

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1306/22 RODENSTOCK PENASANDA

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 22 de junio de 2022 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC), notificación consistente en la adquisición por parte de RODENSTOCK GMBH (en lo sucesivo, “RODENSTOCK” o la “Notificante”), a través de RODENSTOCK BETEILIGUNGEN AUSLAND GMBH (“**RBA**”) del 100% del capital social, y por tanto, del control exclusivo de PENASANDA INVESTMENTS, S.L. (en adelante, “**PENASANDA**”), y de su filial INDO OPTICAL, S.L.U (“**INDO**”) (en lo sucesivo, las “**Partes**”). La operación se ha materializado mediante la firma de un contrato de compraventa suscrito por las Partes con fecha de 18 de mayo de 2022 (en adelante, “**Contrato de Compraventa**”).
- (2) La fecha límite para acordar el inicio de la segunda fase del procedimiento es el **22 de julio de 2022**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

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

- (3) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, “**LDC**”).
- (4) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en los apartados 2 y 3 del artículo 1 del Reglamento (CE) n°139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (5) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1. a) de la misma.

3. EMPRESAS PARTICIPES

3.1. RODENSTOCK GMBH (RODENSTOCK)

- (6) **RODENSTOCK**¹ es una compañía que tiene por objeto la fabricación de lentes y armazones oftálmicos. RODENSTOCK tiene una presencia marginal en España, limitada a la venta de productos a través de algunas filiales y de

¹ Para información más específica sobre RODENSTOCK consultar el siguiente enlace web: www.rodenstock.com.

un distribuidor local.

- (7) RODENSTOCK está controlada exclusivamente y participada mayoritariamente ([CONFIDENCIAL]) por fondos asesorados por APAX PARTNERS LLP² (en adelante, “AP”), quien la controla de forma exclusiva. **[CONFIDENCIAL]**.³
- (8) Según la notificante, el volumen de negocios en el ejercicio de 2021 de RODENSTOCK, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia (en adelante, “RDC”), fue de:

Volumen de negocios en 2021 de RODENSTOCK (en millones de EUR)		
MUNDIAL	EEE	ESPAÑA
[CONF.<5.000]	[CONF. >250]	[CONF.>60]

Fuente: Notificación

3.2 PENASANDA INVESTMENTS, S.L. (PENASANDA)

- (9) **PENASANDA** es una sociedad holding cuya única actividad es la de ser titular y gestionar la totalidad de las participaciones del grupo Indo⁴ (en lo sucesivo, “**INDO**”).
- (10) INDO es un grupo de empresas activo en la producción y comercialización de lentes, instrumentos accesorios y bienes de equipo en el sector de la óptica y la oftalmología en España, Francia, Portugal y Marruecos. INDO sigue un modelo de comercialización B2B, por el que sus clientes son ópticos, oftalmólogos y empresas activas en estos sectores, sin vender directamente al consumidor- usuario final.
- (11) INDO está activa, a su vez, en la distribución mayorista de equipamiento óptico para ópticos y oftalmólogos, incluyendo maquinaria de acabado, por ejemplo, en el caso de biseladoras.
- (12) INDO OPTICAL, S.L.U (en adelante, “**INDO OPTICAL**”) es la sociedad operativa de INDO en España.
- (13) Según la notificante, el volumen de negocios en el ejercicio de 2021 de INDO, conforme al artículo 5 del RDC, fue de:

Volumen de negocios en 2021 de INDO (en EUR)		
MUNDIAL	EEE	ESPAÑA
[CONF.<2.500]	[CONF. <100]	[CONF. <60]

Fuente: Notificación

² Sociedad de responsabilidad limitada británica y matriz de entidades que prestan servicios de asesoramiento en materia de inversiones a fondos de capital de riesgo que invierten en una variedad de sectores industriales. AP no está controlada por ninguna entidad o persona física. Para información más específica sobre AP consultar el siguiente enlace web: [Apax Partners](#).

³ [CONFIDENCIAL]

⁴ Para información más específica sobre INDO consultar el siguiente enlace: [Indo Optical | Tus Ojos, Nuestro Mundo](#).

