinas de barnizado; (iv) máquinas comerciales de acabado y (v) máquinas industriales de acabado, si bien no se analizó el mercado de máquinas de barnizado, habida cuenta de la limitada presencia de las partes en la operación. SIGNET no está activo en ninguno de dichos mercados.

5.1.3. Distribución de consumibles

- (38) Los consumibles se utilizan en el proceso de fabricación de lentes, existiendo una gran variedad (pulido para plástico, almohadillas moledoras, limpiadores, aditivos para refrigeración, etc.). SIGNET no está presente en estos mercados. ESSILOR no fabrica consumibles, pero sí los distribuye.
- (39) La notificante señala que no es necesario definir mercados de producto separados para cada tipo de consumible, puesto que las actividades se refieren a la distribución (y no a la fabricación) de consumibles.
- (40) En el precedente citado ESSILOR/SATISLOH, no se cerró la definición del mercado, si bien se analizaron tres segmentos en los que la presencia de las partes era significativa en España: recubrimientos superhidrofóbicos, aleación bloqueadora y productos para pulido. A nivel mundial, la notificante indica que su cuota de mercado en la distribución de consumibles es inferior al 25%, y, por categorías, sólo supera el 25% en Almohadillas pulido/mineral y "Monitor Crystals".
- (41) Por tanto, puede dejarse abierta la definición exacta del mercado de producto, en la medida en que la definición de mercados más o menos amplios no altera la valoración de la presente operación.

5.2. Mercados geográficos

5.2.1. Fabricación y comercialización de lentes oftálmicas

- (42) ESSILOR considera, en línea con los precedentes, que los mercados de fabricación de lentes son de dimensión mundial, en la medida en que los costes unitarios de transporte no son particularmente relevantes, de manera que la mayoría de las fábricas se ubica en lugares donde los costes de producción son menores (fundamentalmente, Asia).
- (43) De hecho, las partes no disponen de plantas de fabricación en España. La actividad de fabricación de ESSILOR se ha ido trasladando principalmente a países de la zona asiática (donde se fabrica el [>50]% de las lentes del grupo) y SIGNET se aprovisiona directamente de su fábrica en México, así como de otros terceros fabricantes (mediante acuerdos de subcontratación) situados en diferentes puntos geográficos como [...], etc.
- (44) En cuanto a los mercados de terminación de lentes y distribución mayorista, según el precedente comunitario citado M.3670, es de ámbito nacional, dado que la demanda de los ópticos/minoristas se centra en fuentes domésticas de suministro (oficinas centrales de distribución) y que los ópticos valoran las ventas y servicios a nivel local.

5.2.2. Fabricación y comercialización de maquinaria para fabricación de lentes

- (45) De acuerdo con el precedente ESSILOR/SATISLOH, esta Dirección estima que el mercado geográfico relevante para la fabricación y venta de maquinaria óptica alcanzaría incluso el ámbito mundial.

5.2.3. Distribución de consumibles

- (46) De acuerdo con el precedente ESSILOR/SATISLOH, esta Dirección estima que el mercado geográfico relevante para los consumibles alcanzaría incluso el ámbito mundial.

6. ANÁLISIS DEL MERCADO

6.1. Estructura de la oferta

6.1.1. Fabricación y comercialización de lentes oftálmicas

- (47) A continuación se indican las estimaciones de las cuotas de las partes y sus principales competidores en el mercado mundial de fabricación y ventas a mayoristas (laboratorios de prescripción):

Mercado mundial de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas a mayoristas				
Lentes / total	2004	2005	2006	2007
ESSILOR	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
HOYA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ZEISS+SOLA+AO	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Otros	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificante

- (48) En cuanto a SIGNET, esta empresa vendió en 2007 alrededor de [...] millones de lentes, lo que supone menos del [0-5]% del mercado mundial (unos 800 millones). Además, parte de su fabricación de lentes se subcontrata a terceros fabricantes como [...] (por lo que su cuota sería inferior si no se computasen estas unidades).
- (49) Por segmentos, la cuota de la entidad resultante será del [20-30]% en monofocales (adición del [0-5]%), inferior al [10-20]% en bifocales (adición del [0-5%]) y del [40-50]% en progresivas (adición del [0-5]%).
- (50) Como se ha mencionado, ni ESSILOR ni SIGNET están presentes en fabricación de lentes en España.
- (51) Respecto al mercado de ventas de lentes a distribuidores minoristas, las cuotas de las partes y sus competidores en España han sido las siguientes:

Mercado español de ventas de lentes a distribuidores minoristas (valor)			
	2005	2006	2007
ESSILOR	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
INDO	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
HOYA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
PRATS	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
CARL ZEISS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
SIGNET	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
SHAMIR-ALTRA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Importaciones Asia	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Otros	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Notificante

- (52) A pesar de ser el líder en el mercado nacional, ESSILOR se enfrenta a competidores muy relevantes como las españolas INDO y PRATS o la japonesa HOYA con especial relevancia en el mercado europeo en el que también está presente CARL ZEISS/SOLA que tras su operación de concentración se colocó muy cerca del líder europeo ESSILOR.
- (53) INDO se encuentra integrado por la matriz Indo Internacional, S.A., y 17 sociedades nacionales y extranjeras dedicadas a la fabricación y comercialización de productos ópticos. A escala internacional está presente en Francia, Portugal, Italia, Alemania, Chile, Estados Unidos, Marruecos, China y Tailandia. Recientemente, INDO comenzó la construcción de una nueva fábrica en El Papiol (Barcelona) y un centro de producción en Tailandia (tras la constitución en 2003 de la sociedad Indelor Lens Thailand Co. Ltd.). En 2006, el Grupo INDO compró a De Rigo el 40% de la empresa Vogart Line, filial española del grupo italiano.
- (54) HOYA LENS IBERIA es la filial española de la multinacional japonesa HOYA. Constituida en 1941 como productor de cristal óptico (lentes ópticas para aplicaciones industriales), HOYA ha ido diversificando sus actividades al sector de la visión humana y su cuidado. HOYA tiene plantas de producción y centros de distribución en todo el mundo, contando con 3 divisiones internacionales diferenciadas (Hoya Europa, Hoya Japón y Hoya Estados Unidos).
- (55) INDUSTRIAS DE ÓPTICA PRATS es la empresa matriz del GRUPO PRATS, grupo español dedicado a la fabricación de lentes progresivos, lentes ocupacionales, lentes de alto índice, lentes solares y tratamientos multicapa. El GRUPO PRATS lleva más de 30 años operando en el sector de las lentes ópticas. Los laboratorios del Grupo están ubicados en Madrid, Valencia y Lisboa. El notificante indica que el GRUPO PRATS mantiene acuerdos con compañías internacionales como Rodenstock y Corning (suministradores de materias primas), así como con empresas de maquinaria entre las que destacan LEYBOLD o SATIS.

- (56) También merece atención especial el grupo israelí SHAMIR, cuyo crecimiento en los últimos años en el segmento de lentes progresivas orgánicas, precisamente el de mayor especialización, ha sido, particularmente relevante (muy por encima de la media del sector).
- (57) Por segmentos, las cuotas por valor de las ventas de las partes y sus competidores en España en 2007 han sido las siguientes:

Mercado español de ventas de lentes oftálmicas a distribuidores minoristas (2007)						
Empresa	Progresivas		Bifocales		Monofocales	
	Plástico	Vidrio	Plástico	Vidrio	Plástico	Vidrio
ESSILOR	[40-50]%	[30-40]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%
INDO	[10-20]%	[20-30]%	[30-40]%	[30-40]%	[10-20]%	[30-40]%
HOYA	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%	[0-10]%
PRATS	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
CARL ZEISS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
SIGNET	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%
SHAMIR-ALTRA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	-
Importaciones Asia	-	-	-	-	[0-10]%	-
Otros	[0-10]%	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificante

6.1.2. Fabricación y comercialización de maquinaria para fabricación de lentes

- (58) A nivel mundial, ESSILOR (incluyendo SATISLOH) tiene una importante presencia en el mercado de maquinaria para fabricación de lentes oftálmicas, verticalmente relacionado con los anteriores. Por segmentos, sus cuotas son las siguientes:

Mercado Mundial de Máquinas de Retallado (Valor)		
	2006	2007
ESSILOR/SATISLOH	[40-50]%	[40-50]%
SCHNEIDER	[20-30]%	[20-30]%
OPTOTECH	[0-10]%	[0-10]%
GERBER COBURN	[10-20]%	[10-20]%
OTROS	[0-10]%	[0-10]%
Total	100%	100%

