

C11851 - LUXOTTICA GROUP-SALMOIRAGHI & VIGANÒ HOLDING/SALMOIRAGHI & VIGANÒ

Provvedimento n. 24143

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 19 dicembre 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione delle Luxottica Group S.p.A. e Salmoiraghi&Viganò Holding S.r.l., pervenuta in data 28 novembre 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Luxottica Group S.p.A. (di seguito, Luxottica) è una società posta a capo dell'omonimo gruppo, attiva a livello mondiale nel *design*, produzione e commercializzazione di occhiali da sole e di montature da vista. La produzione viene realizzata prevalentemente in Italia, dove Luxottica è proprietaria di 6 stabilimenti, oltre che in Cina, Stati Uniti, India e Brasile. A differenza di altri Paesi, in Italia il gruppo Luxottica opera unicamente come produttore e distributore all'ingrosso.

Luxottica è quotata alle borse di Milano e New York ed è controllata, con una quota del 62,06% del capitale sociale, dalla Delfin S.a.r.l. (di seguito, Delfin), a sua volta controllata da una persona fisica.

Nel 2011 il fatturato realizzato da Luxottica è stato di circa *[1-2]*¹ miliardi di euro a livello UE, di cui circa *[200-300]* milioni di euro in Italia.

Salmoiraghi&Viganò Holding S.r.l. (di seguito, S&V Holding) è una holding controllata, attraverso la Dinocle società semplice, da persone fisiche, che opera in Italia nell'ottica al dettaglio attraverso la società Salmoiraghi e Viganò S.p.A. (di seguito, S&V).

S&V, società interamente controllata dalla S&V Holding, gestisce una rete di negozi di ottica (di cui molti in *franchising*) e di *corner shop* ubicati all'interno della grande distribuzione organizzata, diffusi sull'intero territorio nazionale, che recano le insegne "Salmoiraghi e Viganò" e "VistaSi", nei quali sono offerte montature da vista, lenti oftalmiche, lenti a contatto, occhiali da sole, nonché servizi alla clientela e prodotti accessori a tale attività (misurazione della vista, assistenza, ecc.).

Nel corso del 2011 la S&V Holding ha realizzato un fatturato consolidato di circa *[100-474]* milioni di euro, interamente in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Luxottica, del controllo congiunto di S&V. In particolare, a seguito di un Accordo intervenuto tra le parti a novembre 2012, Luxottica sottoscriverà, direttamente o indirettamente, un aumento del capitale sociale di S&V, che sarà deliberato dall'assemblea straordinaria, in seguito al quale ne deterrà una quota compresa tra il 36,04% e il 49,9%, mentre S&V Holding rimarrà proprietaria della restante quota compresa tra il 51,1% e il 63,96%. L'Accordo prevede, altresì, che Luxottica acquisirà diritti di veto su decisioni strategiche di S&V che vanno oltre a quelli generalmente conferiti agli azionisti di minoranza a tutela dei loro interessi finanziari, tra cui rilevano: l'approvazione del bilancio preventivo annuale, del piano aziendale triennale, delle delibere relative alla sostituzione, concessione o revoca di poteri dell'attuale amministratore delegato.

Nell'Accordo è previsto che S&V Holding conceda a Luxottica un'opzione di acquisto per il rimanente pacchetto azionario di S&V, che potrà essere esercitata successivamente all'approvazione del bilancio del 2016 di quest'ultima². Nel caso in cui Luxottica non eserciti detta opzione, S&V Holding avrà facoltà di riacquistare il lotto di azioni sottoscritto da Luxottica e tornerà a controllare in via esclusiva la *target*.

Infine, nell'Accordo è previsto l'impegno, da parte di S&V Holding, a non svolgere, direttamente o indirettamente, attività in concorrenza con S&V fino al termine del periodo previsto per l'esercizio dell'opzione di acquisto concessa a Luxottica.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

¹ *[Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]*

² *[Qualora tale opzione venisse esercitata, essa costituirà nuova concentrazione soggetta a obblighi di notifica.]*

Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'impresa acquisita è stato superiore a 47 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto in precedenza può essere qualificato come accessorio in quanto direttamente connesso alla realizzazione della concentrazione in esame e ad essa necessario al fine di salvaguardare il valore dell'impresa acquisita³.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti

Ai fini della valutazione dell'operazione in esame, i mercati del prodotto sono: quello della produzione e commercializzazione all'ingrosso di occhiali da sole, quello della produzione e commercializzazione all'ingrosso di montature per occhiali da vista e quello della vendita al dettaglio di articoli ottici (occhiali da sole, montature per occhiali da vista, lenti, lenti a contatto, assistenza clienti, ecc.)⁴.

