



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DKK-421/60/07/GG

Warszawa, dnia 14 sierpnia 2008 r.

DECYZJA Nr DKK - 66/08

Na podstawie art. 18 w związku z art. 13 ust. 1 pkt 1 i pkt 2 oraz ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego, wszczętego na wniosek INVOPTIC S.A.S. z siedzibą w Provins (Francja), **wydaje zgodę** na dokonanie koncentracji, polegającej na przejęciu przez INVOPTIC S.A.S. z siedzibą w Provins (Francja) kontroli nad JZO Sp. z o.o. z siedzibą w Jeleniej Górze.

UZASADNIENIE

W dniu 21 grudnia 2007 r. do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej również „Prezesem Urzędu” lub „organem antymonopolowym”, wpłynęło zgłoszenie zamiaru koncentracji, polegającej na przejęciu przez INVOPTIC S.A.S. z siedzibą w Provins, Francja (dalej: „INVOPTIC”), kontroli nad JZO Sp. z o.o. z siedzibą w Jeleniej Górze (dalej: „JZO”).

W związku z tym, iż spełnione zostały niezbędne przesłanki uzasadniające zgłoszenie zamiaru koncentracji, tj.:

- łączny światowy obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekroczył równowartość 1 mld euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), zwanej dalej także „ustawą antymonopolową”, jak również łączny obrót na terytorium Rzeczypospolitej Polski przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekroczył równowartość 50 mln euro, tj. kwotę określoną w art. 13 ust. 1 pkt 2 ustawy antymonopolowej,
 - przejęcie przez przedsiębiorcę kontroli nad jednym lub więcej przedsiębiorcami jest jednym ze sposobów koncentracji, określonym w art. 13 ust. 2 pkt 2 ustawy antymonopolowej,
 - w przedmiotowej sprawie nie wystąpiła żadna okoliczność z katalogu przesłanek egzoneracyjnych, wymienionych w art. 14 ww. ustawy, powodująca wyłączenie obowiązku zgłoszenia zamiaru koncentracji,
- zostało wszczęte postępowanie w przedmiotowej sprawie, o czym – zgodnie z art. 61 § 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. *Kodeks postępowania administracyjnego* (tekst jedn. Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz.1071 ze zm.) – Prezes Urzędu powiadomił INVOPTIC pismem z dnia 11 stycznia 2008 r.

**W trakcie postępowania organ antymonopolowy ustalił i zważył,
co następuje:**

Przyczyny i opis transakcji

W dniu 10 grudnia 2007 r. została podpisana umowa sprzedaży udziałów w JZO zawarta pomiędzy 64 współnikami JZO (jako sprzedającymi) oraz INVOPTIC (jako nabywcą) i JZO (jako spółką nabywaną). W wyniku realizacji powyższej umowy INVOPTIC nabędzie [tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 1], co będzie skutkowało przejęciem przez INVOPTIC kontroli nad JZO.

Zdaniem INVOPTIC, biorąc pod uwagę opóźnienie JZO w stosunku do aktualnych trendów na rynku optyki oftalmicznej, inwestycja INVOPTIC pozwoli JZO na lepsze dostosowanie się do panujących warunków rynkowych. **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 2]**.

Należy także zaznaczyć, iż wybór **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 3]**. Związek kapitałowy z silnym, zagranicznym inwestorem strategicznym – przy braku własnych środków finansowych na badania i rozwój nowych produktów i technologii – daje JZO szansę zatrzymania niekorzystnego trendu, przejawiającego się spadkiem sprzedaży produktów JZO oraz jego malejącym udziałem w rynku. Te niekorzystne tendencje mogą sprawić, iż JZO stanie się wkrótce przedsiębiorcą niszowym, o ograniczonym potencjale wytwórczym. Zdaniem wnioskodawcy tylko dzięki planowanej koncentracji JZO będzie w stanie utrzymać swoją dotychczasową pozycję na krajowym rynku soczewek okularowych, a także wzbogacić swoją ofertę o produkty nowej generacji, które lepiej zaspokoją potrzeby polskich konsumentów.

Uczestnicy koncentracji

I. INVOPTIC – aktywny uczestnik koncentracji – jest jednoosobową spółką zależną BBGR S.A.S z siedzibą w Paryżu (Francja). Jako spółka holdingowa zajmuje się kontrolą i bieżącym zarządzaniem podmiotami należącymi do BBGR S.A.S (dalej: „Grupa BBGR” lub „BBGR”), zlokalizowanymi na terenie Wielkiej Brytanii, Holandii, Szwecji i Szwajcarii. BBGR S.A.S jest z kolei spółką w 99,99% zależną od Essilor International S.A. z siedzibą w Charenton (Francja). Essilor International S.A. jest spółką akcyjną notowaną na giełdzie papierów wartościowych w Paryżu i równocześnie spółką-matką dla grupy kapitałowej składającej się ze spółek o nazwie handlowej „Essilor” oraz spółek należących do BBGR S.A.S. (dalej „Grupa Essilor” lub „Essilor”).

Podstawowym przedmiotem działania Grupy Essilor jest projektowanie, wytwarzanie i sprzedaż soczewek okularowych dostosowanych do indywidualnych wymagań odbiorców. Essilor powstał w 1972 r. po połączeniu dwóch wiodących

francuskich firm optycznych Essel i Silor. W momencie powstania Essilor stał się trzecim na świecie producentem soczewek okularowych. Od początku istnienia firma rozwijała swoje prace badawcze i moce produkcyjne na wszystkich kontynentach, stając się pod koniec lat 80-tych światowym liderem w swojej branży. Obecnie Grupa Essilor produkuje ponad 200 mln soczewek okularowych rocznie, zatrudnia prawie 30 tys. pracowników na całym świecie, posiada 16 zakładów produkcji masowej, światową sieć 244 laboratoriów recepturowych oraz 12 centrów dystrybucyjnych, a także 4 ośrodki badawczo-rozwojowe, w których pracuje 550 pracowników naukowych.