Fuente: Notificante

Mercado Mundial de Máquinas Anti-reflejo (Valor)		
	2006	2007
ESSILOR/SATISLOH	[40-50]%	[40-50]%
LEYBOLD	[30-40]%	[30-40]%
SHINCRON	[0-10]%	[0-10]%

OTROS	[0-10]%	[0-10]%
Total	100%	100%

Fuente: Notificante

Mercado Mundial de Máquinas Industriales de Acabado (Valor)		
	2006	2007
ESSILOR/SATISLOH	[20-30]%	[20-30]%
NIDEK	[30-40]%	[30-40]%
OTROS	[30-40]%	[30-40]%
Total	100%	100%

Fuente: Notificante

Mercado Mundial de Máquinas Comerciales de Acabado (Volumen)*				
	2005		2006	
	Unidades	Cuotas	Unidades	Cuotas
ESSILOR	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
NIDEK	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
BRIOT-WECO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
INDO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
TAKUBO/DIA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
HOYA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
TOPCON	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
OTROS	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%
Total	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificante

6.1.3. Distribución de consumibles:

- (59) De acuerdo con la notificante, la cuota de ESSILOR en distribución de consumibles a escala mundial es inferior al 25%. Las únicas categorías de consumibles respecto de las cuales ESSILOR tiene una cuota superior al 25% a nivel mundial son las de Almohadillas de pulido/mineral (cuota del [30-40]%) y "Monitor Crystals" (cuota del [20-30]%).

6.2. Estructura de la demanda

- (60) La demanda de lentes oftálmicas está constituida por los prescriptores, esto es, los establecimientos ópticos, a los que acude el consumidor para adquirir las lentes adaptadas a sus problemas de visión. Ello determina la dependencia de los laboratorios frente a los establecimientos ópticos. En efecto, la elección del consumidor está dirigida por la prescripción del óptico (el cliente normalmente

desconoce la calidad de las lentes y las posibilidades y funcionalidad de los tratamientos aplicables). Esto hace que sea un mercado no-marquista.

- (61) Por otro lado, los establecimientos ópticos presentan un reducido grado de dependencia respecto de los laboratorios, aunque sólo sea porque cuentan con una oferta de productos diversificada: lentes, gafas de sol, monturas, lentes de contacto, líquidos consumibles, accesorios, productos para la audición, etc.
- (62) De acuerdo con la información publicada por la Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico (FEDAO), en España existen aproximadamente 9.700 establecimientos minoristas especializados en la venta de productos de óptica, un 3,4% más que en 2004, lo que convierte a España en el país europeo con más ópticas por habitante.
- (63) La notificante indica que, con carácter general, no existen acuerdos de suministro a largo plazo entre fabricantes o laboratorios de prescripción y establecimientos ópticos; los acuerdos suelen ser por periodos cortos (un año) o incluso sobre pedido.
- (64) El segmento minorista está incrementando su poder de negociación frente a los laboratorios por la fuerte tendencia a la concentración del sector. Según los datos de FEDAO, en 2005, el 74% de las ventas del sector óptico detallista se realizaron a través de cadenas de ópticas y grupos de compra. La concentración de la demanda permite a los asociados a un grupo de compras y los miembros de una franquicia obtener mejores precios y condiciones a través de una política de aprovisionamiento conjunta que negociando individualmente. Este mayor poder de compra de los ópticos ha provocado una presión en precios y en descuentos.
- (65) Los principales clientes de ESSILOR son fundamentalmente cadenas de ópticas o grupos de compra, tales como [...], etc. Los cinco principales clientes representan un [30-40]% en volumen y un [20-30]% en valor del total de las ventas de ESSILOR en España.
- (66) En cuanto a SIGNET, 3 de los 5 principales clientes son laboratorios integrados en cadenas de distribución minoristas ([...]).
- (67) Por otra parte, en este mercado también existen las marcas blancas o marcas de distribuidor. Las cadenas suelen requerir a los fabricantes para el suministro de un cierto volumen de lentes de estos tipos, a menor precio que las marcas de los fabricantes, y generalmente, también de menor calidad. Esto les permite realizar ofertas periódicas a bajo precio de gafas -lentes más monturas-, teniendo en cuenta el poder de marca de dichas cadenas (MULTIÓPTICAS, ALAIN AFFLELOU), gracias a las fuertes inversiones en publicidad. De hecho, las ventas de lentes en forma de “marca blanca” (o sin marca) o utilizando las marcas de los distintos distribuidores representan más de un [...] % de las ventas totales de ESSILOR en España.
- (68) Como reacción a la fuerte dependencia del fabricante frente al óptico, así como a la presión negociadora de los establecimientos minoristas, algunos fabricantes de

². Por otro lado, este proceso de integración vertical se manifiesta también en sentido opuesto; las cadenas de ópticas crean sus propios laboratorios, como es el caso de MÁSVISIÓN o de VISIONLAB.

6.3. Estructura de la distribución

- (69) Los distintos fabricantes suelen concentrar la actividad de fabricación en unas pocas instalaciones, desde donde los lentes son distribuidas por el mundo (aprovechándose del reducido coste de transporte en términos relativos). Por ello, los fabricantes suelen contar además con centros de distribución en función de las áreas geográficas atendidas, que reciben las lentes desde la fábrica y luego las distribuyen a los laboratorios o los distribuidores mayoristas en sus zonas de influencia. Finalmente, son estos laboratorios los encargados del suministro a los minoristas en cada país.
- (70) ESSILOR dispone de 12 centros de distribución alrededor del mundo. En España, ESSILOR cuenta con una red propia para la comercialización de sus lentes oftálmicas a los ópticos y establecimientos minoristas, [...], mientras que BBGR LENS IBERIA cuenta con [...] comerciales.
- (71) Por su parte, SIGNET distribuye sus productos por toda la Península desde sus instalaciones en Madrid y Barcelona mediante su propia red comercial.

6.4. Fijación de precios

- (72) A nivel mayorista, los precios de las lentes varían fundamentalmente en función de los materiales utilizados para su fabricación o las características del producto en cuestión. Por otro lado, el traslado de las instalaciones de producción al sudeste asiático ha permitido una reducción notable de los costes de producción en los últimos años.
- (73) En cuanto a las ventas a los minoristas, los precios de las lentes oftálmicas también varían en función de distintos factores como los materiales de fabricación o las características solicitadas por los usuarios.
- (74) Con carácter general, las lentes más caras son las progresivas, luego las bifocales y finalmente las monofocales. Estas diferencias se deben a numerosos factores: (i) mientras que las monofocales pueden terminarse directamente en las instalaciones de fabricación, este no ocurre con las bifocales y las progresivas; (ii) estas últimas suelen incorporar mayores tratamientos de valor añadido; (iii) la influencia de los productos asiáticos es mayor en la categoría de monofocales. Del mismo modo, las lentes orgánicas también son, por lo general, más caras que las minerales, principalmente porque las primeras suelen incorporar mayores tratamientos.

² Caso de RODENSTOCK y ALAIN AFFLELOU, ambas controladas por la empresa de capital riesgo BRIDGEPOINT.

- (75) Los precios medios han disminuido fuertemente en los últimos dos años, particularmente en el segmento de monofocales, pero también en el de progresivos (menos [...] % para SIGNET).

6.5. Competencia potencial - Barreras a la entrada

- (76) El notificante indica que no existen barreras que limiten la entrada a la importación de lentes oftálmicas. Como ejemplo, INDO ha llevado a cabo una política de deslocalización de sus instalaciones de fabricación, trasladando parte de su producción de lentes terminadas y semi-terminadas al sudeste asiático, mientras que ha instalado un laboratorio de prescripción en Marruecos para atender el mercado europeo.
- (77) No existe limitación alguna en cuanto a la disponibilidad de factores de producción, materias primas, bienes intermedios o personal cualificado para acceder al mercado de lentes oftálmicas.
- (78) Tampoco hay límites significativos a la creación de redes de distribución. Los fabricantes pueden optar en todo momento, por la integración vertical aguas abajo (mediante la constitución o adquisición de laboratorios de prescripción y el establecimiento de redes de distribución propias) o por la asociación con operadores independientes (como puede ser el caso de RODENSTOCK en España, a través de su acuerdo con PRATS, o el caso de ESSILOR en otros países como por ejemplo Brasil). Asimismo, no debe olvidarse la posibilidad de que los minoristas (integrados en cadenas internacionales que incluso plantean la negociación a nivel supranacional) acudan directamente a fabricantes y/o laboratorios situados fuera de nuestras fronteras para adquirir sus productos.
- (79) La innovación y mejora de las características de las lentes oftálmicas constituyen importantes factores de competencia en este mercado. Por tanto, las empresas que están presentes en el mismo dedican una parte importante de sus recursos a la realización de actividades de I+D que les permitan desarrollar nuevos productos o nuevas aplicaciones que posteriormente se protegen mediante patentes. En cualquier caso, dichas actividades de I+D están al alcance de cualquier empresa que ya opere en el sector óptico y tampoco constituyen barreras de entrada infranqueables para las empresas ajenas al mismo.

7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (80) La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por parte de ESSILOR INTERNATIONAL (COMPAGNIE GÉNÉRALE D'OPTIQUE S.A.) del 100% del capital de SIGNET ARMORLITE INC.
- (81) Los mercados relevantes son los de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas (plástico o vidrio y monofocales, bifocales o progresivas). Dichos mercados son de dimensión mundial en el nivel de fabricación y venta a

mayoristas y de dimensión nacional el de ventas a minoristas. Además, ESSILOR está presente en el mercado de maquinaria para la fabricación de lentes y en el de distribución de consumibles para la fabricación de lentes, verticalmente relacionados con la fabricación de lentes oftálmicas.

- (82) ESSILOR es uno de los principales fabricantes y comercializadores mayoristas de lentes a nivel mundial, y está verticalmente integrado con la fabricación maquinaria para fabricación de lentes, donde es líder mundial en tres de los cuatro segmentos (retallado, anti-reflejo y comerciales de acabado) y segundo en el de industriales de acabado.
- (83) No obstante, en el mercado de fabricación y comercialización mayorista de lentes, la adición de cuota es muy reducida y SIGNET no está presente en maquinaria, por lo que la operación tiene una incidencia mínima sobre la estructura competitiva en este mercado.
- (84) Respecto a la distribución mayorista de lentes en España, ESSILOR es el principal operador, con una cuota del [30-40]% en 2007, por un [0-10]% de SIGNET, sexto operador. Por segmentos, las cuotas de la entidad resultante rondan el 30-40%, siendo las adiciones de cuota del entorno del 5-10%.
- (85) No obstante, existen otros competidores significativos en todos los mercados de distribución mayorista de lentes en España, como INDO ([20-30]% de cuota), HOYA ([10-20]%), PRATS y CARL ZEISS. Los competidores de las partes son grupos multinacionales verticalmente integrados con fabricación de lentes (como es el caso de INDO, HOYA y CARL ZEISS) o con distribución minorista (como es el caso de PRATS).
- (86) La distribución minorista tiene un fuerte poder de negociación frente a proveedores, fruto de su integración en cadenas nacionales e internacionales o en centrales de compra, lo que ha resultado en una creciente integración vertical en ambos sentidos: fabricantes de lentes que han entrado en cadenas de ópticas (RODENSTOCK, ALAIN AFFLELOU) y cadenas de ópticas que han entrado en fabricación (VISIONLAB).
- (87) El notificante llama la atención sobre el crecimiento de los nuevos entrantes, entre los que incluye a SHAMIR y a los fabricantes asiáticos, que han aumentado sus ventas en más de un 140% desde 2000. La competencia de los productos asiáticos es superior al que reflejan sus cuotas de mercado, que no incluyen la adquisición de lentes por las cadenas de ópticas y grandes centrales de compra en los mercados asiáticos, a mejores precios, que comercializan en sus establecimientos utilizando marca propia o bien sin marca.
- (88) El segmento de lentes orgánicas progresivas es el que tiene mejores perspectivas de crecimiento para el futuro, como señalan todos los estudios y los planes de negocio de las compañías. Según el notificante, es previsible que mayores tasas de crecimiento atraigan mayores inversiones por parte de todos los operadores y, por tanto, mayor nivel de competencia.



- (89) El mayorista tiene un escaso control sobre su clientela ya que la decisión de compra de los consumidores finales depende en gran medida de la labor de “prescripción” realizada por los minoristas (los ópticos) puesto que la marca en este caso no es importante.
- (90) Existe una fuerte presión en los precios que han caído un [0-5]% en el último año. El precio medio de SIGNET ha caído un [...] % en los últimos dos años.
- (91) Finalmente, el notificante señala que no existen restricciones de capacidad de producción (de hecho, la tasa de utilización es reducida: aproximadamente un [60-70]% para ESSILOR, 50% para los laboratorios de INDO en España e incluso inferior para los que están en el extranjero).
- (92) Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en el mercado.

8. PROPUESTA

- (93) En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio de Defensa de la Competencia se propone **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2 a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.