4. MERCADOS RELEVANTES

4.1 MERCADO DE PRODUCTO

- (14) El sector económico afectado por la operación es el sector de fabricación de instrumentos ópticos y equipo topográfico (Código NACE C.2670).
- (15) En particular, el sector de actividad en el que se enmarca la operación es **la fabricación y comercialización de lentes oftálmicas**, en el que pueden distinguirse la existencia de diferentes niveles⁵:
- Nivel 1: constituido por los proveedores de materias primas para la fabricación de lentes oftálmicas en que el que se engloban las compañías químicas o fabricantes de vidrio y plástico.
 - Nivel 2: constituido por los fabricantes que, a partir de las materias primas, producen las lentes oftálmicas terminadas o semi- terminadas⁶.
 - Nivel 3: conformado por los laboratorios de prescripción que transforman las lentes semi- terminadas⁷ en lentes terminadas en función de las necesidades concretas del pedido. Respecto de las lentes de stock, los laboratorios actúan como distribuidores mayoristas. En España, existen laboratorios integrados aguas arriba con fabricantes como es el caso de ESSILOR INTERNATIONAL (COMPAGNIE GENERALE D'OPTIQUE) S.A. (en adelante, ESSILOR), HOYA LENS IBERIA, S.A. (en lo sucesivo, HOYA) o CARL ZEISS MEDITEC (CARL ZEISS), integrados aguas abajo con minoristas como Visonlab o laboratorios independientes no integrados como Prats e IOH.
 - Nivel 4: distribución mayorista. En este nivel se encuentran las ópticas que son quienes tienen el contacto con el consumidor final.
- (16) De acuerdo con los precedentes comunitarios⁸ y nacionales⁹ se han identificado dos mercados de producto separados: (i) mercado de fabricación de lentes oftálmicas y (ii) distribución y comercialización minorista de lentes.
- a) Mercado de fabricación de lentes oftálmicas**
- (17) De acuerdo con los precedentes comunitarios¹⁰ y nacionales¹¹, tanto el mercado de aguas arriba de fabricación de lentes como el de distribución y comercialización de lentes, situado aguas abajo, puede subdividirse en función del diseño correctivo y el material empleado.
- (18) Concretamente, dentro del diseño correctivo, se distinguen las lentes (i)

⁵ De acuerdo con lo estipulado en el precedente nacional C/0556/14 Essilor/ Polycore.

⁶ En España no se lleva a cabo la actividad de fabricación de lentes.

⁷ En las que únicamente la cara delantera está acabada.

⁸ Decisión de la Comisión Europea en el asunto M.3670 Zeiss/EQT/Sola.

⁹ Resoluciones de la CNC y de la CNMC C/0556/14 Essilor/ Polycore, C/0303/10 Essilor/ Shamir y C/131/09 Essilor/ Signet.

¹⁰ Decisión de la Comisión Europea en el asunto M.3670 Zeiss/EQT/Sola.

¹¹ Resoluciones de la CNC y de la CNMC C/0556/14 Essilor/ Polycore, C/0303/10 Essilor/ Shamir y C/131/09 Essilor/ Signet

monofocales, con una sola distancia focal; (ii) bi/multifocales, con dos focos o graduaciones, una para ver de lejos en la parte superior y otra para ver de cerca en la parte inferior; y (iii) progresivas, que presentan más de un foco o graduación con la parte inferior para visión de cerca, la superior para una visión de lejos y un pasillo para la visión intermedia.

- (19) En función del material empleado se pueden distinguir entre: (i) orgánicas, con una mayor resistencia a la rotura¹² y (ii) minerales, cuya materia primitiva es el vidrio y se caracterizan por una notable dureza y resistencia al rayado y de mayor peso que las orgánicas.
- (20) A los efectos de la presente operación se analizará tanto el mercado amplio de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas, así como sus posibles segmentos en función del diseño correctivo y material empleado.

b) Mercado de distribución mayorista de equipamiento óptico

- (21) INDO está activa en el mercado de distribución mayorista de equipamiento óptico a clientes finales, en el que compite con los fabricantes que realizan ventas directas y con los grandes distribuidores que adquieren los productos directamente a los fabricantes.
- (22) El concepto de equipamiento óptico incluye, entre otros, el equipamiento de diagnóstico, gabinete, lentes exploración, instrumentos de mano, accesorios, taller o ayudas visuales y láseres.
- (23) De conformidad con los precedentes comunitarios¹³ y nacionales¹⁴, los mercados de distribución mayorista se definen por gamas amplias de productos en contraste con los mercados de fabricación que se definen por tipo de producto. En concreto, en la Decisión de la Comisión Europea de 7 de agosto de 2012, asunto M.6560 EQT VI / BSN Medical, ésta determinó la existencia de un mercado de distribución de suministros médicos en el que la competencia se produce sobre una gama completa de productos.
- (24) No obstante, los distribuidores mayoristas de equipamiento óptico con presencia significativa en el mercado español no son distribuidores de equipamiento médico en general¹⁵, sino únicamente de equipamiento óptico para ópticos y oftalmólogos, si bien, en algunos casos pueden comercializar otros productos relacionados con la salud visual como, lentes intraoculares.
- (25) A los efectos de la presente operación, la definición exacta del mercado puede dejarse abierta, pues no afecta a la valoración de la operación, si bien, se analizará la posición de INDO en el mercado de distribución mayorista de equipamiento óptico.

¹² Este tipo de lentes ha ido sustituyendo progresivamente a las lentes minerales

¹³ Decisiones de 7 de agosto de 2012, asunto M.6560 - EQT VI / BSN Medical 19 de enero de 2009, en el asunto M.5385 - Avnet/Abacus; de 23 de mayo de 2003, en el asunto M.3108 - Office Depot/Guilbert; y de 11 de abril de 2001, en el asunto M.2286 Burhmann/Samas Office Supplies; de 11 de abril de 2001.

¹⁴ Resolución del TDC de 6 de junio de 2006, en el expediente C-96/06, Cofares/Hefame.

¹⁵ Con la excepción CARL ZEISS, que comercializa productos de algunas otras especialidades médicas

5. MERCADO GEOGRÁFICO

a) Mercado de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas

- (26) De acuerdo con los precedentes comunitarios y nacionales anteriormente citados, el ámbito geográfico del mercado de fabricación de lentes oftálmicas es mundial, dado que los costes de transporte no son relevantes en términos relativos. A estos efectos, la mayoría de las empresas fabricantes producen las lentes terminadas y semi- terminadas en aquellos lugares en los que los costes de producción son inferiores, principalmente, Asia.
- (27) Por otro lado, el ámbito del mercado de comercialización de lentes oftálmicas sería nacional, pues los consumidores tienden a adquirir los productos en redes minoristas de implantación nacional, principalmente en ópticas.
- (28) Por tanto, el ámbito geográfico del mercado de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas así como el de sus segmentos, es nacional.

b) Mercado de distribución mayorista de equipamiento óptico

- (29) Aunque los fabricantes del equipamiento óptico suelen tener una fuerte presencia internacional (e.g. Nidek) y una capacidad de distribución internacional, bien directamente o bien a través de distribuidores locales, la comercialización de este tipo de material suele demandar la utilización de redes de distribución nacionales para atender a las cadenas de ópticas, principales compradoras del equipamiento.
- (30) En consecuencia, la dimensión del mercado de distribución mayorista de equipamiento en el sector óptico es, al menos, nacional.

6. ANÁLISIS DEL MERCADO

6.1 ESTRUCTURA DE LA OFERTA

- (31) En el mercado de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas existen múltiples fabricantes de lentes con distinto grado de fortaleza en el mercado. Cabe destacar, por su importancia, grupos multinacionales que presentan un grado de integración y de presencia internacional similares, como ESSILOR, HOYA o CARL ZEISS.
- (32) Los fabricantes concentran su actividad en un número reducido de plantas, desde las que distribuyen lentes a nivel mundial.
- (33) En España no existe ninguna instalación de fabricación de lentes. No obstante, existen laboratorios de acabado de lentes operados por algunos fabricantes de lentes verticalmente integrados como HOYA, por actores independientes como IOH o Prats, o por cadenas de distribución integradas aguas arribas como Visionlab. Otros operadores, en cambio, atienden al mercado español desde laboratorios situados fuera de nuestro país, como CARL ZEISS o SEIKO.
- (34) Los grandes fabricantes suelen contar con centros de distribución en función

de las áreas geográficas atendidas que distribuyen en sus zonas de influencia a los laboratorios de prescripción o a los distribuidores mayoristas.

- (35) Según la notificante, existe una fuerte tendencia hacia la integración vertical tanto de cadenas de ópticas con sus propios laboratorios¹⁶, como de fabricantes que se integran con cadenas ópticas para garantizarse un volumen de ventas, obtener información de clientes, etc.
- (36) A continuación, se presentan las cuotas de las partes en el mercado de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas y sus posibles segmentos:

Mercado de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas						
Empresa	2019		2020		2021	
	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%
RODENSTOCK	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
INDO	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
CONJUNTA	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[20-30]	[10-20]	[20-30]

Fuente: Inteligencia de mercado de las Partes y datos de ventas de las Partes.

- (37) En cuanto a los principales competidores en el mercado amplio de fabricación de lentes oftálmicas,¹⁷ existen múltiples competidores de entidad a nivel internacional como (i) ESSILOR con cuota del **[20-30]** %del mercado, (ii) HOYA con **[20-30]** %y (iii) ZEISS con el **[10-20]** %.

Segmento de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas monofocales						
Empresa	2019		2020		2021	
	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%
RODENSTOCK	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
INDO	[10-20]	[20-30]	[10-20]	[20-30]	[10-20]	[10-20]
CONJUNTA	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]

Fuente: Inteligencia de mercado de las Partes y datos de ventas de las Partes

Segmento de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas bi-multifocales						
Empresa	2019		2020		2021	
	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%
RODENSTOCK	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
INDO	[40-50]	[40-50]	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[30-40]
CONJUNTA	[40-50]	[40-50]	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[30-40]

Fuente: Inteligencia de mercado de las Partes y datos de ventas de las Partes

¹⁶ Las cadenas de ópticas crean sus propios laboratorios desempeñando labores propias de los fabricantes (retallando, ensamblando y aplicando tratamientos a las lentes oftálmicas).

¹⁷ Según las partes, no tienen capacidad de estimar la cuota de los competidores en los diferentes posibles segmentos. Únicamente pueden estimar su posición en el mercado amplio de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas a partir de las ventas de los fabricantes a los distribuidores como mejor aproximación a las ventas finales de competidores a consumidores finales.

Segmento de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas progresivas						
Empresa	2019		2020		2021	
	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%
RODENSTOCK	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]
INDO	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
CONJUNTA	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]

Fuente: Inteligencia de mercado de las Partes y datos de ventas de las Partes

Segmento de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas minerales						
Empresa	2019		2020		2021	
	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%
RODENSTOCK	[0-5]	[10-20]	[0-5]	[10-20]	[0-5]	[5-10]
INDO	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[20-30]	[20-30]	[20-30]
CONJUNTA	[40-50]	[40-50]	[30-40]	[40-50]	[30-40]	[30-40]

Fuente: Inteligencia de mercado de las Partes y datos de ventas de las Partes

Segmento de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas orgánicas						
Empresa	2019		2020		2021	
	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%	Valor%	Volumen%
RODENSTOCK	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
INDO	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
CONJUNTA	[10-20]	[20-30]	[10-20]	[20-30]	[10-20]	[20-30]

Fuente: Inteligencia de mercado de las Partes y datos de ventas de las Partes

- (38) Por su parte, INDO durante el último ejercicio ha comercializado las lentes oftálmicas a un precio medio de [CONFIDENCIAL]¹⁸ euros por unidad, [CONFIDENCIAL].
- (39) Respecto a la estructura de costes, los principales son [CONFIDENCIAL]

6.2 ESTRUCTURA DE LA DEMANDA

- (40) La demanda de lentes oftálmicas está constituida por los prescriptores, es decir, por los establecimientos ópticos a los que acude el consumidor final para adquirir las lentes adaptadas a sus problemas de visión.
- (41) Mientras que las cadenas de ópticas y centrales de compra poseen un poder significativo de negociación frente a fabricantes y laboratorios, el poder de negociación de las ópticas individuales es menor. Es por ello que, según la notificante, se observa una fuerte tendencia a la concentración de la demanda en grupos de compra y/o franquicias, que ha favorecido una fuerte presión a la baja en los precios, que ha afectado a los márgenes de los fabricantes.
- (42) Con carácter general, no existen acuerdos de suministro a largo plazo entre fabricantes o laboratorios de prescripción y establecimientos ópticos, sino que los acuerdos suelen ser por períodos cortos de aproximadamente un año o incluso sobre el pedido concreto. Igualmente, los acuerdos de suministro no

¹⁸ [CONFIDENCIAL]

tienen, por lo general, carácter exclusivo.

- (43) Por otro lado, se trata de un mercado en el que también existe una fuerte presión competitiva de las denominadas “*marcas blancas*”. Las grandes cadenas (Multiópticas, Alan Afflelou) suelen contratar con fabricantes el suministro de un cierto volumen de lentes y/o de tratamientos de marca blanca a menor precio que las de marca de fabricante y normalmente de menor calidad, que posteriormente venden bajo su propia marca y mediante ofertas atractivas en precio y condiciones (incluyendo lentes, tratamiento y monturas).
- (44) RODENSTOCK tiene una presencia marginal en España limitada a pocas ventas de sus productos a través de alguna de sus filiales y su distribuidor local, INDUSTRIAS ÓPTICAS PRATS, S.L.

6.3 BARRERAS DE ENTRADA E I+D+I

- (45) Según la notificante, no existen restricciones a la entrada de nuevas empresas que puedan calificarse como significativas, pudiendo dar servicio a muchas áreas geográficas desde unas pocas plantas de fabricación o laboratorio de acabados de lentes. Por otra parte, en los últimos años han irrumpido en el mercado productores asiáticos como es el caso de HOYA.
- (46) Respecto de la investigación y desarrollo, las empresas presentes en el mercado dedican una parte importante de sus recursos a la realización de actividades de I+D con el objeto de desarrollar nuevos productos o aplicaciones. RODENSTOCK es titular de 40 patentes en vigor en la actualidad en España [CONFIDENCIAL] INDO no tiene ninguna patente de lentes oftálmicas en vigor en España [CONFIDENCIAL], si bien, con acuerdos de colaboración en I+D con otros organismos públicos y empresas especializadas.

7. VALORACIÓN

- (47) La operación consiste en la adquisición por parte de RODENSTOCK GMBH del control exclusivo de INDO OPTICAL, S.L.U mediante la adquisición del capital social de PENASANDA INVESTMENTS, S.L.
- (48) El mercado afectado es el mercado de fabricación y comercialización de lentes oftálmicas, donde la operación da lugar a solapamientos poco significativos e inferiores al 30%, existiendo múltiples competidores de gran entidad a escala internacional, verticalmente integrados y con presencia en todos los segmentos del mercado como ESSILOR, HOYA y ZEISS. En concreto, las cuotas de éstos en el segmento amplio de la fabricación y comercialización de lentes oftálmicas son (i) ESSILOR, [20-30]%, (ii) HOYA, [20-30]% y (iii) ZEISS, [10-15]%.
- (49) La operación únicamente da lugar a solapamientos **superiores al 30%** en el segmento de la **fabricación y comercialización de lentes oftálmicas bi-multifocales** con una cuota conjunta en valor del **[30-40]% (adquisición del [30-40]%)** y en el de la **fabricación y comercialización de lentes oftálmicas**

minerales con una cuota conjunta en valor del **[30- 40]% ([20-30]%)**, dónde la posición de la adquirente en España era muy reducida (inferior al **[0-5]%**).

- (50) No obstante, se trata de un mercado donde existen competidores relevantes y suficientes con capacidad para competir con la entidad resultante en cualquiera de los segmentos considerados, sin barreras de entrada significativas con reciente entrada de competidores asiáticos.
- (51) Asimismo, la demanda del mercado tiende a la concentración para ganar poder de mercado frente a los fabricantes. Existe, además, una fuerte tendencia a la integración vertical entre fabricantes y cadenas de distribución, con una fuerte incidencia de las marcas blancas que ejercen fuerte presión sobre los precios del mercado y que limitaría cualquier intento de incremento unilateral de precios por parte de la entidad resultante.
- (52) La Operación no da lugar a solapamientos verticales dado que ninguna de las Partes está presentes en los mercados verticalmente relacionados, ni presenta efectos cartera.

8. PROPUESTA

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.