Dal punto di vista geografico, i primi due mercati possono ritenersi di dimensione sovranazionale, coincidente quantomeno con lo SEE, atteso l'elevato volume di esportazioni e importazioni di prodotti di ottica. Al riguardo, si devono considerare, da un lato, i limitati costi di trasporto che non incidono significativamente sul prezzo finale di tali prodotti e, dall'altro, l'assenza di significative barriere geografiche e doganali.

Quanto all'area geografica del terzo mercato sopra individuato, quello della vendita al dettaglio di articoli ottici, questa può ritenersi circoscritta ad un ambito locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuiti alla prossimità dei punti vendita. Tuttavia, nel caso di specie, si deve tenere conto della circostanza che la rete di vendita della società acquisita è diffusa su tutto il territorio nazionale e che vi è sostanziale omogeneità nelle modalità di diffusione dei principali *brand*, nel livello dei prezzi e nei servizi di assistenza e di garanzia offerti ai consumatori. Alla luce di tali elementi, la dimensione geografica del mercato in questione potrebbe essere estesa ad una pluralità di mercati locali corrispondente all'intero territorio nazionale. In ogni caso, un'esatta individuazione dell'area geografica rilevante può essere lasciata aperta, dal momento che, indipendentemente da ogni definizione adottata, la valutazione concorrenziale dell'operazione in esame non muterebbe.

Effetti dell'operazione

Nel mercato della produzione e commercializzazione all'ingrosso di occhiali da sole Luxottica detiene, nel 2011, quote di circa il [35-40%] a livello di SEE e di circa il [35-40%] a livello nazionale, mentre nel mercato della produzione e commercializzazione all'ingrosso di montature da vista quote di circa il [10-15%] a livello di SEE e di circa il [30-35%] a livello nazionale. Su tali mercati sono attivi numerosi concorrenti operanti a livello europeo (Safilo, De Rigo, Marcolin, Allison, Marchon), oltre che numerosissimi operatori di minori dimensioni, taluni attivi sulla base di licenze (es. utilizzo di marchi di famose case di moda su licenza dei titolari) e di *private label*.

Nella vendita al dettaglio di prodotti ottici, S&V detiene, nel 2011, una quota di circa il [1-5%] a livello nazionale. In mancanza di dati disaggregati per le singole aree geografiche locali, si possono considerare le quattro macro-aree in cui può essere suddiviso il territorio nazionale nelle quali la società acquisita detiene quote variabili dal [1-5%] al [5-10%]. Si deve, comunque, considerare che si tratta di un mercato molto frammentato essendo presenti reti di negozi di ottica con diffusione nazionale, fra cui Randazzo con una quota del [1-5%], Ottica Avanzi con una quota del [1-5%], Vision Ottica con una quota del [1-5%], a cui si affiancano numerosissimi operatori locali.

Posto che S&V è attiva solo nella distribuzione al dettaglio di prodotti ottici, nella quale Luxottica non opera in Italia, l'unico effetto della concentrazione sarà una parziale integrazione verticale tra le attività dell'acquirente e dell'acquisita.

L'operazione non appare pertanto idonea ad alterare le dinamiche concorrenziali dei mercati rilevanti. In particolare, nei mercati a monte della commercializzazione all'ingrosso di occhiali da sole e di montature per occhiali da vista, Luxottica è sottoposta alla concorrenza sia di operatori internazionali (Safilo, Marcolin, De Rigo), sia di operatori di minori dimensioni, sia delle *private label*; d'altra parte, l'assenza di barriere regolamentari rende estremamente agevole l'ingresso di nuovi operatori.

Relativamente al mercato a valle della distribuzione al dettaglio di prodotti ottici, come detto, esso è estremamente frammentato e la quota dell'acquisita, sia livello nazionale che a livello di macro-aree, non appare tale da precludere lo sbocco ad altri produttori o distributori all'ingrosso.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

³ [Cfr. Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C56/03).]

⁴ [Cfr. Cfr. provv. n. 7275 del 9 giugno 1999, C3533 – Luxottica/Bausch&Lomb, in Boll. n. 23/99; Commissione Europea case n. COMP/M.5693 – Hal Holding/Safilo Group, dell'11 dicembre 2009.]

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
RobertoChieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella