

## **C12183 - LUXOTTICA GROUP/BARBERINI**

*Provvedimento n. 27332*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 settembre 2018;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il Reg. (CE) n. 139/2004;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione da parte di Luxottica Group S.p.A. pervenuta il 27 luglio 2018 e integrata il 2 agosto 2018, relativa all'acquisizione di Barberini S.p.A.;

VISTA la decisione della Commissione relativa al caso M.8349 Essilor/Luxottica del 1° marzo 2018;

VISTE la richiesta di informazioni inviata a Luxottica Group S.p.A. l'8 agosto 2018, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni pervenute da Luxottica Group S.p.A. il 28 agosto 2018 e successivamente integrate da ultimo l'11 settembre 2018;

VISTE le osservazioni pervenute da operatori concorrenti di Luxottica Group S.p.A. il 1° e il 6 agosto 2018 e il 7 settembre 2018;

VISTA le richieste di informazioni inviate il 20 agosto 2018 ad alcuni operatori concorrenti di Luxottica Group S.p.A. e Barberini S.p.A. e le relative risposte pervenute tra il 28 agosto e l'11 settembre 2018;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

1. Luxottica Group S.p.A. (nel seguito, Luxottica) è la società a capo dell'omonimo gruppo attivo a livello mondiale nel *design*, produzione e distribuzione di montature per occhiali da vista e di occhiali da sole (con riguardo ai quali produce sia le montature che le lenti).<sup>1</sup> Il portafoglio di prodotti Luxottica comprende sia marchi di proprietà sia marchi in licenza. Luxottica è altresì attiva nella produzione di lenti (oftalmiche di prescrizione e non) e nella distribuzione al dettaglio di prodotti ottici (in Italia tramite la rete Salmoiraghi&Viganò).

Luxottica è attualmente soggetta al controllo di Delfin S.à.r.l. (nel seguito Delfin) che ne detiene il 62,43% del capitale sociale. Il 16 gennaio 2017 Delfin e Essilor International S.A. (nel seguito, Essilor)<sup>2</sup> hanno sottoscritto un accordo vincolante che prevede la fusione di Luxottica in Essilor e la creazione di una nuova società, risultante dall'integrazione, denominata EssilorLuxottica. Secondo quanto comunicato da Luxottica, l'operazione di integrazione tra Essilor e Delfin/Luxottica, già autorizzata dalla Commissione Europea,<sup>3</sup> non è stata ancora perfezionata.

Nel 2017 Luxottica ha realizzato un fatturato complessivo a livello mondiale di circa 9 miliardi di euro, di cui circa [1-2]\* miliardi per vendite in Europa e [100-495] milioni per vendite in Italia.<sup>4</sup> Il fatturato

<sup>1</sup> L'attività di design e produzione è realizzata in dodici impianti: sei in Europa, tre in Cina, uno negli Stati Uniti, uno in Brasile e uno in India.

<sup>2</sup> Essilor International S.A., con sede in Francia, è la società a capo dell'omonimo gruppo attivo a livello mondiale nella produzione e nella distribuzione all'ingrosso di lenti oftalmiche e di macchinari e materiali di consumo per i professionisti dell'ottica e i produttori di lenti. Essilor è attiva, da qualche anno, in misura minore, nella produzione e vendita di occhiali. Cfr. [https://www.essilor.com/essilor-content/uploads/2018/04/2017\\_Registration\\_Document\\_Essilor.pdf](https://www.essilor.com/essilor-content/uploads/2018/04/2017_Registration_Document_Essilor.pdf).

<sup>3</sup> Cfr. caso COMP M.8394 - Essilor/Luxottica, decisione della Commissione europea del 1° marzo 2018.

\* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

<sup>4</sup> <http://www.luxottica.com/it/relazione-finanziaria-annuale-2017>.

realizzato a livello mondiale da Essilor nel 2017 è pari stato pari a circa 7,5 miliardi, di cui circa 2 miliardi in Europa.

2. Barberini S.p.A. (nel seguito Barberini) è principalmente attiva nella produzione e vendita di lenti per la protezione solare in vetro ottico in versione non graduata (cd. “lenti plano”) e, tramite la propria controllata Barberini GmbH, nella produzione e vendita di sbocchi in vetro per lenti plano; Barberini è, inoltre, attiva, in misura marginale, nella produzione di lenti oftalmiche in vetro e di occhiali da sole.<sup>5</sup> Barberini detiene, infine, il controllo congiunto – grazie a una partecipazione del [30-35] % – di Triaplex Co. Ltd. (“Triaplex”), con sede in Sud Corea, attiva nella produzione e vendita di film polarizzato. Il capitale sociale di Barberini è detenuto per una quota del 54,5% da Illva Saronno Holding e per il restante 45,5% da Nuova Ottica S.p.A.

Nel 2017, Barberini ha realizzato un fatturato complessivo a livello mondiale di 83 milioni di euro, di cui [30-100] milioni per vendite in Europa e [30-100] milioni per vendite in Italia.

## II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione consiste nella acquisizione da parte di Luxottica dell'intero capitale sociale di Barberini ed è disciplinata da un contratto di compravendita di azioni.

4. L'operazione prevede un patto di non concorrenza, in base al quale le imprese controllanti e l'amministratore delegato di Barberini si impegnano, per un periodo di [1-5] anni, a non svolgere in qualunque forma, direttamente o indirettamente, anche attraverso società controllate e/o parti correlate, attività nel mercato della produzione e distribuzione di lenti e sbocchi in vetro, nonché di materiali impiegati principalmente nella produzione di apparecchi ottici ed occhiali da sole nei principali Paesi in cui opera Barberini.

5. L'operazione, per il caso in cui la stessa fosse stata autorizzata senza l'avvio di un'istruttoria ex art. 16, par. 4 della legge n. 287/90, prevedeva che Luxottica, per un periodo di cinque anni a far data dalla decisione di autorizzazione dell'Autorità, avrebbe mantenuto Barberini, le sue controllate e, in generale, le attività oggetto di acquisizione, separate rispetto alle società del gruppo Luxottica e avrebbe nominato un amministratore unico indipendente, conferendo allo stesso i più ampi poteri di ordinaria amministrazione. Per lo stesso arco temporale, Barberini avrebbe:

1) consentito, ai clienti attuali che ne facessero richiesta, il rinnovo alle medesime condizioni (economiche e non economiche) dei contratti in essere, con il medesimo livello qualitativo dei servizi prestati, garantendo pieno accesso alla gamma di lenti in vetro plano e trattamenti standardizzati; in caso di vetro e/o lenti speciali o prodotti in esclusiva, con riferimento tanto alla produzione degli sbocchi in vetro quanto alla trasformazione e trattamento della lente, garantendo la piena conformità con le specifiche tecniche comunicate dal cliente, con tempestivo accesso alle eventuali evoluzioni tecniche o tecnologiche collegate a tali prodotti;

2) mantenuto la propria contabilità, in termini di costi e ricavi, in modo da distinguere tra le forniture effettuate in favore di Luxottica e quelle effettuate in favore di imprese terze;

3) applicato, nella fornitura di lenti e sbocchi a clienti terzi, condizioni equivalenti e non discriminatorie, anche con riferimento alla priorità di assegnazione delle forniture e alla tempistica della consegna in considerazione dei volumi acquistati e nel rispetto delle normative fiscali applicabili, a quelle praticate a Luxottica;

4) mantenuto la riservatezza, nei confronti di Luxottica, delle informazioni proprietarie, commerciali e industriali, dei propri clienti;

5) accettato richieste di ulteriori forniture da parte di clienti terzi fino ad un incremento del 50% rispetto ai volumi di lenti acquistati da terzi diversi da Luxottica nel 2017, purché tale richiesta fosse effettuata con congruo anticipo in modo da renderla compatibile con la pianificazione produttiva in termini di mix dei prodotti richiesti (ferme restando le previsioni del precedente punto 3).

---

<sup>5</sup> Barberini opera in Italia, tramite due stabilimenti produttivi, e in Germania, presso gli stabilimenti produttivi della controllata Barberini GmbH.

6. Al fine di consentire un puntuale monitoraggio del rispetto di tali previsioni, entro 90 giorni dall'autorizzazione, Luxottica avrebbe nominato, informando preliminarmente l'Autorità, un esperto indipendente che trasmettesse all'Autorità, con cadenza annuale, una relazione di ottemperanza delle previsioni sopra descritte.

7. A detta della Parte, il completamento dell'operazione consentirà di ottimizzare la capacità produttiva degli stabilimenti di Barberini e quindi il miglioramento dell'efficienza, in particolare ai fini della produzione di lenti piano in vetro ottico. L'acquisizione rientra in una logica di rafforzamento della capacità produttiva verticalmente integrata di Luxottica e di salvaguardia della capacità produttiva di un suo fornitore storico, quale è Barberini, e del suo personale altamente qualificato.

### **III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE**

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

9. 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 stessa legge, in quanto il fatturato totale, calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/90, realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 495 milioni di euro, e il fatturato realizzato individualmente, a livello nazionale, da ameno due di esse è superiore a 30 milioni di euro.

10. Il patto di non concorrenza descritto al paragrafo 4 sarà oggetto di approfondimento nel corso dell'istruttoria per valutarne la sua accessoria rispetto all'operazione notificata.<sup>6</sup>

### **IV. MERCATI RILEVANTI**

11. L'acquisizione del controllo di Barberini da parte di Delfin, tramite Luxottica, riguarda il settore dell'ottica e, in considerazione dell'attività svolta dalle Parti, risultano interessati dall'operazione i seguenti mercati: *i*) produzione e distribuzione all'ingrosso di occhiali da sole; *ii*) produzione e distribuzione all'ingrosso di lenti finite da protezione solare in versione piano (lenti piano); *iii*) produzione e distribuzione all'ingrosso di sbocchi in vetro per lenti piano in vetro; *iv*) lenti finite in versione da prescrizione.

#### ***i) La produzione e distribuzione all'ingrosso di occhiali da sole***

##### **Mercato del prodotto**

12. Gli occhiali da sole si compongono di una montatura, di norma in metallo o materiali plastici, e di lenti piano scurite che proteggono gli occhi dai raggi solari. Il processo di produzione degli occhiali da sole comporta la produzione della montatura, la produzione delle lenti piano scurite e l'integrazione di queste due componenti. I produttori di occhiali da sole possono acquistare le lenti piano da produttori terzi oppure autoprodurle.

13. In questo mercato Luxottica è attiva nella produzione sia di montature che di lenti piano, rivolgendosi a terzi solo per alcune componenti specifiche e/o quando il suo fabbisogno ecceda la capacità di produzione. Per quanto riguarda le lenti piano in vetro minerale, Luxottica in ampia misura le autoproduce e, solo in parte, le acquisisce da Barberini e da altri produttori concorrenti.<sup>7</sup>

14. I principali operatori attivi nella produzione e vendita all'ingrosso di occhiali da sole<sup>8</sup> commercializzano sia prodotti a marchio proprio (per Luxottica, tra gli altri, Ray-Ban, Persol, Oliver Peoples, Vogue e Oakley) sia prodotti con marchi concessi in licenza da terzi, solitamente di aziende prestigiose con elevata reputazione internazionale (nel caso di Luxottica, tra gli altri, Chanel, Bulgari, Dolce&Gabbana e Prada).

15. Dal punto di vista del consumatore, gli occhiali da sole svolgono oltre che una funzione protettiva dai raggi del sole anche una funzione estetica. In particolare, sia Luxottica che i principali operatori concorrenti

<sup>6</sup> Cfr. la "Comunicazione della Commissione in materia di restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione" (2001/C-188/03), con particolare riguardo ai paragrafi 13, 20 e 25.

<sup>7</sup> Luxottica autoproduce circa il [90-100]% del proprio fabbisogno di lenti piano (circa il [70-75]% con riguardo alle sole lenti piano in vetro minerale): Cfr. doc. n. 1, pag. 52).

<sup>8</sup> Tra i principali operatori in questo mercato ci sono, oltre a Luxottica ed Essilor, Safilo, Marcolin, Maui Jim e De Rigo.

hanno osservato che i consumatori orientano le proprie scelte sulla base di un insieme di caratteristiche degli occhiali da sole tra cui: il prezzo, lo stile dell'occhiale da sole (classico, sportivo, di *design*), il marchio (*branded vs unbranded*, di lusso *vs* non di lusso), nonché le prestazioni degli occhiali che impattano sulle caratteristiche tecnico-funzionali, tra le quali il *comfort* dell'occhiale, il materiale della montatura (materiali plastici, metallo o materiali naturali), il materiale delle lenti piano (vetro o materiali plastici) e i relativi trattamenti.<sup>9</sup>

**16.** Le preferenze del consumatore si distribuiscono su una matrice di caratteristiche che combina tra di loro un'ampia gamma di variabili. In alcuni precedenti in materia, tra cui la recente decisione della Commissione nel caso M.8394,<sup>10</sup> si è considerata la possibilità di segmentare il mercato degli occhiali da sole in base al livello di prezzo del prodotto (base *vs* lusso), al marchio (*branded vs unbranded*) o allo stile dell'occhiale (classico, sportivo, di *design*).

**17.** Gli occhiali da sole che montano lenti piano in vetro si collocano tipicamente in una fascia di prezzo medio-alta (superiore a 100 euro), anche in ragione del prezzo relativamente più elevato delle lenti piano in vetro rispetto a quelle in plastica. Con particolare riguardo al materiale della lente piano (vetro *vs* plastica), lo stesso potrebbe rivestire una rilevanza nella scelta di acquisto per alcune specifiche categorie di consumatori più "esigenti" o con particolari esigenze prestazionali, in virtù delle peculiarità delle lenti piano in vetro in termini di trasparenza, nitidezza e resistenza all'usura.

**18.** Nel 2017, il [30-35]% circa del totale delle vendite di occhiali da sole di Luxottica è stato costituito da occhiali con lenti in vetro.<sup>11</sup> Luxottica utilizza lenti in vetro per alcuni modelli di occhiali da sole, in particolare Ray-Ban e Persol.

**19.** Parimenti, alcuni dei principali operatori concorrenti di Luxottica nella fascia di prezzo medio-alta (superiore a 100 euro) utilizzano lenti in vetro per la totalità (o una parte rilevante) dei propri modelli di occhiali da sole.

**20.** Da quanto precede si ritiene che l'individuazione di un unico mercato che comprenda gli occhiali da sole con lenti piano in vetro e con lenti piano in plastica richieda un approfondimento istruttorio. Ciò in ragione della necessità di verificare il rapporto di sostituibilità tra i due tipi di occhiali, in particolare per il segmento di clienti che acquistano occhiali da sole nella fascia di prezzo alta o altissima e sono particolarmente sensibili al materiale della lente piano.

### **Mercato geografico**

**21.** Sotto il profilo geografico, la limitata incidenza dei costi di trasporto degli occhiali da sole rispetto al prezzo del prodotto finito e l'assenza di barriere geografiche o doganali, fa ritenere che la dimensione geografica del mercato possa corrispondere all'intero SEE. Tuttavia, per svolgere con efficienza l'attività di distribuzione risulta ancora importante dotarsi di strutture dirette sul territorio, al fine di gestire i rifornimenti ai punti vendita locali e di garantire i servizi di assistenza post-vendita.<sup>12</sup>

**22.** Non può quindi escludersi che il mercato rilevante abbia un'ampiezza circoscritta al territorio nazionale.

### **Posizione delle Parti**

**23.** Nella Tabella 1 sono indicate le quote di mercato in valore detenute dalle Parti dell'operazione e da Essilor nel mercato della produzione e vendita di occhiali da sole, nelle diverse possibili configurazioni del mercato geografico.

---

<sup>9</sup> Quali polarizzazione, antiriflesso, antigraffio, specchiatura, sfumatura, trattamenti idrofobici/oleofobici, antistatico, anti-appannamento ecc.

<sup>10</sup> Cfr. COMP M.8349 - Essilor/Luxottica del 1° marzo 2018, cit. Si vedano, inoltre il caso C.11851 - LuxotticaGroup-Salmoiraghi&Viganò Holding/Salmoiraghi&Viganò, provv. n. 24143 del 29 dicembre 2012, il caso, COMP M.5693 - Hal Holding Safilo Group, del 11 dicembre 2009 nonché il caso Luxottica/Oakley, decisione dall'OFT il 22 ottobre 2001.

<sup>11</sup> Cfr. doc. n. 1, pag. 27.

<sup>12</sup> Cfr. il caso C11851-LuxotticaGroup-Salmoiraghi&Viganò Holding/Salmoiraghi&Viganò, cit. e il caso Luxottica/Oakley, cit.

**Tabella 1 - Quote di mercato in valore delle vendite di occhiali da sole in Italia e nello SEE - Anno 2017**

Produttore	Italia	SEE
Luxottica	[60-65]%	[40-45]%
Barberini	[inferiore all'1%]	[inferiore all'1%]
Essilor	[1-5]%	[1-5]%
<i>Luxottica + Barberini</i>	[65-70]%	[40-45]%
<i>Essilor/Luxottica + Barberini</i>	[65-70]%	[40-45]%
Safilo	[10-15]%	[10-15]%
Marcolin	[5-10]%	[5-10]%
Maui Jim	[1-5]%	[1-5]%
DeRigo	[1-5]%	[1-5]%
Fielmann AG	n.d.	n.d. (2016: [1-5]%)
Vision Service Plan Global	[1-5]%	[1-5]%
Allison	[inferiore all'1%]	n.d.
Silhouette International Schmied AG	[inferiore all'1%]	n.d.
Totale vendite all'ingrosso (mln di euro)	[250-300]	[2.000-2.500]

Fonte: stima realizzata sulla base dei dati delle Parti, degli operatori concorrenti e Euromonitor.

24. Nell'ipotesi in cui l'ambito merceologico del mercato fosse circoscritto alla produzione e vendita di occhiali da sole con lenti in vetro, le quote detenute dalla Parti sarebbero – tanto in Italia quanto nello SEE – plausibilmente ben superiori, tenuto conto della limitata presenza di alcuni operatori e della posizione di rilievo di Luxottica in tale mercato.

#### *ii) La produzione e distribuzione all'ingrosso di lenti plano*

##### **Mercato del prodotto**

25. Le lenti plano sono prodotti intermedi, integrati negli occhiali da sole prima della loro vendita ai rivenditori al dettaglio.<sup>13</sup> La loro funzione principale consiste nella riduzione del bagliore della luce e nella protezione degli occhi dalle radiazioni UV.

26. Le lenti plano possono essere prodotte con materiali plastici di diversa natura o in vetro minerale.

27. Nel corso del tempo la plastica si è diffusa nel mercato in ragione della sua duttilità e leggerezza, della resistenza agli urti, delle sue peculiarità in termini di sicurezza nonché dei suoi costi di produzione. Le lenti plano in vetro rappresentano, invece, il materiale scelto dai produttori di occhiali per alcuni dei loro prodotti per ragioni di stile o di immagine storica della marca o ancora per andare incontro a specifiche esigenze di un gruppo di consumatori.<sup>14</sup>

28. In generale, la produzione di lenti plano in plastica è caratterizzata da un processo più semplice (a differenza di quello delle lenti plano in vetro richiede un numero inferiore di passaggi produttivi) e, per tale ragione, meno costoso. Il costo della lente varia in misura significativa anche a seconda dei trattamenti applicati (es. polarizzazione, *vedi sotto*).<sup>15</sup> A seconda del materiale utilizzato e dei trattamenti applicati, il costo delle lenti può costituire tra il [omissis] del costo totale di produzione degli occhiali da sole.<sup>16</sup>

29. Dalle informazioni acquisite, nel 2017 le lenti plano in vetro hanno rappresentato circa il 6% della produzione complessiva mondiale di lenti plano e il 16% della produzione complessiva di lenti plano a

\* Il presente provvedimento n. 27332 è pubblicato nella versione rettificata a seguito della delibera del 28 ottobre 2018, n. 27357.

<sup>13</sup> Le lenti in vetro plano sono disponibili sul mercato anche allo stato semi-finito (c.d. "menischi").

<sup>14</sup> Cfr. Luxottica, doc. n. 1 e Concorrenti di Luxottica/Barberini, docc. 40 e 50.

<sup>15</sup> Cfr. Luxottica doc. n. 36 e Concorrenti di Luxottica/Barberini, docc. n. 45, 46 e 49.

<sup>16</sup> Cfr. Luxottica doc. n. 36 e Concorrenti di Luxottica/Barberini, doc. n. 46.

livello europeo.<sup>17</sup> In termini di prospettive di crescita del segmento delle lenti piano in vetro, sia Luxottica che diversi operatori concorrenti stimano che il mercato nei prossimi anni rimarrà costante, o mostrerà, al più, una leggera crescita.<sup>18</sup>

**30.** Ad avviso di Luxottica, l'aumento dell'utilizzo delle lenti piano in plastica osservato negli ultimi anni testimonia l'ampia sostituibilità tra i due tipi di lenti dal punto di vista dei produttori di occhiali da sole, anche con riferimento a marchi iconici. Al contrario, gli operatori concorrenti hanno sottolineato come tale sostituibilità sia molto limitata con riferimento a modelli e/o marchi che hanno fondato storicamente la propria immagine sulle lenti di vetro. In tale caso, infatti, i produttori di occhiali da sole dovrebbero modificare la propria strategia di *marketing* e di posizionamento sul mercato.<sup>19</sup>

**31.** Per quanto riguarda l'offerta, sul mercato sono presenti sia produttori di lenti piano specializzati nella produzione di lenti in vetro (come Barberini) o in plastica, sia operatori attivi nella produzione di entrambe le tipologie di lenti (tra cui Essilor, Hong Tai, Ever Young).

**32.** Le lenti piano sono considerabili (a differenza delle lenti oftalmiche) un prodotto a media/bassa tecnologia.<sup>20</sup> Tuttavia, le lenti piano possono essere sottoposte a sofisticati trattamenti che, a detta di diversi operatori, richiedono specifiche competenze e *know-how*. Tra questi vi è la c.d. polarizzazione, che consiste nell'inserimento di un film polarizzante nella lente. Il vantaggio principale della polarizzazione è quello di ridurre i disturbi derivanti dalla luce riflessa. Sia per la plastica sia per il vetro vi è un'ampia diffusione di entrambe le tipologie di lenti (polarizzate e non): in particolare, per Barberini, la capacità produttiva è [omissis] e le vendite di lenti polarizzate in vetro hanno rappresentato, nel 2017, circa il [omissis]% del totale in volume.<sup>21</sup> Barberini detiene il controllo congiunto di Triplex, con sede in Sud Corea, che, sulla base delle informazioni acquisite, rappresenta un'eccellenza nella produzione e vendita di film polarizzato.

**33.** Inoltre, per quanto riguarda le lenti piano in vetro, alla luce della fragilità del materiale utilizzato, alcuni operatori, contrariamente a quanto affermato da Luxottica, segnalano la necessità che la lente sia maneggiata da personale dotato di particolari abilità tecniche, tanto nel processo di sagomatura che nell'assemblaggio della lente nella montatura e per questo motivo demandano a Barberini anche quest'ultima attività.<sup>22</sup>

**34.** Da ultimo, pressoché tutti gli operatori concorrenti di Luxottica hanno sostenuto che il livello qualitativo delle lenti piano in vetro prodotte da Barberini non sarebbe, allo stato, rinvenibile, nelle medesime quantità, presso nessun altro produttore. *Know-how*, competenze specifiche e ingenti investimenti in R&D rappresenterebbero, inoltre, significative barriere all'ingresso e/o all'espansione nel mercato.<sup>23</sup>

**35.** Da quanto precede, gli operatori concorrenti interpellati individuano in Barberini l'operatore *leader* del segmento della produzione di lenti in vetro in ragione sia della qualità del prodotto sia della capacità produttiva disponibile. Barberini, pertanto, costituirebbe un interlocutore imprescindibile per qualsiasi produttore di occhiali da sole che intenda commercializzare linee di prodotto con lenti in vetro di alta qualità.

**36.** L'individuazione di un unico mercato che comprenda le lenti piano in vetro e le lenti piano in plastica sarà oggetto di approfondimento in fase di istruttoria. Ciò in ragione della necessità di verificare il rapporto di sostituibilità tra i due tipi di lente, in particolare per i produttori di modelli e/o marchi specializzati in occhiali da sole con lenti di vetro.

---

<sup>17</sup> Cfr. Luxottica doc. n. 1.

<sup>18</sup> Cfr. Luxottica doc. n. 36, Concorrenti di Luxottica/Barberini, docc. n. 40, 46 e 50. E' stato in particolare osservato che il processo di sostituzione della domanda di lenti piano in vetro con lenti piano in plastica si sarebbe già completato e che la domanda complessiva di lenti piano in vetro non sarebbe destinata a ridursi ulteriormente. Alcuni operatori hanno osservato che la domanda di lenti in vetro sarebbe anche influenzata dall'andamento ciclico dei trend di mercato nell'ambito della moda e del fashion.

<sup>19</sup> Cfr. Luxottica doc. n. 1, e Concorrenti di Luxottica/Barberini, docc. n. 45, 46 e 49.

<sup>20</sup> Luxottica ha affermato che la sagomatura è un processo che non richiede particolari investimenti o capacità tecnica. Con riguardo ai trattamenti superficiali a cui è sottoposta la lente piano, Luxottica ha sostenuto che essi possono essere svolti internamente e che, ad ogni modo, si tratterebbe di servizi per i quali esiste un'ampia disponibilità sul mercato. Cfr. Luxottica doc. 41.

<sup>21</sup> Cfr. Luxottica, doc. 36.

<sup>22</sup> Cfr. Concorrenti Luxottica/Barberini docc. n. 45 e 46.

<sup>23</sup> Cfr. Concorrenti Luxottica/Barberini Docc. n. 44, 45 e 46.

### Mercato geografico

37. Sotto il profilo geografico, da una parte si osserva la limitata incidenza dei costi di trasporto sul prezzo finale delle lenti plano (sia in plastica sia in vetro), legata peraltro alle caratteristiche del prodotto in termini di dimensioni e peso, e l'assenza di ostacoli di natura giuridica, amministrativa o doganale in relazione all'approvvigionamento anche da paesi extra-europei.<sup>24</sup> D'altra parte, l'acquisto di lenti plano in vetro fuori dallo SEE potrebbe generare criticità logistiche dovute, in particolare, ai tempi di consegna. Ciò a maggior ragione se si tiene in conto che diversi clienti di Barberini demandano a quest'ultima l'assemblaggio della lente nella montatura.<sup>25</sup> La sostituzione di Barberini con un operatore non europeo comporterebbe la spedizione delle montature al produttore di lenti e quella dell'occhiale finito da parte di quest'ultimo.

38. Dai dati trasmessi dalle Parti risulta che, allo stato, la domanda europea di lenti plano – in vetro e plastica – è principalmente soddisfatta da operatori con stabilimenti produttivi localizzati in Europa. Le forniture da paesi extra-europei, a dati 2017, sono state limitate e pari a circa il [1-5]% (cfr. Tabella 2).

39. Pertanto anche l'ambito geografico del mercato in questione sarà oggetto di approfondimento nel corso del procedimento.

### Posizione delle Parti

40. Nelle Tabelle 2 e 3 sono indicate le quote di mercato in valore detenute dalle Parti e dai principali concorrenti dell'operazione nel mercato della produzione e vendita di lenti plano, sia nell'ipotesi che le lenti in vetro e plastica siano ricomprese nello stesso mercato rilevante (Tabella 2), sia nell'ipotesi in cui le lenti in vetro costituiscano un mercato a sé stante (Tabella 3).

**Tabella 2 - Quote di mercato in valore per vendite a terzi di lenti plano (plastica e vetro) nello SEE e nel mondo - Anno 2017**

Produttore	Localizzazione stabilimento	SEE	Mondo
Luxottica (solo autoproduzione)		-	-
Barberini	Europa	[40-45]%	[10-15]%
Essilor	Europa, Cina	[15-20]%	[1-5]%
Luxottica+Barberini		[40-45]%	[15-20]%
<i>Luxottica/Essilor + Barberini</i>	-	[60-65]%	[15-20]%
Hong Tai	Cina	-	[5-10]%
Carl Zeiss	Europa, Cina	[10-15]%	[5-10]%
Yueheng	Cina	-	[5-10]%
Dalloz	Europa	[5-10]%	-
Easy Power	Cina	[1-5]%	[5-10]%
Changyue	Cina	[1-5]%	[5-10]%
Country Hill	Cina	[1-5]%	[1-5]%
Altri (Europa)	-	[5-10]%	[1-5]%
Altri (Resto del Mondo)	-	[1-5]%	[40-45]%

Fonte: stima realizzata sulla base dei dati delle Parti, degli operatori concorrenti.

<sup>24</sup> Cfr. Concorrenti Luxottica/Barberini doc. n. 42 e Luxottica doc. n. 1.

<sup>25</sup> Cfr. Concorrenti Luxottica/Barberini docc. n. 44, 45 e 49.

**Tabella 3 - Quote di mercato in valore per vendite a terzi di lenti piano in vetro nello SEE e nel mondo - Anno 2017**

Produttore	SEE	Mondo
Barberini	[80-85]%	[40-45]%
LTL S.p.A. (Essilor)	[1-5]%	[1-5]%
<i>Luxottica/Essilor + Barberini</i>	[85-90]%	[40-45]%
Changzhou Changyue Optical Industrial Co., Ltd.	[1-5]%	[15-20]%
Easy Power Group Ltd.	[5-10]%	[10-15]%
Country Hill Technology Industrial Ltd.	[1-5]%	[5-10]%
GKB Optical	-	[5-10]%
Booming Optics Ltd.	[1-5]%	[1-5]%
Yue Heng	[1-5]%	[1-5]%
Hoya	-	[1-5]%
Carl Zeiss	-	[1-5]%
Hong Tai Optical Co. Ltd	-	[1-5]%
Altri (in Cina)	-	[5-10]%
<b>Totale valore (mln di euro)</b>	<b>[50-100]</b>	<b>[100-200]</b>

Fonte: stima realizzata sulla base dei dati delle Parti, degli operatori concorrenti

41. Nel mercato della produzione e vendita di lenti piano in vetro e plastica, la quota di mercato post-merger di Essilor/Luxottica e Barberini si attesterebbe al [15-20]% a livello mondiale e al [60-65]% a livello Europeo. Considerando quale ambito merceologico rilevante solo quello delle lenti piano in vetro, le quote in valore di Barberini sarebbero a livello mondiale di circa il [35-40]% (con, in prospettiva, un possibile apporto di Essilor del [1-5]%) e a livello europeo del [80-85]% (con un eventuale apporto marginale di Essilor del [1-5]%).

### iii) La produzione e distribuzione all'ingrosso di sbocchi in vetro

#### Mercato del prodotto

42. Lo sbocco di lente, anche detto lente grezza (o disco da hockey), rappresenta un prodotto semilavorato destinato a subire successivi trattamenti, posti in essere dal produttore di lenti piano, al fine dell'ottenimento del prodotto finito o semi-finito.<sup>26</sup>

43. Lo sbocco in vetro è ottenuto per fusione, utilizzando come materiali di base silice, carbonati alcalini e carbonato di calcio e può essere utilizzato per diversi tipi di lente ottica: lenti piano, lenti oftalmiche, e lenti per strumenti ottici. Il vetro può avere caratteristiche diverse a seconda dell'applicazione dello sbocco, in particolare per l'ottenimento di lenti piano si aggiungono in fase di fusione metalli vari per la colorazione ed è realizzato il taglio per il trattamento UV.

44. I principali produttori di sbocchi in vetro per lenti piano sono Corning SAS e Barberini GmbH – attivi entrambi in Europa – che vantano sostanzialmente, la medesima capacità produttiva. [Omissis].

45. In particolare, Barberini GmbH ha venduto nel 2017 sbocchi in vetro (per diversi usi) per poco meno di [omissis] milioni di euro, di cui circa [omissis] milioni di euro per sbocchi per lenti solari. Gli sbocchi per lenti solari sono stati consumati internamente per la produzione di lenti piano in vetro per il [omissis]% circa e ceduti a Luxottica per il [omissis]% circa e per il restante [omissis]% a terzi.<sup>27</sup>

46. [Omissis].

<sup>26</sup> La produzione delle lenti in vetro inizia dal trattamento di sbocco, in cui la lente grezza è sottoposta a tre operazioni: (1) la sgrassatura, che elimina le parti superflue del vetro grezzo; (2) la lappatura, che leviga la superficie della lente, da cui si ottiene la lente tonda o menisco; (3) la lucidatura, che la rende lucida e brillante.

<sup>27</sup> Cfr. Luxottica docc. n. 36 e 43.



47. A livello mondiale, risultano attivi nella produzione di sbocchi in vetro anche altri operatori con sede in Cina, in possesso di ampia capacità produttiva. Si rileva tuttavia che, in base ai dati attualmente disponibili, solo alcuni di tali operatori producono, allo stato, sbocchi di vetro per lenti piano.

48. Al riguardo Luxottica ha osservato che un'azienda attiva nella produzione di sbocchi di uno solo o alcuni dei tipi di utilizzo sopra richiamati può agevolmente ed in un periodo di tempo molto limitato (alcuni mesi) adattare la propria produzione in funzione della domanda e delle opportunità di mercato, in ragione della similitudine del *know-how* richiesto. Pertanto, ad avviso di Luxottica, sarebbe possibile indentificare un unico mercato rilevante della produzione e commercializzazione di sbocchi in vetro, indipendentemente dal tipo di utilizzo.

49. I profili sopra evidenziati saranno approfonditi nel corso del procedimento istruttorio.

### **Mercato geografico**

50. In ragione della natura intermedia del prodotto, della facilità di rifornirsi presso produttori di altri continenti, nonché della totale assenza di qualsiasi barriera geografica sotto il profilo industriale, amministrativo o economico, si ritiene che il mercato degli sbocchi in vetro per lenti ottiche abbia dimensione mondiale.

#### ***iv) La produzione e distribuzione all'ingrosso di lenti oftalmiche***

51. Le lenti oftalmiche sono dispositivi medici che permettono a chi le indossa di porre rimedio a un difetto visivo previamente diagnosticato da un professionista specializzato, oftalmologo o optometrista. Le lenti oftalmiche sono acquistate dal cliente sulla base di una prescrizione che specifica i parametri necessari a realizzare le lenti correttive più appropriate. Dato il numero di difetti visivi che possono sommarsi nello stesso individuo, vi sono molteplici possibili combinazioni ottiche correttive applicabili su una lente di prescrizione.<sup>28</sup>

52. La domanda intermedia di lenti oftalmiche è individuata dagli ottici e dai negozi di ottica, i quali apprezzano la prossimità del fornitore come fattore di maggiore efficienza sotto il profilo della distribuzione e della forza-vendita<sup>29</sup>, tant'è che i contratti di fornitura sono conclusi prevalentemente su base nazionale. Le lenti oftalmiche, inoltre, essendo dispositivi medici, sono soggette alla regolamentazione nazionale in materia, che può variare da Stato membro a Stato membro. Si ritiene pertanto che la dimensione geografica del mercato della produzione e distribuzione all'ingrosso di lenti oftalmiche sia da considerarsi nazionale.

53. L'esatta definizione del mercato può essere, tuttavia, lasciata aperta in considerazione dell'assoluta marginalità della produzione di lenti di prescrizione di Luxottica e Barberini. Quest'ultima, infatti, è attiva su questo mercato con una quota minima (inferiore al [*inferiore all'1*]%) mentre Luxottica con il [*1-5*]%

## **V. GLI EFFETTI DELL'OPERAZIONE**

54. L'operazione in esame ha ad oggetto l'acquisizione, da parte di Luxottica, del suo principale fornitore di lenti piano in vetro, integrato verticalmente nella produzione di sbocchi. Tale operazione si inserisce, peraltro, nell'ambito della strategia di espansione del gruppo Luxottica posta in essere negli ultimi anni, culminata, da ultimo, nella fusione con Essilor, autorizzata dalla Commissione con provvedimento C(2018)1198 del 1 marzo 2018 e attualmente in fase di perfezionamento.

55. Pertanto la valutazione degli effetti della concentrazione in esame dev'essere effettuata tenendo conto, tra l'altro, che l'acquisizione di Barberini – leader indiscusso nello sviluppo e nella realizzazione di lenti piano in vetro per occhiali da sole – determinerà un rafforzamento della posizione di Luxottica quale unico operatore verticalmente integrato presente in tutti i livelli della filiera della produzione e vendita di occhiali da sole, a partire dalla produzione e lavorazione dello sbocco in vetro fino alla vendita al dettaglio al consumatore finale.

---

<sup>28</sup> Le due principali categorie di lenti correttive sono (i) le lenti monofocali e (ii) le lenti multifocali (incluse le lenti bi-tri focali e progressive). Le lenti monofocali presentano la medesima correzione ottica per tutta la superficie della lente e mirano a correggere difetti quali miopia, la presbiopia o l'astigmatismo. Le lenti multifocali presentano invece due o più tipi di correzione su diverse aree della lente.

<sup>29</sup> Cfr. anche il caso COMP M.3670 - EQT Group/Carlo Zeiss/Sola, decisione dalla Commissione europea del 3 marzo 2005.

56. Alla luce di ciò, nonché della necessità di approfondire l'esatta delimitazione degli ambiti merceologici e geografici rilevanti, si è ritenuto che la valutazione di alcuni aspetti dell'operazione notificata (cfr. *supra*, para. 5-6) non potesse essere compiutamente effettuata in fase preistruttoria.

#### *i) Effetti orizzontali*

##### **Mercato della produzione e distribuzione all'ingrosso di occhiali da sole**

57. L'operazione determina marginali sovrapposizioni orizzontali tra l'attività delle Parti nel mercato della produzione e distribuzione di occhiali da sole a livello europeo, atteso che Barberini (attiva solo dal 2016, tramite la vendita di occhiali a marchio proprio) detiene una quota ampiamente inferiore all'1%. L'incremento *post merger* della quota di Luxottica (circa il [35-40]%) sarà dunque trascurabile. Anche volendo considerare il più circoscritto ambito geografico nazionale, la valutazione dell'operazione non cambierebbe, attesa la quota comunque minima detenuta da Barberini (inferiore all'1%).

58. La valutazione degli effetti orizzontali dell'operazione nel mercato della produzione e distribuzione di occhiali da sole non muta anche tenendo in considerazione, in prospettiva, la possibile esecuzione dell'operazione di fusione tra Luxottica e Essilor. Anche in tale caso, infatti, l'apporto aggiuntivo di Barberini sarebbe minimo sia considerando il mercato geografico di dimensione europea sia tenendo conto del più ristretto ambito nazionale.

59. Nel mercato sono, inoltre, attivi qualificati concorrenti, tra cui Safilo, Marcolin, Maui Jim e De Rigo.

##### **Mercato della produzione e distribuzione all'ingrosso di lenti piano**

60. In considerazione del fatto che Luxottica produce lenti piano solo per soddisfare il proprio fabbisogno, l'acquisizione di Barberini non determina alcuna sovrapposizione orizzontale delle attività delle Parti nel mercato della produzione e distribuzione all'ingrosso di lenti piano, tanto con riferimento ad un mercato comprendente lenti in plastica e in vetro, quanto solo lenti in vetro.

61. In un'ottica prospettica, tenendo conto della prevista aggregazione tra Essilor e Luxottica, in considerazione della quota di mercato detenuta da Essilor a livello mondiale, si verificherebbero delle sovrapposizioni orizzontali e la quota *post merger* si attesterebbe intorno al [15-20]% con riguardo alle lenti piano in vetro e plastica.

62. Delimitando l'ambito geografico allo SEE, la quota di mercato aggregata *post merger* di Barberini ed Essilor si attesterebbe nell'ordine del [60-65]%. Considerando il più ristretto ambito merceologico della produzione delle lenti in vetro la quota della nuova entità sarebbe superiore all'80%. A tal riguardo, pur tenendo in debito conto quanto affermato da Luxottica in merito alla circostanza che una quota molto rilevante delle vendite di Barberini ([80-85]% in Europa) era già destinata a Luxottica sulla base di consolidati rapporti commerciali, non può non rilevarsi come l'operazione in esame sia suscettibile di determinare una trasformazione di tali rapporti in una integrazione di tipo strutturale.

##### **Mercato della produzione e distribuzione all'ingrosso di lenti oftalmiche**

63. L'operazione determina marginali sovrapposizioni orizzontali tra l'attività delle Parti nel mercato della produzione e distribuzione di lenti oftalmiche in Italia, in quanto sia Luxottica, che Barberini detengono quote limitate, rispettivamente nell'ordine del [1-5]% e [inferiore all'1]%.

64. Come si è visto, dato l'apporto marginale di Barberini, la valutazione degli effetti dell'operazione non muta anche tenendo in considerazione, in prospettiva, la possibile esecuzione dell'operazione di fusione tra Luxottica e Essilor. In tale caso, infatti, a fronte di un incremento della quota di mercato attribuibile a Luxottica, grazie all'integrazione con Essilor – già valutato in sede comunitaria – rimarrebbe comunque invariata la circostanza che l'apporto aggiuntivo di Barberini risulta marginale.

65. Nel mercato sono, inoltre, attivi qualificati concorrenti, tra cui Hoya, Carl Zeiss e Rodenstock.

66. Per tali ragioni l'operazione non risulta idonea a incidere sulle dinamiche competitive del mercato in esame.

**ii) Effetti verticali tra i mercati della produzione e vendita all'ingrosso di occhiali da sole e di lenti piano e sbozzi in vetro**

**67.** L'operazione determina l'integrazione verticale delle attività di produzione e vendita di occhiali da sole di Luxottica con quella di produzione e vendita di lenti piano di Barberini. Tenendo anche conto delle osservazioni pervenute dai concorrenti di Luxottica, in merito all'impatto della presente operazione, si analizzeranno nel seguito i possibili effetti di *foreclosure*, con riferimento tanto all'accesso agli *input* lenti piano e/o agli sbozzi in vetro, quanto all'approvvigionamento da parte di Luxottica di una quota del proprio fabbisogno di sbozzi in vetro presso operatori concorrenti di Barberini GmbH.<sup>30</sup>

**68.** In primo luogo possibili effetti di *foreclosure* sono connessi alla possibilità che Luxottica, a valle dell'operazione, possa precludere ad operatori terzi l'accesso alle lenti piano e/o agli sbozzi in vetro (*input foreclosure*). La capacità produttiva di Barberini, infatti, potrebbe essere utilizzata interamente per soddisfare le esigenze di Luxottica riducendo gli spazi d'azione per i concorrenti; Barberini potrebbe, altresì, incrementare i prezzi e offrire condizioni più sfavorevoli rispetto a quelle attualmente praticate.

**69.** Quanto alle condizioni di accesso alle lenti piano da parte dei produttori di occhiali da sole concorrenti di Luxottica, si osserva che, come sopra evidenziato, l'entità *post merger* verrà a detenere, nel mercato delle lenti piano in vetro e plastica, una quota del [15-20]% a livello mondiale e del [60-65]% in Europa. Nell'ipotesi più restrittiva di un mercato circoscritto alle sole lenti in vetro, la quota *post merger* risulta a livello mondiale pari al [40-45]% e a livello europeo al [85-90]%.

**70.** Pertanto, a valle dell'operazione, Luxottica avrebbe la possibilità di precludere ai propri concorrenti nel mercato degli occhiali da sole l'accesso ad una quota di *input* – le lenti piano in vetro di alta qualità prodotte da Barberini – al fine di acquisire un vantaggio competitivo sul mercato a valle, soprattutto con riferimento all'importante segmento di domanda di occhiali da sole di fascia alta.

**71.** Sussiste parimenti il rischio che Luxottica, a seguito della concentrazione, decida di rifornirsi di sbozzi in vetro unicamente presso la propria controllata Barberini GmbH privando [*altri fornitori*] – di un importante cliente (*customer foreclosure*). Ciò potrebbe determinare un peggioramento delle condizioni produttive di [*altri fornitori*] tale da pregiudicare il mantenimento della linea produttiva degli sbozzi in vetro per lenti piano per protezione solare o un peggioramento delle condizioni contrattuali applicate da [*altri fornitori*] ai propri clienti – concorrenti di Luxottica – a danno, in ultima analisi, dei consumatori.

**72.** In conclusione, tenuto conto dei seguenti fattori: *i*) la posizione delle Parti nei mercati della produzione e vendita di occhiali da sole, della produzione e vendita di lenti piano e della produzione e vendita di sbozzi in vetro nonché *ii*) la forte integrazione verticale che verrà a crearsi in seguito all'operazione e *iii*) la posizione di rilievo di Barberini nella produzione delle lenti piano e sbozzi in vetro di alta qualità si ritiene che la concentrazione in esame possa ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei mercati sopra individuati determinando il rafforzamento o la costituzione di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame, così come comunicata, sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati interessati, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

RITENUTO, altresì, che l'accessorietà del patto di non concorrenza stipulato tra le Parti dovrà essere valutata nel corso del procedimento istruttorio;

**DELIBERA**

a) l'avvio dell'istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90 nei confronti delle società Luxottica Group S.p.A. e Barberini S.p.A.;

b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle Parti, ovvero da persone da esse

---

<sup>30</sup> Cfr. anche le Linee Guida della Commissione Europea, "Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni non orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese" (2008/C 265/07).

delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/90, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Manifatturiero e Servizi della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è il dott. Mario Denni;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Manifatturiero e Servizi della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle Parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro quarantacinque giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*

---