

**Streszczenie decyzji Komisji****z dnia 1 marca 2018 r.****uznającej koncentrację za zgodną z rynkiem wewnętrznym oraz z funkcjonowaniem Porozumienia EOG****(Sprawa M.8394 – Essilor/Luxottica)**

(notyfikowanej jako dokument nr C(2018) 1198 final)

**(Jedynie tekst w języku angielskim jest autentyczny)****(Tekst mający znaczenie dla EOG)**

(2018/C 335/08)

W dniu 1 marca 2018 r. Komisja przyjęła decyzję w sprawie połączenia przedsiębiorstw na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 139/2004 z dnia 20 stycznia 2004 r. w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw (rozporządzenie WE w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw)<sup>(1)</sup>, w szczególności jego art. 8 ust. 1. Pełny tekst decyzji w wersji nieopatrzonej klauzulą poufności w stosownym przypadku w wersji wstępnej można znaleźć w autentycznej wersji językowej postępowania na stronie internetowej Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji pod następującym adresem: [http://ec.europa.eu/comm/competition/index\\_pl.html](http://ec.europa.eu/comm/competition/index_pl.html).

- (1) W załączonej decyzji uznaje się, że połączenie przedsiębiorstw Essilor International (Compagnie Générale d'Optique) S.A. („Essilor”, Francja) i Luxottica Group S.p.A. („Luxottica”, Włochy) jest zgodne z rynkiem wewnętrznym oraz z Porozumieniem EOG zgodnie z art. 2 ust. 2 i art. 8 ust. 1 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw oraz z art. 57 Porozumienia EOG.
- (2) W dniu 22 sierpnia 2017 r., zgodnie z art. 4 rozporządzenia Rady (WE) nr 139/2004 („rozporządzenie w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw”), Komisja Europejska otrzymała zgłoszenie planowanej koncentracji, w wyniku której przedsiębiorstwa Essilor i Luxottica łączą się w rozumieniu art. 3 ust. 1 lit. a) rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw („transakcja”). Essilor i Luxottica zwane są dalej „stronami”. Spółka powstająca w wyniku połączenia zwana jest dalej „podmiotem powstałym w wyniku połączenia”

**I. STRONY I TRANSAKCJA**

- (3) Przedmiotem transakcji jest pełne połączenie przedsiębiorstw Essilor i Luxottica. W dniu 15 stycznia 2017 r. akcjonariusz posiadający pakiet kontrolny przedsiębiorstwa Luxottica, Delfin, oraz przedsiębiorstwo Essilor zawarły porozumienie dotyczące połączenia. W wyniku zrealizowania transakcji przedsiębiorstwo Essilor stanie się spółką czysto holdingową o nowej nazwie „EssilorLuxottica” (HoldCo), która będzie kontrolować dwie spółki zależne: (i) Luxottica; i (ii) New Essilor, która powstanie w wyniku podziału działalności operacyjnej przedsiębiorstwa Essilor.
- (4) Przedsiębiorstwo Essilor ma swoją siedzibę we Francji, a jego działalność polega głównie na produkcji i dystrybucji hurtowej soczewek okulistycznych. Przedsiębiorstwo to wytwarza również narzędzia i urządzenia optyczne oraz optyczne materiały zużywalne dla specjalistów w dziedzinie okulistyki i producentów soczewek. Przedsiębiorstwo Essilor w mniejszym stopniu prowadzi także działalność w zakresie produkcji i sprzedaży akcesoriów optycznych oraz w zakresie sprzedaży detalicznej przez internet. W 2016 r. przedsiębiorstwo Essilor odnotowało sprzedaż na poziomie około 7 mld EUR.
- (5) Przedsiębiorstwo Luxottica ma swoją siedzibę we Włoszech i zajmuje się projektowaniem, wytwarzaniem i dystrybucją opravek okularów korekcyjnych i okularów słonecznych wprowadzanych do obrotu w ramach portfela marek własnych i licencjonowanych. Od czasu niedawnego otwarcia laboratorium we Włoszech przedsiębiorstwo prowadzi również działalność w zakresie sprzedaży detalicznej w branży optycznej – choć jedynie w ograniczonym zakresie w Europie – oraz w zakresie hurtowego handlu soczewkami. W 2016 r. przedsiębiorstwo Luxottica odnotowało sprzedaż na poziomie około 9 mld EUR.

**II. WYMIAR UNIJNY**

- (6) Łączny światowy obrót zainteresowanych przedsiębiorstw wynosi ponad 5 000 mln EUR<sup>(2)</sup>. Ogólnounijny obrót każdego z nich przekracza 250 mln EUR, ale w żadnym państwie członkowskim nie osiągają one więcej niż dwie trzecie swojego łącznego obrotu na terenie całej UE.

**III. PROCEDURA**

- (7) Komisja na podstawie własnego badania rynku wyraziła poważne wątpliwości co do zgodności transakcji z rynkiem wewnętrznym i w dniu 26 września 2017 r. przyjęła decyzję o wszczęciu postępowania zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. c) rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw.

<sup>(1)</sup> Dz.U. L 24 z 29.1.2004, s. 1.

<sup>(2)</sup> Obrót obliczany zgodnie z art. 5 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw oraz skonsolidowanym obwieszczeniem Komisji dotyczącym kwestii jurysdykcyjnych (Dz.U. C 95 z 16.4.2008, s. 1).

- (8) W dniu 17 października 2017 r. strony zwróciły się o przedłużenie przewidzianego prawem terminu o dziesięć dni roboczych na podstawie art. 10 ust. 3 akapit drugi zdanie pierwsze rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw.
- (9) W dniu 19 października 2017 r., zgodnie z art. 11 ust. 3, Komisja przyjęła decyzję, w której od przedsiębiorstwa Essilor wymaga się przekazania informacji w odpowiedzi na wezwanie do udzielenia informacji wystosowane przez Komisję.
- (10) W dniu 31 października 2017 r., zgodnie z art. 10 ust. 4 i art. 11 ust. 3 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw, Komisja przyjęła decyzję, w której od przedsiębiorstwa Luxottica wymaga się przedstawienia dokumentów w odpowiedzi na wezwanie do udzielenia informacji wystosowane przez Komisję. Termin przedstawienia przeglądu połączenia przełożono z dnia 25 października 2017 r. na dzień 7 listopada 2017 r.
- (11) W dniu 21 grudnia 2017 r. Komisja za zgodą stron wydłużyła okres postępowania o dziesięć dni roboczych, do dnia 22 marca 2018 r., zgodnie z art. 10 ust. 3 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw, aby móc ocenić dokumenty przedłożone z opóźnieniem, których strony uprzednio nie dostarczyły.

#### IV. OCENA

- (12) Przedmiotem transakcji jest łańcuch wartości w branży optycznej na obszarze EOG. Właściwe rynki produktowe i geograficzne określa się zgodnie z poniższymi ustaleniami:

##### 1. Definicje dotyczące rynku właściwego

###### 1.1. Materiały okulistyczne

- (13) Komisja uważa, że rynek materiałów okulistycznych – materiałów do produkcji soczewek okulistycznych na zamówienie – jest odrębny od rynku soczewek okulistycznych, ponieważ substytucyjność soczewek i materiałów nie występuje ani po stronie popytu, ani podaży. Zgodnie ze swoimi decyzjami precedensowymi Komisja uznaje, że zakres rynku materiałów okulistycznych obejmuje co najmniej obszar EOG.

###### 1.2. Sprzedaż hurtowa soczewek okulistycznych

- (14) Komisja uważa, że rynkiem właściwym jest rynek hurtowy gotowych soczewek okulistycznych, obejmujący zarówno soczewki przezroczyste, jak i soczewki do okularów słonecznych. W wyniku postępowania wyjaśniającego potwierdzono znaczenie potencjalnej segmentacji według materiału, przeznaczenia okularów korekcyjnych i kanałów sprzedaży. Taka segmentacja nie będzie mieć jednak żadnego wpływu na ocenę wpływu na konkurencję, w związku z czym może ona pozostać otwarta. W wyniku postępowania wyjaśniającego potwierdzono ponadto, że rynkiem geograficznym hurtowej sprzedaży soczewek okulistycznych jest rynek krajowy.

###### 1.3. Sprzedaż hurtowa oprawek

- (15) Komisja uważa, że rynek hurtowy oprawek jest odrębny od rynku hurtowego okularów słonecznych, ponieważ między tymi produktami nie występuje substytucyjność po stronie popytu. Chociaż istnieje pewna substytucyjność po stronie podaży, dostawcy mają z reguły odmienne mocne strony, jeśli chodzi o oprawki oraz okulary słoneczne.

- (16) Komisja uważa, że rynkiem właściwym jest rynek hurtowy oprawek. Dalsza segmentacja według ceny, marki lub kanałów sprzedaży nie będzie mieć wpływu na ocenę wpływu na konkurencję, w związku z czym może pozostać otwarta. Definicja rynku geograficznego w przypadku sprzedaży hurtowej oprawek może dotyczyć szczebla krajowego lub całego obszaru EOG i ostatecznie może pozostać otwarta.

###### 1.4. Sprzedaż hurtowa okularów słonecznych

- (17) Komisja uważa, że rynkiem właściwym jest rynek hurtowy okularów słonecznych. Dalsza segmentacja według ceny, marki lub kanałów sprzedaży nie będzie mieć wpływu na ocenę wpływu na konkurencję, w związku z czym może pozostać otwarta. Definicja rynku geograficznego w przypadku sprzedaży hurtowej okularów słonecznych może dotyczyć szczebla krajowego lub całego obszaru EOG i ostatecznie może pozostać otwarta.

###### 1.5. Urządzenia okulistyczne i okulistyczne materiały zużywalne

- (18) Komisja nie rozstrzyga, czy rynek urządzeń okulistycznych należy dalej dzielić na urządzenia kształtujące soczewkę, urządzenia nanoszące powłoki uszlachetniające, przemysłowe urządzenia szlifujące i komercyjne urządzenia szlifujące („szlifierki stołowe”), ponieważ transakcja nie wzbudza obaw związanych z konkurencją na żadnym z tych rynków. Komisja uważa, że rynek urządzeń okulistycznych, w szczególności rynek komercyjnych urządzeń szlifujących (szlifierek stołowych), obejmuje swoim zakresem co najmniej obszar EOG, oraz nie rozstrzyga kwestii dokładnego określenia rynku, ponieważ nie będzie ona mieć wpływu na ocenę wpływu na konkurencję.

(19) Komisja nie rozstrzyga kwestii dotyczącej definicji właściwego rynku produktowego materiałów zużywalnych, mając na uwadze to, że transakcja ma znikomy wpływ na ten rynek. Rynek geograficzny obejmuje co najmniej cały obszar EOG.

1.6. Sprzedaż detaliczna w branży optycznej

(20) Komisja nie rozstrzyga kwestii tego, czy rynek detaliczny branży optycznej należy poddawać dalszej segmentacji na sprzedaż stacjonarną i sprzedaż przez internet, ponieważ taka segmentacja nie będzie mieć żadnego wpływu na ocenę wpływu na konkurencję. W świetle dotychczasowej praktyki i wyników badania rynku Komisja uważa, że rynkami detalicznymi branży optycznej są rynki krajowe.

1.7. Soczewki kontaktowe

(21) Komisja uważa, że kwestię potencjalnego rozróżnienia między soczewkami miękkimi i twardymi można w tym przypadku pozostawić otwartą, ponieważ nie będzie ona mieć żadnego wpływu na wynik oceny. Komisja uważa, że rynki soczewek kontaktowych mają zasięg krajowy albo obejmują obszar EOG oraz że kwestię definicji rynku geograficznego można zostawić otwartą, ponieważ nie będzie ona mieć żadnego wpływu na ocenę wpływu na konkurencję.

2. Ocena wpływu na konkurencję

2.1. Ocena nieskoordynowanych skutków horyzontalnych

2.1.1. Sprzedaż hurtowa soczewek okulistycznych

(22) Komisja ustaliła, że w 2016 r. przedsiębiorstwo Luxottica weszło na europejski rynek soczewek okulistycznych, otwierając laboratorium we Włoszech (Sedico).

(23) Badanie rynku wykazało, że znaczna większość respondentów nie postrzega przedsiębiorstwa Luxottica jako podmiotu, który w najbliższych latach stanie się znaczącym podmiotem na rynku soczewek.

(24) Co więcej, konkurenci – przedsiębiorstwa Hoya, Zeiss i Rodenstock – wydają się znajdować w lepszej pozycji do wywierania presji konkurencyjnej na przedsiębiorstwo Essilor niż przedsiębiorstwo Luxottica. Presję tę uzupełniają lokalni konkurenci w kilku krajach EOG oraz konkurencja ze strony azjatyckich dostawców produktów o niższej wartości.

(25) Komisja uznaje zatem, że pomimo niedawnego wejścia przedsiębiorstwa Luxottica na rynki soczewek okulistycznych w Europie transakcja nie zakłóci w znaczący sposób efektywnej konkurencji poprzez nieskoordynowane skutki horyzontalne na rynkach soczewek okulistycznych w żadnym kraju EOG, w szczególności ani w Zjednoczonym Królestwie, ani we Włoszech.

2.1.2. Sprzedaż hurtowa oprawek okularów korekcyjnych i okularów słonecznych

(26) Na przestrzeni ostatnich lat przedsiębiorstwo Essilor rozwijało swoją działalność w branży oprawek i okularów słonecznych na obszarze EOG. Komisja ustaliła jednak, że marki przedsiębiorstwa Luxottica i przedsiębiorstwa Essilor są dalekimi konkurentami na rynku oprawek okularów korekcyjnych, ponieważ marki przedsiębiorstwa Essilor osiągają niższy pułap cenowy; jedynymi wyjątkami są marki Bolon i Costa. Przedsiębiorstwo Essilor nabyło markę Costa z siedzibą w Stanach Zjednoczonych w 2014 r., natomiast markę Bolon z siedzibą w Chinach – w 2013 r. [...]. Obie marki zadebiutowały na rynku europejskim w 2016 r., a obecnie są wprowadzane w kilku państwach Unii.

(27) Marki Costa i Bolon [...], jeżeli przedsiębiorstwo osiągnęłoby swoje cele sprzedaży dotyczące najlepszych marek akcesoriów optycznych do 2020 r., stanowiłyby jednak jedynie około 2 % rynku markowych akcesoriów optycznych w EOG.

(28) Badanie rynku wykazało, że znaczna większość respondentów nie postrzega przedsiębiorstwa Essilor jako podmiotu, który w najbliższych latach stanie się znaczącym podmiotem na rynku oprawek lub okularów słonecznych.

(29) Co więcej, podmiot powstały w wyniku połączenia wciąż będzie narażony na konkurencję ze strony innych dostawców oprawek i okularów słonecznych, którzy oferują szeroki zakres marek, w tym marki Safilo i De Rigo.

(30) Komisja uznaje zatem, że pomimo niedawnego wprowadzenia przez przedsiębiorstwo Essilor nowych marek akcesoriów optycznych takich jak Bolon i Costa na obszar EOG, transakcja nie zakłóci w znaczący sposób efektywnej konkurencji poprzez nieskoordynowane skutki horyzontalne na rynkach oprawek okularów korekcyjnych ani na rynkach okularów słonecznych na całym obszarze EOG ani w żadnym z krajów EOG.

2.1.3. Sprzedaż detaliczna w branży optycznej

(31) Komisja ustaliła, że na obszarze EOG nie ma rynków detalicznych branży optycznej, na które koncentracja wywierałaby wpływ. Ponadto przedsiębiorstwo Essilor wnosi niewielki wzrost udziału w rynku detalicznym – w tym w Zjednoczonym Królestwie i we Włoszech – gdzie przedsiębiorstwo Luxottica ma ograniczone udziały w rynku. Co więcej, przedsiębiorstwo Luxottica i przedsiębiorstwo Essilor są dalekimi konkurentami na rynku detalicznym, ponieważ przedsiębiorstwo Essilor skupia swoją działalność na sprzedaży soczewek kontaktowych przez internet, natomiast przedsiębiorstwo Luxottica specjalizuje się w stacjonarnej sprzedaży detalicznej akcesoriów optycznych i detalicznej sprzedaży okularów słonecznych przez internet.

- (32) Komisja stwierdza, że transakcja nie zakłóci w znaczący sposób efektywnej konkurencji poprzez nieskoordynowane skutki horyzontalne na rynkach detalicznych branży optycznej w żadnym kraju EOG, w szczególności ani w Zjednoczonym Królestwie, ani we Włoszech.

#### 2.1.4. Licencjonowanie marki

- (33) Zarówno przedsiębiorstwo Essilor, jak i przedsiębiorstwo Luxottica prowadzą aktywną działalność w zakresie licencjonowania marki w charakterze rzeczywistych lub potencjalnych nabywców licencji. Komisja ustaliła jednak, że przedsiębiorstwa Essilor i Luxottica mają różne profile – portfel licencjonowanych marek przedsiębiorstwa Luxottica obejmuje prestiżowe marki modowe i marki luksusowe, natomiast portfel przedsiębiorstwa Essilor obejmuje niewiele marek, o mniejszej atrakcyjności, i uzyskuje niski udział w rynku.

#### 2.2. Ocena nieskoordynowanych skutków wertykalnych

- (34) Komisja stwierdza, że transakcja nie zakłóci w znaczący sposób efektywnej konkurencji poprzez nieskoordynowane skutki wertykalne na następujących rynkach, na który koncentracja wywiera wpływ wertykalny:
- (a) w odniesieniu do dostaw materiałów optycznych jako surowca przez przedsiębiorstwo Essilor oraz produkcji soczewek przez przedsiębiorstwo Luxottica Komisja dochodzi do tego wniosku w związku z obecnością wystarczającej liczby alternatywnych dostawców materiałów okulistycznych i bardzo słabą pozycją rynkową przedsiębiorstwa Luxottica na rynku niższego szczebla w zakresie soczewek na obszarze EOG;
  - (b) w odniesieniu do dostaw urządzeń kształtujących soczewki, urządzeń nanoszących powłoki uszlachetniające i urządzeń szlifujących, a także materiałów zużywalnych przez przedsiębiorstwo Essilor oraz produkcji soczewek przez przedsiębiorstwo Luxottica Komisja dochodzi do takiego wniosku w związku z obecnością wystarczającej liczby alternatywnych dostawców urządzeń okulistycznych i materiałów zużywalnych oraz bardzo słabą pozycją rynkową przedsiębiorstwa Luxottica na rynku niższego szczebla w zakresie soczewek na obszarze EOG;
  - (c) w odniesieniu do dostaw soczewek słonecznych o zerowej mocy optycznej przez przedsiębiorstwo Essilor oraz produkcji okularów słonecznych przez przedsiębiorstwo Luxottica Komisja wyciąga swój wniosek na podstawie minimalnych poziomów sprzedaży przedsiębiorstwa Essilor oraz istnienia wystarczającej liczby alternatywnych dostawców<sup>(1)</sup>;
  - (d) w odniesieniu do dostaw soczewek przedsiębiorstwa Essilor i działalności detalicznej przedsiębiorstwa Luxottica Komisja wyciąga swój wniosek, uwzględniając obecność wystarczającej liczby alternatywnych dostawców soczewek oraz ograniczony rozmiar działalności detalicznej podmiotu powstałego w wyniku połączenia na obszarze EOG;
  - (e) w odniesieniu do dostaw komercyjnych urządzeń szlifujących przedsiębiorstwa Essilor i działalności detalicznej przedsiębiorstwa Luxottica Komisja wyciąga swój wniosek, uwzględniając obecność wystarczającej liczby alternatywnych dostawców urządzeń okulistycznych oraz ograniczony rozmiar działalności detalicznej podmiotu powstałego w wyniku połączenia na obszarze EOG;
  - (f) jeżeli chodzi o dostawy oprawek i okularów słonecznych przez przedsiębiorstwo Luxottica i działalność detaliczną przedsiębiorstwa Essilor Komisja wyciąga swój wniosek na podstawie bardzo ograniczonej pozycji przedsiębiorstwa Essilor na rynku detalicznym branży optycznej.

#### 2.3. Ocena nieskoordynowanych skutków skumulowanych

- (35) Transakcja prowadzi do powiązań skumulowanych między sprzedażą hurtową akcesoriów optycznych, soczewek, szlifierek stołowych i soczewek kontaktowych stron, ponieważ strony sprzedają te produkty tej samej bazie klientów na obszarze EOG, a mianowicie sprzedawcom detalicznym produktów optycznych.
- (36) Dokonana przez Komisję ocena nieskoordynowanych skutków skumulowanych skupia się na (i) potencjalnym lewarowaniu pozycji przedsiębiorstwa Luxottica w dziedzinie akcesoriów optycznych w celu zamknięcia dostępu dla konkurentów w dziedzinie soczewek; (ii) potencjalnym lewarowaniu pozycji przedsiębiorstwa Essilor w dziedzinie soczewek w celu zamknięcia dostępu dla konkurentów w dziedzinie akcesoriów optycznych; (iii) potencjalnym lewarowaniu pozycji przedsiębiorstwa Essilor w dziedzinie urządzeń okulistycznych (szlifierek stołowych) w celu zamknięcia dostępu dla konkurentów w dziedzinie akcesoriów optycznych; (iv) lewarowaniu pozycji przedsiębiorstwa Luxottica w dziedzinie akcesoriów optycznych w celu zamknięcia dostępu dla konkurentów w dziedzinie soczewek kontaktowych lub urządzeń okulistycznych.

<sup>(1)</sup> Komisja oceniła również twierdzenia dotyczące potencjalnego zamknięcia dostępu do acetatu produkowanego w procesie przędzenia mokrego – składnika stosowanego do produkcji oprawek i okularów słonecznych. Biorąc pod uwagę fakt, że przedsiębiorstwo Luxottica uzyskuje obecnie umiarkowaną część zdolności produkcyjnych obu dostawców, a przedsiębiorstwo Essilor wnosi bardzo niewiele do działalności przedsiębiorstwa Luxottica w zakresie sprzedaży hurtowej akcesoriów optycznych na obszarze EOG, Komisja stwierdza, że nie ma ryzyka zamknięcia dostępu do acetatu produkowanego w procesie przędzenia mokrego dla konkurentów na rynku akcesoriów optycznych.

### 2.3.1. Lewarowanie pozycji przedsiębiorstwa Luxottica w dziedzinie akcesoriów optycznych w celu zamknięcia dostępu dla konkurentów w dziedzinie soczewek

#### Zdolność do zamknięcia dostępu

- (37) Komisja uznaje, że przedsiębiorstwo Luxottica ma w pewnym stopniu władzę rynkową na rynku hurtowym okularów słonecznych oraz, w ograniczonym stopniu, władzę rynkową na rynku hurtowym oprawek na obszarze EOG, ale nie jest ona wystarczająca, aby umożliwić zamknięcie dostępu dla konkurentów podmiotu powstałego w wyniku połączenia na rynkach soczewek.
- (38) Chociaż przedsiębiorstwo Luxottica ma [40–50] % udziału w rynku okularów słonecznych na szczelbu EOG, Komisja stwierdza, że władza rynkowa przedsiębiorstwa Luxottica jest niewystarczająca, aby umożliwić przedsiębiorstwu zamknięcie dostępu dla konkurentów podmiotu powstałego w wyniku połączenia na rynkach soczewek. Wniosek opiera się głównie na fakcie, że duża część sklepów optycznych nie posiada w ofercie żadnych okularów słonecznych przedsiębiorstwa Luxottica, na informacjach zwrotnych od wielu optyków dotyczących znaczenia marek okularów słonecznych przedsiębiorstwa Luxottica, na fakcie, że sprzedaż okularów słonecznych stanowi dla optyków niewielką część ich przychodów, oraz na odpowiednich poziomach marży dostawców okularów słonecznych.
- (39) Podmiot powstały w wyniku połączenia ma niski udział w rynku oprawek, wynoszący [10–20] % na obszarze EOG, a zgromadzone przez Komisję dowody nie popierają twierdzeń, że przedsiębiorstwo Luxottica posiada najbardziej pożądane marki oprawek dla optyków. Duża część sklepów optycznych nie posiada w ofercie żadnych oprawek przedsiębiorstwa Luxottica, a z informacji zwrotnych otrzymanych od dużej liczby optyków nie wynika, by władza rynkowa przedsiębiorstwa Luxottica wykraczała poza poziom, na który wskazuje udział w rynku tego przedsiębiorstwa.

#### Bodźce do zamknięcia dostępu

- (40) Komisja uważa, że należy rozróżnić bodźce podmiotu powstałego w wyniku połączenia do angażowania się w sprzedaż wiązaną (w którym to przypadku podmiot powstały w wyniku połączenia prowadziłby sprzedaż oprawek lub okularów słonecznych przedsiębiorstwa Luxottica bądź też obu tych produktów, pod warunkiem że klient nabydzie również soczewki przedsiębiorstwa Essilor), które to bodźce wydają się ograniczone, i bodźce do angażowania się w mieszaną sprzedaż pakietową (w którym to przypadku podmiot powstały w wyniku połączenia oferuje z jednej strony pakiet okularów słonecznych lub oprawek przedsiębiorstwa Luxottica bądź też obu tych produktów, a z drugiej strony soczewki przedsiębiorstwa Essilor po cenie niższej, niż gdyby produkty te były nabywane osobno), co jest bardziej prawdopodobne.

#### Bodźce do angażowania się w sprzedaż wiązaną

- (41) Komisja uważa, że podmiot powstały w wyniku połączenia nie będzie miał żadnych bodźców do angażowania się w sprzedaż wiązaną poprzez wykorzystanie swojej pozycji w dziedzinie oprawek lub okularów słonecznych, aby skłonić optyków do nabywania większej liczby soczewek przedsiębiorstwa Essilor. W przeszłości przedsiębiorstwo Luxottica stosowało sprzedaż wiązaną różnych produktów jedynie w bardzo ograniczonym zakresie, a w dokumentach wewnętrznych stron nie ma wskazań, by po dokonaniu transakcji planowały one powiązać sprzedaż akcesoriów optycznych ze sprzedażą soczewek. Ponadto znacząca liczba klientów uczestniczących w badaniu rynku wskazała, że zasadniczo odrzucają oni wszelkie praktyki wiązania sprzedaży, a ich stosowanie skłoniłoby ich do zwrócenia się do alternatywnych dostawców. Co więcej, marża pokrycia kosztów zmiennych przedsiębiorstwa Luxottica na parze okularów słonecznych i oprawkach jest wyższa niż marża przedsiębiorstwa Essilor na parze soczewek, co wraz z pozostałymi wynikami postępowania wyjaśniającego Komisji wskazuje na to, że podmiot powstały w wyniku połączenia prawdopodobnie poniesie znaczące straty, jeżeli nie podejmie się sprzedaży związanej.

#### Bodźce do angażowania się w mieszaną sprzedaż pakietową

- (42) Komisja uważa, że podmiot powstały w wyniku połączenia będzie miał bodźce do podjęcia się mieszanej sprzedaży pakietowej w drodze oferowania akcesoriów optycznych i pasujących do nich soczewek jako „gotowych produktów” po cenie niższej, niż gdyby produkty te były nabywane osobno. Opiera się to na ofertach z przeszłości i planach na przyszłość zarówno przedsiębiorstwa Essilor, jak i przedsiębiorstwa Luxottica.

#### Skutki zamknięcia dostępu

- (43) Wyniki badania rynku nie wskazywały na to, by nawet w mało prawdopodobnym przypadku próby zamknięcia dostępu utrata przez konkurentów w dziedzinie soczewek udziału w rynku zakłócała ich zdolność do wywierania presji konkurencyjnej na przedsiębiorstwo Essilor. Dostępne dane dotyczące skali efektywności nie wskazują na to, by dostawcy posiadający mniejszy udział w rynku ponieśli straty wynikające z braku korzyści skali. Ponadto zgodnie z analizą ilościową Komisji wszelka hipotetyczna utrata przez konkurentów w dziedzinie soczewek udziału w rynku byłaby w każdym wypadku stosunkowo niewielka.
- (44) Komisja uznaje zatem, że transakcja nie zakłóci w znaczący sposób efektywnej konkurencji na rynkach soczewek okulistycznych poprzez nieskoordynowane skutki skumulowane ze względu na lewarowanie pozycji przedsiębiorstwa Luxottica w dziedzinie akcesoriów optycznych na obszarze EOG albo na szczelbu krajowym.

### 2.3.2. Lewarowanie pozycji przedsiębiorstwa Essilor w dziedzinie soczewek okulistycznych w celu zamknięcia dostępu dla konkurentów w dziedzinie akcesoriów optycznych

- (45) Biorąc pod uwagę, że klienci mają ograniczone preferencje co do konkretnych marek soczewek i silniejsze preferencje co do konkretnych marek akcesoriów optycznych, założenie, że strony mogłyby wykorzystać swoją pozycję w dziedzinie soczewek do narzucania klientom sprzedaży akcesoriów optycznych poprzez strategię lewarowania, nie jest realistyczne. Przeprowadzone przez Komisję postępowanie wyjaśniające wykazało, że wszelkie takie próby spotkałyby się ze sprzeciwem ze strony klientów, którzy byłoby skłonni i zdolni do przejścia do konkurencyjnych dostawców soczewek, aby uniknąć bycia zmuszonym do zakupu oprawek przedsiębiorstwa Luxottica wbrew swojemu własnemu osądowi.
- (46) Chociaż udziały w rynku soczewek przedsiębiorstwa Essilor są odczuwalnie wyższe niż udziały w rynku akcesoriów optycznych przedsiębiorstwa Luxottica, soczewki są produktem w znacznie większym stopniu postrzeganym jako towar, a jedynie ograniczona liczba klientów preferuje konkretne marki soczewek. Odzwierciedlają to również marże zysku osiąganego przez przedsiębiorstwa na tych dwóch rynkach – są one znacząco niższe w przypadku soczewek niż w przypadku akcesoriów optycznych (co wskazuje na odczuwalnie wyższy stopień możliwości ustalania cen w dziedzinie akcesoriów optycznych). Komisja uważa, że w omawianym przypadku szkoda dla konkurencji wynikająca z lewarowania rynku akcesoriów optycznych za pośrednictwem rynku soczewek jest mało prawdopodobna.
- (47) Komisja stwierdza, że podmiot powstały w wyniku połączenia nie będzie w stanie i nie będzie miał bodźców do lewarowania swojej pozycji w dziedzinie soczewek na obszarze EOG poprzez wiązanie swoich sprzedaży ze sprzedażą oprawek lub okularów słonecznych w stopniu, w jakim spowodowałoby to zamknięcie dostępu dla konkurujących dostawców oprawek i okularów słonecznych poprzez zmniejszenie ich możliwości lub bodźców do konkurencji.
- (48) Komisja uznaje zatem, że transakcja nie zakłóci w znaczący sposób efektywnej konkurencji na rynkach oprawek lub okularów słonecznych poprzez nieskoordynowane skutki skumulowane ze względu na lewarowanie pozycji przedsiębiorstwa Essilor w dziedzinie soczewek na obszarze EOG albo na szczeblu krajowym.

### 2.3.3. Lewarowanie pozycji przedsiębiorstwa Essilor w dziedzinie urządzeń okulistycznych w celu zamknięcia dostępu dla konkurentów w dziedzinie akcesoriów optycznych

- (49) Przedsiębiorstwo Essilor sprzedaje specjalistom w dziedzinie okulistyki wyłącznie jeden rodzaj urządzeń okulistycznych – szlifiereki stołowe – w których sektorze przedsiębiorstwo posiada 40–45 % udziału w rynku na obszarze EOG. Większość popytu na te produkty pochodzi od klientów posiadających siłę nabywczą, takich jak duże sieci lub grupy zakupowe. Wzrasta konkurencja ze strony przywozu, gdyż przywóz spoza obszaru EOG stanowi już około 35 % popytu w EOG.
- (50) Komisja ustaliła, że w przeszłości przedsiębiorstwo Essilor kilkakrotnie prowadziło sprzedaż pakietową soczewek okulistycznych i urządzeń okulistycznych, ale nigdy nie wiązało tych dwóch grup produktów. Pakietyzacja urządzeń okulistycznych przedsiębiorstwa Essilor z oprawkami lub okularami słonecznymi prowadziłaby do wysokiego odsetka odchodzenia klientów, ponieważ optycy nie mają silnych preferencji co do marek urządzeń okulistycznych. Ponadto zamknięcie dostępu dla konkurentów w dziedzinie akcesoriów optycznych nie miałoby miejsca, ponieważ działalność większości z nich sięga skali światowej lub międzynarodowej.
- (51) Komisja uznaje zatem, że transakcja nie zakłóci w znaczący sposób efektywnej konkurencji na rynkach oprawek lub okularów słonecznych na wszystkich rynkach krajowych w EOG poprzez nieskoordynowane skutki skumulowane ze względu na lewarowanie pozycji przedsiębiorstwa Essilor w dziedzinie urządzeń okulistycznych sprzedawanych specjalistom w dziedzinie okulistyki na poziomie EOG.

### 2.3.4. Lewarowanie pozycji przedsiębiorstwa Luxottica w dziedzinie akcesoriów optycznych w celu zamknięcia dostępu dla konkurentów w dziedzinie soczewek kontaktowych i urządzeń okulistycznych

- (52) Komisja nie dotarła do żadnych dowodów potwierdzających twierdzenie, że podmiot powstały w wyniku połączenia mógłby lewarować swoją pozycję na rynkach akcesoriów optycznych w celu zamknięcia dostępu dla konkurentów w dziedzinie innych produktów sprzedawanych specjalistom w dziedzinie okulistyki, w szczególności soczewek kontaktowych i urządzeń okulistycznych (szlifierek stołowych).
- (53) Obecny poziom działalności przedsiębiorstwa Essilor w zakresie dostaw soczewek kontaktowych jest bardzo niski. Przedsiębiorstwo nie produkuje soczewek kontaktowych, a tylko odsprzedaje te produkty w celu spełnienia potrzeb niektórych sprzedawców detalicznych. Podczas badania rynku żaden optyk nie zgłosił, że rozważyłby przedsiębiorstwo Essilor jako dostawcę soczewek kontaktowych.
- (54) Ze względów podobnych do tych wymienionych w pkt (38) i (39) przedsiębiorstwo Luxottica nie posiada wystarczającej władzy rynkowej w dziedzinie oprawek i okularów słonecznych, by zamknąć dostęp dla dostawców szlifierek stołowych. Co więcej, optycy mogą bez problemu przejść ze szlifierek stołowych przedsiębiorstwa Essilor na inne w odpowiedzi na jakąkolwiek ofertę związaną lub pakietową.

- (55) Komisja uznaje zatem, że transakcja nie zakłóci w znaczący sposób efektywnej konkurencji na rynkach soczewek kontaktowych ani szlifierek stołowych na obszarze EOG poprzez nieskoordynowane skutki skumulowane ze względu na lewarowanie pozycji przedsiębiorstwa Luxottica w dziedzinie akcesoriów optycznych.

#### V. WNIOSEK I PROPOZYCJA

- (56) W załączonej decyzji wydanej na podstawie art. 8 ust. 1 stwierdza się, że transakcja nie zakłóci w znaczący sposób efektywnej konkurencji na rynku wewnętrznym lub jego istotnej części. W związku z powyższym w załączonej decyzji uznaje się, że koncentracja jest zgodna z rynkiem wewnętrznym i Porozumieniem EOG zgodnie z art. 2 ust. 2 i art. 8 ust. 1 rozporządzenia w sprawie kontroli łączenia przedsiębiorstw oraz art. 57 Porozumienia EOG.
-