W Polsce Grupa Essilor rozpoczęła działalność w 1991 r. poprzez utworzenie spółki zależnej Essilor Polonia Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej „Essilor Polonia”), która, jako pierwszy zagraniczny dostawca, rozpoczęła dystrybucję soczewek okularowych Essilor na terenie Polski. W 2000 r. również w Warszawie powstało jedno z najbardziej nowoczesnych laboratoriów optycznych Grupy, tj. Essilor Optical Laboratory Poland Sp. z o.o. (dalej: „EOLP”), zajmujące się wytwarzaniem (obróbką) soczewek okularowych najwyższej jakości. Grupa Essilor postrzegana jest w Polsce jako wiodący producent i sprzedawca soczewek organicznych (plastikowych), które różnią się od tradycyjnych soczewek szklanych (mineralnych) przede wszystkim surowcem, z którego są wytwarzane, technologią produkcji i właściwościami¹. W ofercie Grupy Essilor soczewki organiczne stanowią **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 4]** % wszystkich sprzedawanych przez Essilor w Polsce soczewek okularowych. Sprzedaż soczewek mineralnych ma marginalne znaczenie w działalności Grupy, ich sprzedaż w latach 2005 – 2007 stanowiła odpowiednio (w %): **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 5]** całkowitej ilości sprzedanych przez Essilor soczewek okularowych na terenie Polski.

W ramach Grupy Essilor produkowane są również maszyny i urządzenia optyczne, do których zalicza się:

¹ Dokładniej różnice między soczewkami organicznymi i mineralnymi zostały omówione w dalszej części decyzji.

- maszyny i przyrządy służące optykom do cięcia i oprawiania soczewek okularowych, które stanowią **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 6]** % wszystkich produkowanych przez Essilor maszyn/urządzeń optycznych;
- instrumenty służące okulistom do mierzenia wymaganej korekty wzroku, które stanowią pozostałe **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 7]** % wszystkich produkowanych przez Essilor maszyn/urządzeń optycznych.

Na terenie Polski sprzedaż maszyn i urządzeń optycznych marki Essilor prowadzona jest przez Essilor Polonia – wyłącznego dystrybutora tych produktów. Zaznaczyć należy, że udział przychodów ze sprzedaży maszyn i urządzeń optycznych w latach 2005 – 2007 nie przekraczał poziomu **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 8]** % w całkowitych przychodach ze sprzedaży Grupy Essilor osiągniętych w Polsce.

II. JZO – pasywny uczestnik koncentracji – do końca lat 80-tych XX wieku JZO działało głównie jako huta szkła, specjalizująca się w produkcji szkła optycznego dla różnych branż przemysłu. W tym czasie soczewki okularowe (w postaci prasówki okularowej, czyli soczewek surowych) wytwarzane były w niewielkim zakresie. W 1989 r. całkowicie zaprzestano produkcji szkła optycznego (wskutek spadku zapotrzebowania na ten produkt) i rozpoczęto bardzo intensywny rozwój produkcji soczewek mineralnych, kontynuując jednocześnie produkcję prasówki okularowej. Na przełomie lat 1993 – 1994 JZO rozpoczęło współpracę **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 9]** wprowadziło na rynek nowy produkt – organiczne soczewki magazynowe². W roku 2004 całkowicie zaprzestano produkcji prasówki okularowej, ponieważ popyt na soczewki mineralne drastycznie się obniżył. Pod koniec 2007 r. wstrzymano także produkcję mineralnych soczewek magazynowych. Radykalny spadek popytu na soczewki mineralne jest szczególnie dotkliwy dla JZO, które jest postrzegane przez klientów jako wytwórca soczewek mineralnych i utrzymywało swoją dotychczasową pozycję na rynku dzięki wysokiej

² Soczewki magazynowe (mineralne i organiczne) to soczewki gotowe do sprzedaży (przechowywane w magazynie), nie wymagające dalszej obróbki, co najwyżej nałożenia powłok uszlachetniających.

sprzedaży tego produktu. Na przestrzeni 2005 r., 2006 r. i 2007 r. ilość sprzedanych przez JZO soczewek mineralnych systematycznie malała i wynosiła odpowiednio (w mln szt): **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 10]**. Tendencja spadkowa w sprzedaży soczewek mineralnych dotyka nie tylko rynek polski, ale również pozostałe rynki europejskie i należy przypuszczać, iż trend ten ma charakter nieodwracalny i będzie utrzymywał się także w latach następnych, co spowoduje – według szacunków JZO – spadek jego sprzedaży do poziomu nie wyższego niż **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 11]** mln szt rocznie.

Obecnie JZO działa jako laboratorium optyczne, tj. podmiot zajmujący się obróbką i uszlachetnianiem powierzchni soczewek recepturowych³. Zakres tej działalności obejmuje:

- obróbkę organicznych soczewek recepturowych z półfabrykatów dostarczanych przez **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 12]** i kilku innych, mniejszych dostawców;
- obróbkę mineralnych soczewek recepturowych z półfabrykatów własnych (zapasy) i innych dostawców, w tym **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 12]**;
- obróbkę półfabrykatów do wytwarzania mineralnych soczewek recepturowych z prasówki mineralnej dostarczanej przez firmy: **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 13]**, a także z prasówki pochodzącej z własnej produkcji (zapasy).

Ponadto JZO jest także dystrybutorem:

- organicznych soczewek magazynowych dostarczanych przez **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 14]**;
- mineralnych soczewek magazynowych dostarczanych głównie przez firmę **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 15]**;

³ Soczewki recepturowe (mineralne i organiczne) to soczewki, których powierzchnia wymaga obróbki zgodnie z zamówieniem, czyli konkretną receptą i potrzebami optyka. Podział na soczewki recepturowe i magazynowe nie wynika z właściwości samych soczewek lecz wyłącznie z przyjętego przez sprzedawcę sposobu dystrybucji, dlatego też nie został wzięty pod uwagę przy określaniu rynku produktowego w niniejszej sprawie.

- maszyn i urządzeń optycznych marki „Briot” produkowanych przez francuską firmę Briot International. JZO jest wprawdzie oficjalnym przedstawicielem tej firmy w Polsce, jednak należy zaznaczyć, iż jest to działalność prowadzona na niewielką skalę, o czym świadczą stosunkowo niskie przychody uzyskiwane przez JZO ze sprzedaży produktów „Briot”. W latach 2005 – 2007 ich udział w całkowitych przychodach ze sprzedaży JZO stanowił odpowiednio (w %): **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 16]**.

JZO soczewki okularowe na terenie Polski sprzedaje za pośrednictwem swoich spółek zależnych (Optikos Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, Neoles Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu i Optyka JZO Sp. z o.o. z siedzibą w Sopocie), sieci 22 przedstawicieli handlowych, a także bezpośrednio do zakładów optycznych (niezależnych optyków i sieci salonów optycznych).

Rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ

W myśl art. 4 pkt. 9 ustawy antymonopolowej przez rynek właściwy rozumie się rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym, ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji. A zatem rynek ten wyznaczają zasadniczo dwa elementy: towar (*rynek produktowy*) i terytorium (*rynek geograficzny*).

Mając na względzie definicję rynku właściwego oraz kryteria wyznaczania rynków właściwych, na które koncentracja wywiera wpływ, zawarte w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007 r. w sprawie zgłoszenia zamiaru koncentracji przedsiębiorców (Dz. U. Nr 134, poz. 937), organ antymonopolowy uznał, iż:

A) Przedmiotowa koncentracja będzie wywierała wpływ w *układzie horyzontalnym* na następujące rynki właściwe:

- krajowy rynek dystrybucji (wprowadzania do obrotu) soczewek mineralnych, obejmujący terytorium Polski;
- krajowy rynek dystrybucji (wprowadzania do obrotu) soczewek organicznych, obejmujący terytorium Polski;
- krajowy rynek dystrybucji (wprowadzania do obrotu) maszyn i urządzeń optycznych, obejmujący terytorium Polski.

Soczewki mineralne i organiczne

Specyfika branży optycznej charakteryzuje się wielopłaszczyznową strukturą, w której można wyróżnić cztery odrębne etapy łańcucha produkcji:

I etap – produkcja surowców: surowcem do produkcji soczewek mineralnych jest tzw. prasówka okularowa (soczewki surowe) wytwarzana w hutach szkła, natomiast soczewki organiczne produkuje się z żywic termoutwardzalnych (np. CR 39) i tworzyw termoplastycznych (np. poliwęglanu) wytwarzanych przez producentów chemii przemysłowej;

II etap – produkcja soczewek: w przypadku soczewek mineralnych polega on na obróbce powierzchni przedniej soczewek surowych (jest to proces masowy), w wyniku czego powstają soczewki półobrobione (półfabrykaty soczewkowe) oraz na obróbce powierzchni tylnej wykonywanej indywidualnie lub w seriach, w wyniku czego powstają soczewki gotowe (obrobione) w formie podstawowej. Obróbka każdej z dwóch powierzchni soczewek polega na frezowaniu ściernicą diamentową do uzyskania odpowiedniej grubości i promienia krzywizny, szlifowaniu, czyli wygładzaniu powierzchni soczewki bez zmiany promienia krzywizny oraz na polerowaniu w celu uzyskania przezroczystości soczewki. Natomiast produkcja soczewek organicznych polega na formowaniu (przy zastosowaniu odpowiednich

procesów technologicznych) soczewek półobrobionych lub obrobionych w zależności od zastosowanego kształtu formy. Soczewki organiczne półobrobione wymagają obróbki powierzchni tylnej przy użyciu metod podobnych do stosowanych w przypadku soczewek mineralnych. Po tym etapie produkcji gotowe (obrobione) soczewki mineralne i organiczne, jako soczewki magazynowe mogą być wprowadzane do obrotu za pośrednictwem firm dystrybucyjnych;

III etap – obróbka wykańczająca soczewek: zajmują się nią laboratoria optyczne nazywane także recepturowymi, które poprzez obróbkę powierzchni tylnej przetwarzają półfabrykaty soczewkowe mineralne i organiczne na soczewki gotowe (i w tym sensie je „produkują”), zgodnie z konkretnym zamówieniem, czyli receptą optyka. Taka „produkcja na zamówienie” pozwala dostarczać najszerszy możliwy wachlarz kombinacji korekcyjnych, szczególnie w zakresie dalekowzroczności starczej. Także w laboratoriach nakładane są na soczewki gotowe zarówno mineralne, jak i organiczne powłoki uszlachetniające, które zwiększają ich jakość oraz komfort widzenia. Najbardziej typowe ulepszenia to:

- powłoka antyrefleksyjna (AR),
- powłoka utwardzająca, stosowana zwykle na soczewki organiczne, która zwiększa ich twardość i redukuje ryzyko zarysowania,
- barwienie, w tym powłokami o właściwościach fotochromatycznych,
- powłoki specjalistyczne, takie jak powłoki polaryzacyjne dla kierowców, wędkarzy czy pacjentów z rzadkimi chorobami oczu.

Laboratoria recepturowe mogą działać niezależnie (przykładem takiego laboratorium jest JZO) lub stanowić własność producenta soczewek (jak np. EOLP);

IV etap – sprzedaż detaliczna soczewek: realizowana jest na rzecz ostatecznego odbiorcy, czyli indywidualnych klientów, zwykle przez niezależnych optyków/okulistów lub sieci salonów optycznych. Doradzają oni klientom, jakie soczewki i oprawki wybrać, a w przypadku soczewek recepturowych przekazują dane z recepty do laboratorium. Obrabiają następnie krawędzie soczewek i dopasowują je

do kształtu oprawki. W mniejszym stopniu handlem detalicznym soczewkami zajmują się także spółdzielnie optyków i centralne firmy zaopatrzeniowe.

Z powyższej charakterystyki wynika, że surowiec użyty do produkcji soczewek ma najistotniejsze, podstawowe znaczenie dla podziału soczewek okularowych na soczewki mineralne i organiczne⁴. Oba rodzaje soczewek posiadają także różne cechy użytkowe – soczewki mineralne są twardsze i bardziej wytrzymałe na drobne uszkodzenia i zarysowania. Ich zasadniczą wadą jest kruchość – są wykonane ze szkła i dlatego łatwo mogą ulec stłuczeniu. Natomiast soczewki organiczne niezależnie od ich mocy optycznej są około dwóch razy lżejsze niż ich mineralne odpowiedniki, cieńsze i bezpieczniejsze niż szkło (nie tłuką się), zapewniają też lepszą ochroną przez promieniami UV. Ich główną wadą jest to, że są bardziej podatne na zarysowania, a więc powłoka ochronna jest co do zasady niezbędna, aby mogły być używane przez dłuższy czas. Dalszy podział soczewek ze względu na indeks „nd”, czyli współczynnik załamania światła, czy ze względu na konstrukcję (soczewki jednoogniskowe, wieloogniskowe, progresywne) lub ze względu na rodzaje powłok uszlachetniających, dotyczy obu wyżej wskazanych rodzajów soczewek. Są to zatem tylko dodatkowe właściwości, których zastosowanie odbywa się na bazie podstawowego podziału na soczewki mineralne i organiczne. Między soczewkami mineralnymi i organicznymi występują też różnice w poziomie cen. Soczewki organiczne są z reguły droższe, choćby z tej racji, że są to produkty nowej generacji, bardziej zaawansowane pod względem technologicznym i użytkowym, stąd też przeciętnie ich ceny są około dwukrotnie wyższe niż soczewek mineralnych.

Konkludując, powyższa charakterystyka, a także analiza działalności uczestników niniejszej koncentracji, czyli Grupy Essilor i JZO, w zakresie wytwarzania soczewek okularowych, skłania do wyodrębnienia dwóch rynków produktowych, na których obaj ww. przedsiębiorcy są zaangażowani, tj.:

⁴ W ten sam sposób dokonano podziału rynku soczewek okularowych w sprawie JZO/Hoya Lens Poland Sp. z o.o. (decyzja Prezesa UOKiK Nr RWA-24/2000 z dnia 21 września 2000 r.)

- rynku soczewek mineralnych oraz
- rynku soczewek organicznych.

W tym miejscu należy również odnieść się do sugerowanego przez INVOPTIC w zgłoszeniu zamiaru koncentracji sposobu określenia rynku produktowego w przedmiotowej sprawie, a mianowicie jako rynku optyki oftalmicznej, obejmującego soczewki mineralne i organiczne oraz okulary gotowe. Organ antymonopolowy uważa takie określenie rynku produktowego w niniejszej sprawie za błędne, nie zasługujące na uwzględnienie. Zasadność wyodrębnienia dwóch podstawowych rynków produktowych z ogólnego rynku soczewek okularowych została przedstawiona powyżej, natomiast jeśli chodzi o okulary gotowe, zdaniem organu antymonopolowego, nie powinny być one uwzględnione w niniejszej sprawie z następujących powodów:

- wszystkie soczewki okularowe korekcyjne (a tylko takie wytwarzają i sprzedają uczestnicy koncentracji) i okulary korekcyjne to wyroby medyczne, których klasyfikację i kwalifikację przeprowadza sam wytwórca i które muszą być zarejestrowane w Rejestrze Wytwórców i Wyrobów Medycznych prowadzonym na podstawie ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. *o wyrobach medycznych* (Dz. U. Nr 93, poz. 896 ze zm.) – okulary gotowe nie spełniają tego podstawowego wymogu, nie są bowiem wyrobem medycznym;
- okulary gotowe nie będąc produktem leczniczym nie spełniają warunków indywidualnej korekcji wzroku, np. nie uwzględniają rozstawu źrenic i widzenia obuocznego. Używanie przez dłuższy czas okularów nie dostosowanych do indywidualnej wady wzroku ich nabywcy może wywołać przykre dolegliwości (ból głowy, migotania przed oczami), a nawet zagrażać zdrowiu powodując osłabienie wzroku i choroby oczu⁵;
- soczewki okularów gotowych wykonane są z materiałów o słabych parametrach optycznych, niejednokrotnie nie mają nawet deklarowanej mocy. Sprzedawane są

⁵ Więcej informacji nt. szkodliwości okularów gotowych można znaleźć m.in. na stronie internetowej JZO, będącego członkiem Stowarzyszenia Polskich Producentów na Rzecz Ochrony i Korekcji Wzroku.

zwykle w punktach pozaoptycznych i na bazarach po niskich cenach, stąd też są atrakcyjne dla osób mniej zamożnych, ale w żadnym wypadku nie można ich uznać za substytut okularów wykonanych przez optyka, które gwarantują prawidłową korekcję wzroku.

Analizując dalej zakres działalności Grupy Essilor i JZO należy stwierdzić, iż wspólną płaszczyzną tej działalności jest wprowadzanie do obrotu (dystrybucja) na terenie Polski soczewek mineralnych i organicznych. Grupa Essilor działalność tę wykonuje za pośrednictwem spółki Essilor Polonia – wyłącznego dystrybutora soczewek okularowych Essilor w Polsce. Z kolei JZO pełniąc funkcję dystrybutora producentów zagranicznych wprowadza do obrotu na terenie Polski soczewki magazynowe (mineralne i organiczne) tych producentów, a także wytwarzane we własnym laboratorium optycznym soczewki recepturowe. Należy także wyjaśnić, iż laboratorium optyczne Grupy Essilor działające w Polsce (EOLP) nie sprzedaje bezpośrednio soczewek okularowych – wszelką działalność handlową i dystrybucyjną w zakresie soczewek magazynowych i recepturowych prowadzi Essilor Polonia.

Określając natomiast rynek geograficzny właściwy dla dystrybucji soczewek mineralnych i organicznych, organ antymonopolowy postanowił uznać argumenty strony zgłaszającej koncentrację przemawiające za tym, iż powinien być to rynek nie szerszy niż rynek krajowy obejmujący terytorium Polski. Za takim określeniem rynku geograficznego przemawiają następujące fakty:

– bezpośrednimi nabywcami soczewek okularowych są optycy, tzn. niezależne zakłady optyczne (często rodzinne), stanowiące najliczniejszą grupę odbiorców oraz sieci salonów optycznych. Aby dotrzeć do tych specyficznych odbiorców najwięksi światowi producenci soczewek okularowych stwarzają pewne formy lokalnej obecności (ośrodek krajowy) na każdym z rynków krajowych w celu zdobycia na nich pozycji. Tylko bowiem lokalna obecność na danym rynku pozwala zgromadzić wiedzę na temat wzorców zachowań klientów i gwarantuje możliwość pozyskania klientów w liczbie wystarczającej do osiągnięcia sprzedaży na poziomie zapewniającym

opłacalność, stanowi więc ważny czynnik przewagi konkurencyjnej. Znaczenie obecności ośrodka krajowego konkurentów w danym kraju dla osiągniętych tam wyników wskazuje na krajowy zakres rynku geograficznego, na którym konkurują – takie stanowisko zajęła Komisja Europejska np. w sprawach: Nr IV/M.4475 – Schneider Electric/APC, Nr IV/M.2000 – WPP Group/Young & Rubicam, Nr IV/M.1529 – Havas Advertising/Media Planning. Na terenie Polski oprócz Grupy Essilor swoje ośrodki krajowe, prowadzące działalność poprzez spółki dystrybucyjne posiada kilku znanych producentów soczewek okularowych, zaliczanych jednocześnie do największych konkurentów uczestników niniejszej koncentracji. Są to następujące firmy:

- Hoya (poprzez Hoya Lens Poland Sp. z o.o. w Warszawie),
- Carl Zeiss (poprzez Carl Zeiss Sp. z o.o. w Warszawie),
- Rodenstock (poprzez Rodenstock Polska Sp. z o.o. w Warszawie),
- Seiko Optical (poprzez Visio Polska Sp. z o.o. w Olsztynie),
- Jai Kudo (poprzez Jai Kudo Polska Sp. z o.o. w Baranowie k. Poznania);

– popyt na soczewki okularowe kreowany jest głównie przez optyków, co samo w sobie determinuje zakres rynku geograficznego. Optycy wybierając dostawcę soczewek preferują w szczególności, obok jakości i ceny, możliwość bezpośredniego i szybkiego reagowania na ich zamówienia, czas i terminowość dostaw, a także wsparcie marketingowe i serwis (obsługa posprzedażna, rozpatrywanie reklamacji, call-center itd.). Tego typu wymaganiom może sprostać praktycznie tylko lokalny dostawca⁶. Poza tym szczególnie dla niezależnych optyków istotną barierą przy zakupach poza terenem własnego kraju mogą być wysokie koszty transportu w relacji do ceny produktu, brak doświadczenia w międzynarodowych relacjach handlowych, czy też bariery językowe.

Reasumując organ antymonopolowy stwierdził, iż w zakresie soczewek okularowych rynkami właściwymi, na których działają uczestnicy omawianej koncentracji są:

⁶ Powyższe preferencje przy wyborze dostawcy zostały potwierdzone przez optyków ankietowanych przez organ antymonopolowy.

- krajowy rynek dystrybucji soczewek mineralnych oraz
- krajowy rynek dystrybucji soczewek organicznych.

Na tak określonych rynkach udziały (w %) Grupy Essilor i JZO kształtowały się w trzech ostatnich latach na poziomie: **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 17]**

Tabela 1

Firma	Soczewki mineralne			Soczewki organiczne		
	2005 r.	2006 r.	2007 r.	2005 r.	2006 r.	2007 r.
Essilor						
JZO						
Łącznie						

Z powyższych danych wynika, że krajowy rynek dystrybucji soczewek mineralnych oraz krajowy rynek dystrybucji soczewek organicznych są rynkami, na które koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym, bowiem łączne udziały uczestników koncentracji w tych rynkach przekraczają poziom 20%. Należy również zauważyć, iż z danych zawartych w powyższej tabeli wynika, że wzrost jaki w wyniku przedmiotowej koncentracji nastąpi na krajowym rynku dystrybucji soczewek mineralnych będzie niewielki (**[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 18]** %). W przypadku natomiast krajowego rynku dystrybucji soczewek organicznych wzrost ten będzie znacznie wyższy i wyniesie **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 19]** % w 2007 r.

Jak już wyżej wspomniano głównymi konkurentami uczestników koncentracji są działający na terenie Polski przedstawiciele handlowi (spółki dystrybucyjne) kilku zagranicznych producentów soczewek okularowych. Do grona konkurentów należy także zaliczyć rodzime firmy, które podobnie jak JZO są jednocześnie dystrybutorami i posiadają własne laboratoria recepturowe (najbardziej znanymi firmami tego typu są: Szajna – Laboratorium Optyczne z siedzibą w Gdyni i PSM-Optyka s.c. z siedzibą w Józefowie) oraz niezależnych dystrybutorów/importerów, sprzedających w Polsce głównie soczewki producentów dalekowschodnich (z Chin, Korei, Tajlandii). W Polsce działa co najmniej kilkanaście takich firm, lecz organ antymonopolowy

w dalszej analizie postanowił uwzględnić tylko dwie największe, tj.: P.H. „Rako” z siedzibą w Szczecinie i Optiblok Sp.j. z siedzibą w Łodzi.

Na podstawie danych otrzymanych od INVOPTIC organ antymonopolowy określił udziały (w %) konkurentów Essilor i JZO w latach 2005 – 2007 następująco:

[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 20]

Tabela 2

Firma	Soczewki mineralne			Soczewki organiczne		
	2005 r.	2006 r.	2007 r.	2005 r.	2006 r.	2007 r.
Hoya Lens Polska						
Carl Zeiss Sp. z o.o.						
Rodenstock Polska						
Jai Kudo Polska						
Visio Polska						
Szajna-Laboratorium						
PSM-Optyka						
P.H. „Rako”						
Optiblok						

Dane przedstawione w powyższych tabelach wskazują na to, iż uczestnicy koncentracji spotykają się z konkurencją zarówno na krajowym rynku dystrybucji soczewek mineralnych, w szczególności takich firm jak: Carl Zeiss Sp. z o.o., Szajna-Laboratorium oraz P.H. „Rako”, jak też na krajowym rynku dystrybucji soczewek organicznych, w szczególności takich firm jak: Hoya Lens Polska Sp. z o.o., Jai Kudo Polska Sp. z o.o., Szajna – Laboratorium Optyczne i P.H. „Rako”.

W celu oceny stanu koncentracji na krajowym rynku dystrybucji soczewek organicznych organ antymonopolowy posłużył się także wskaźnikiem koncentracji rynku liczonemu według metody Herfindahla-Hirschmana (HHI), który jest najczęściej stosowany w praktyce antymonopolowej. Wartość tego wskaźnika waha się

w granicach od 0 do 10.000 (jeżeli udziały w rynku mierzone są w procentach) lub od 0 do 1 (jeżeli określa się je za pomocą ułamków). W gałęzi przemysłu, w której działa tylko jedno przedsiębiorstwo (monopol) wskaźnik HHI wynosi 10.000, natomiast w sytuacji konkurencji HHI zmierza do zera. Przypisuje on większą wagę udziałom w rynku większych firm, co pozostaje w zgodzie z ich relatywnym znaczeniem na rynku. Spektrum koncentracji rynku mierzone indeksem HHI dzieli się na trzy zakresy, które można scharakteryzować jako:

- rynek nieskoncentrowany (HHI poniżej 1000),
- rynek umiarkowanie skoncentrowany (HHI pomiędzy 1000 a 1800),
- rynek wysoce skoncentrowany (HHI powyżej 1800).

Przed dokonaniem koncentracji obliczone wskaźniki poziomu koncentracji HHI – dla uczestników koncentracji oraz ich czterech największych konkurentów – w krajowym rynku dystrybucji soczewek organicznych kształtują się następująco:

- w 2005 r. HHI = 760 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 21]**),
- w 2006 r. HHI = 720 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 22]**),
- w 2007 r. HHI = 872 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 23]**).

Po dokonaniu koncentracji obliczone wskaźniki poziomu koncentracji HHI – dla uczestników koncentracji oraz ich czterech największych konkurentów – w krajowym rynku dystrybucji soczewek organicznych kształtują się następująco:

- w 2005 r. HHI = 1326 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 24]**),
- w 2006 r. HHI = 1252 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 25]**),

- w 2007 r. HHI = 1518 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = [tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 26])⁷.

Interpretując powyższe wartości wskaźnika HHI można stwierdzić, iż po dokonaniu przedmiotowej koncentracji krajowy rynek dystrybucji soczewek organicznych, na który wywiera ona wpływ w układzie horyzontalnym będzie rynkiem umiarkowanie skoncentrowanym (wartość HHI pomiędzy 1000 a 1800). Wzrost wskaźnika HHI na tym rynku, jaki nastąpił w wyniku przedmiotowej koncentracji wyniósł w latach 2005 – 2007 odpowiednio: 396, 369,424.

Zdaniem organu antymonopolowego liczenie wskaźników HHI w stosunku do krajowego rynku dystrybucji soczewek mineralnych – z uwagi na niewielki wzrost udziałów rynkowych jaki nastąpi w wyniku przedmiotowej koncentracji na tym rynku (wzrost wskaźnika HHI jaki nastąpi w wyniku przedmiotowej koncentracji wyniesie [tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 27] 34) – nie jest konieczne dla oceny przedmiotowej koncentracji.

Maszyny i urządzenia optyczne

Organ antymonopolowy stwierdził również, iż rynkiem, na który niniejsza koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym jest także krajowy rynek dystrybucji maszyn i urządzeń optycznych obejmujący terytorium Polski. Obaj uczestnicy koncentracji prowadzą bowiem działalność na tym szczeblu obrotu – Grupa Essilor poprzez spółkę Essilor Polonia, będącą wyłącznym dystrybutorem w Polsce maszyn/urządzeń marki „Essilor”, a JZO jako oficjalny dystrybutor maszyn/urządzeń marki „Briot”. Jednocześnie łączny udział w tym rynku Grupy Essilor i JZO przekracza poziom 20%.

⁷ Przy obliczaniu powyższych wskaźników nie uwzględniono wszystkich przedsiębiorców, ale uwzględniono firmy o znaczącym udziale w rynku. W związku z tym wyliczone wskaźniki HHI nie powinny odbiegać znacznie od ich właściwej wartości, bowiem firmy o niewielkim udziale w rynku mają znikomy wpływ na wartość tego wskaźnika.

Uzasadniając powyższe należy wskazać, co następuje:

Maszyn i urządzenia optyczne, ze względu na ich zastosowanie, dzielą się na maszyny/urządzenia stosowane w zakładach optyków, które służą do cięcia i oprawiania soczewek okularowych oraz na maszyny/urządzenia służące lekarzom-okulistom do mierzenia wymaganej korekty wzroku. W związku z tym w ogólnym rynku maszyn/urządzeń optycznych należałoby wyróżnić dwa segmenty, tj. rynek maszyn/urządzeń dla optyków i rynek maszyn/urządzeń dla okulistów. Organ antymonopolowy uznał jednak, że w niniejszej sprawie podział rynku maszyn/urządzeń optycznych na dwa odrębne rynki produktowe nie jest konieczny, głównie ze względu na to, iż działalność w zakresie dystrybucji tych produktów uczestników koncentracji, jak też ich wszystkich konkurentów rynkowych dotyczy zarówno maszyn/urządzeń dla optyków, jak i okulistów. Wśród dystrybutorów działających obecnie na terenie Polski brak jest specjalizacji pod względem różnych typów maszyn/urządzeń optycznych, można więc uznać iż z punktu widzenia dystrybucji istnieje pełna substytucyjność pomiędzy maszynami/urządzeniami optycznymi różnego typu. Należy również zaznaczyć, że w Polsce sprzedaje się stosunkowo mało tych produktów, przykładowo w latach 2006 – 2007 sprzedano odpowiednio: **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 28]** sztuk maszyn/urządzeń optycznych, co zdaniem organu antymonopolowego również świadczy o tym, iż podział tak małego rynku na dwa segmenty nie jest uzasadniony. Ponadto podział na dwa rynki produktowe maszyn/urządzeń optycznych staje się systematycznie coraz mniej wyraźny również z tego względu, iż główna grupa nabywców tych produktów, czyli zakłady optyczne, zatrudniają coraz częściej lekarzy-okulistów i w związku z tym optycy na ogół nabywają oba typy tych maszyn/urządzeń.

Jak już wyżej wspomniano nabywcami maszyn/urządzeń optycznych są przede wszystkim zakłady optyczne (optycy) w związku z tym wymiar rynku geograficznego właściwego dla tych produktów określają podobne zasady, jakie przedstawiono określając rynek geograficzny właściwy dla soczewek okularowych. Dodatkowymi okolicznościami wskazującymi na to, iż powinien być to rynek o wymiarze nie szerszym niż rynek krajowy (terytorium Polski) są dwie kwestie o zasadniczym

znaczeniu dla każdego optyka nabywającego nowe maszyny/urządzenia optyczne, tj. szybkie i efektywne (czyli w miejscowym języku) szkolenie osób mających obsługiwać te maszyny oraz regularne ich serwisowanie (co najmniej dwa razy w roku) przez wykwalifikowany personel – takie rezultaty może zapewnić tylko lokalna obecność dostawcy tych maszyn/urządzeń. Podobnie jak w przypadku producentów soczewek okularowych również producenci maszyn/urządzeń optycznych tworzą pewne formy obecności lokalnej na danym rynku (poprzez spółki zależne lub oficjalnych dystrybutorów), aby móc na tym rynku skutecznie konkurować. Na terenie Polski dystrybuują swoje produkty i jednocześnie konkurują z uczestnikami koncentracji następujący producenci maszyn/urządzeń optycznych:

- Nidek z Japonii (poprzez Poland Optical Sp. z o.o. w Cieszynie),
- Indo z Hiszpanii (poprzez Medical Partner w Poznaniu),
- Topcon z Japonii (poprzez Topcon Polska Sp. z o.o. w Zawierciu),
- Huvitz z Korei (poprzez Optical Vision w Warszawie),
- Weco z Niemiec (poprzez Krak Optic Sp. z o.o. w Krakowie-Rząska),
- Dia z Japonii (poprzez Optopol Handlowy w Zawierciu).

Należy jednocześnie zaznaczyć, że oprócz oficjalnych dystrybutorów produkty ww. firm, a także innych producentów sprzedawane są przez wielu niezależnych dystrybutorów nie związanych z żadnym konkretnym producentem (przykładowo maszyny/urządzenia firmy Briot oprócz JZO - oficjalnego dystrybutora sprzedawane są także przez co najmniej pięć innych firm dystrybucyjnych). Podkreślić także należy, iż nie istnieją żadne oficjalne statystyki⁸, na podstawie których można byłoby precyzyjnie określić wielkość rynku maszyn/urządzeń optycznych w Polsce oraz wielkość udziałów w tym rynku uczestników koncentracji i ich konkurentów, w szczególności nie jest możliwe określenie udziałów rynkowych dystrybutorów nieoficjalnych, gdyż nie jest możliwe śledzenie dokładnej ilości urządzeń sprzedawanych indywidualnie przez każdego z nich. W związku z tym podane w Tabeli 3 udziały rynkowe (w %) uczestników koncentracji i ich głównych

⁸ Z punktu widzenia polskiej gospodarki jako całości segment rynku, jakim są maszyny i urządzenia optyczne jest zbyt mały, aby zbierane i dostępne były jakiegokolwiek statystyki na jego temat.

konkurentów w krajowym rynku dystrybucji maszyn/urządzeń optycznych w latach 2005 – 2007 obciążone są dużym prawdopodobieństwem błędu, opierają się bowiem na niedokładnych danych i przybliżonych szacunkach: **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 29]**:

Tabela 3

Uczestnicy koncentracji			
Firma	2005 r.	2006 r.	2007 r.
Essilor Polonia (Essilor)			
JZO (Briot)			
Łącznie			
Konkurenci			
Poland Optical (Nidek)			
Medical Partner (Indo)			
Topcon Polska (Topcon)			
Optical Visio (Huvitz)			
Krak Optic (Weco)			
Optopol (Dia)			

W celu oceny stanu koncentracji na krajowym rynku dystrybucji maszyn i urządzeń optycznych organ antymonopolowy posłużył się także wskaźnikiem koncentracji (HHI). Przed dokonaniem koncentracji obliczone wskaźniki poziomu koncentracji HHI – dla uczestników koncentracji oraz ich czterech największych konkurentów – w krajowym dystrybucji maszyn i urządzeń optycznych kształtują się następująco:

- w 2005 r. HHI = 787 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 30]**),
- w 2006 r. HHI = 1060 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 31]**),
- w 2007 r. HHI = 1570 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 32]**).

Po dokonaniu koncentracji obliczone wskaźniki poziomu koncentracji HHI – dla uczestników koncentracji oraz ich czterech największych konkurentów – w krajowym rynku dystrybucji maszyn i urządzeń optycznych kształtują się następująco:

- w 2005 r. HHI = 1015 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 33]**),
- w 2006 r. HHI = 1290 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 34]**),
- w 2007 r. HHI = 1918 (w tym uczestnicy koncentracji HHI = **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 35]**).

Interpretując powyższe wartości wskaźnika HHI można stwierdzić, iż po dokonaniu przedmiotowej koncentracji krajowy rynek dystrybucji maszyn i urządzeń optycznych, na który wywiera ona wpływ w układzie horyzontalnym był w latach 2005 – 2006 rynkiem umiarkowanie skoncentrowanym (wartość HHI pomiędzy 1000 a 1800). W roku 2007 wartość wskaźnika HHI przekroczyła natomiast próg dla rynków wysoce skoncentrowanych. Wzrost wskaźnika HHI na tym rynku, jaki nastąpił w wyniku przedmiotowej koncentracji wyniósł w latach 2005 – 2007 odpowiednio: 228, 230, 348.

B) Przedmiotowa koncentracja wywrze również wpływ w *układzie wertykalnym* na krajowy rynek dystrybucji soczewek mineralnych oraz krajowy rynek dystrybucji soczewek organicznych, ponieważ na rynkach tych między uczestnikami koncentracji występują powiązania typu dostawca – odbiorca, w związku z tym, iż jednym z dostawców JZO prasówki mineralnej i półfabrykatów do wytwarzania soczewek recepturowych mineralnych oraz organicznych jest **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 36]**. Jednocześnie – jak wynika z przedstawionych powyżej danych – łączny udział JZO i Essilor zarówno w krajowym rynku dystrybucji soczewek mineralnych, jak i krajowym rynku dystrybucji soczewek organicznych przekracza poziom 30% (w 2007 r. wynosił odpowiednio: **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 37]**).

C) Organ antymonopolowy stwierdził, iż w przedmiotowej koncentracji nie występują rynki właściwe, na które koncentracja wywiera wpływ w *układzie konglomeratowym*. Brak jest bowiem rynków, na których uczestnicy koncentracji dysponowaliby udziałami wyższym niż 40% i jednocześnie na rynkach tych nie istniałyby między uczestnikami koncentracji powiązania (układy) horyzontalne i wertykalne.

Ocena skutków planowanej koncentracji

Przepis art. 18 ustawy antymonopolowej stanowi, iż Prezes Urzędu wydaje zgodę na dokonanie koncentracji, w wyniku której konkurencja na rynku nie zostanie istotnie ograniczona, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku, przez którą rozumie się, zgodnie z art. 4 pkt 10 tej ustawy, pozycję przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów; domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40%.

Organ antymonopolowy uznał, iż zamierzona koncentracja spełnia kryterium wskazane w art. 18 ustawy antymonopolowej ze względu na następujące okoliczności:

- rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym jest krajowy rynek dystrybucji soczewek mineralnych, na którym JZO (pasywny uczestnik koncentracji) posiada udział rynkowy na poziomie **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 38]** %. W tej sytuacji należy uznać, iż stosunkowo niewielkie **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 39]** wzmocnienie tej pozycji w wyniku koncentracji z Essilor nie wpłynie na istotne ograniczenie konkurencji na tym rynku. Należy również zauważyć, iż wysoka pozycja JZO w rynku dystrybucji soczewek mineralnych w tym przypadku nie musi świadczyć o sile rynkowej tego przedsiębiorcy. Popyt

na soczewki mineralne drastycznie maleje, są one bowiem coraz skuteczniej wypierane z rynku przez soczewki organiczne. Obecna struktura sprzedaży soczewek okularowych w Polsce kształtuje się w ten sposób, że soczewki mineralne stanowią **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 40]** %, a soczewki organiczne **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 41]** % wszystkich sprzedawanych soczewek. Stały spadek sprzedaży soczewek mineralnych obserwuje się także w całej Europie. Przykładowo w 2002 r. sprzedaż soczewek mineralnych przekraczała poziom **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 42]** %, zaś cztery lata później spadła znacznie poniżej tej wartości, przy czym spadkowi sprzedaży soczewek mineralnych towarzyszy zawsze odpowiednio duży wzrost sprzedaży soczewek organicznych. Trend ten odzwierciedla bardziej globalną tendencję: stosowanie szkła jako surowca do produkcji soczewek okularowych staje się stopniowo coraz rzadsze. Jest to tendencja nieodwracalna, co świadczy o tym, że rynek soczewek mineralnych jest rynkiem schyłkowym, znajdującym się w fazie zaniku. Zatem wielkość sprzedaży soczewek mineralnych JZO także będzie się zmniejszać. Biorąc pod uwagę powyższe należy stwierdzić, iż pomimo że łączny udział uczestników koncentracji na krajowym rynku dystrybucji soczewek mineralnych przekracza udział, z którym ustawa antymonopolowa wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej, w wyniku przedmiotowej koncentracji nie dojdzie do istotnego ograniczenia konkurencji na tym rynku, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej;

- rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym jest również krajowy rynek dystrybucji soczewek organicznych, jednak na tym rynku łączny udział Essilor i JZO nie osiągnie poziomu 40%, czyli pozycji, z którą ustawa antymonopolowa wiąże posiadanie pozycji dominującej. Wprawdzie po koncentracji pozycja obu przedsiębiorców będzie silniejsza niż któregokolwiek z ich największych konkurentów, nie oznacza to jednak, iż będą mieli możliwość działania niezależnie od konkurentów, czy też odbiorców, a tym samym możliwość zapobiegania skutecznej konkurencji. Rynek dystrybucji

soczewek organicznych w Polsce jest bowiem rynkiem konkurencyjnym. Działa na nim oprócz głównych konkurentów uczestników koncentracji wskazanych w niniejszej decyzji (w szczególności Hoya, Carl Zeiss oraz Rodenstock są dużymi koncernami działającymi w skali międzynarodowej, które mają możliwości dalszego rozwoju), także znaczna liczba mniejszych, niezależnych dystrybutorów/importerów, tak więc nabywcy soczewek organicznych (optycy) mają niczym nie ograniczony dostęp do wielu alternatywnych źródeł zaopatrzenia. Ponadto, szczególnie w Polsce, rynek dystrybucji soczewek organicznych jest wciąż rynkiem rozwijającym się, na którym nie ma istotnych barier dla ekspansji lub wejścia nowych podmiotów, zarówno przedstawicieli handlowych producentów soczewek, jak też niezależnych dystrybutorów/importerów⁹. Świadczy o tym przykład Jai Kudo Polska, która w ciągu kilku lat istnienia w Polsce (od 2003 r.) potrafiła osiągnąć istotny udział w tym rynku oraz obecność w Polsce kilkunastu dystrybutorów soczewek organicznych pochodzących od dostawców z Azji (Korea Płd., Chiny, Tajlandia). Należy zatem podkreślić, iż optycy dysponują znaczną liczbą faktycznych jak i potencjalnych dystrybutorów¹⁰. Istnieje zatem możliwość przestawienia się przez optyków na alternatywnych dostawców. Również poziom wskaźnika HHI dla tego rynku wskazuje, że będzie to rynek o umiarkowanym skoncentrowaniu, na którym tworzenie lub umocnienie siły rynkowej połączonych przedsiębiorców byłoby w praktyce trudne. Podsumowując można zatem stwierdzić, że przedmiotowa koncentracja nie przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku dystrybucji soczewek organicznych;

- kolejnym rynkiem właściwym, na który koncentracja wywiera wpływ w układzie horyzontalnym jest krajowy rynek dystrybucji maszyn/urządzeń optycznych,

⁹ Ankietowani przez organ antymonopolowy dystrybutorzy wskazywali, iż nie ma istotnych barier wejścia na ten rynek.

¹⁰ Ankietowani przez organ antymonopolowy optycy potwierdzili w swoich wypowiedziach, że korzystają z kilku lub więcej źródeł zaopatrzenia.

w którym po koncentracji Essilor i JZO osiągną udział w rynku na poziomie **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 43]** %. Należy podkreślić, iż udział ten nie przekracza progu 40%, z którym ustawa antymonopolowa wiąże domniemanie posiadania pozycji dominującej. W ocenie organu antymonopolowego na rynku tym w wyniku przedmiotowej koncentracji nie dojdzie również w inny sposób do ograniczenia konkurencji. Jest to bowiem rynek, na którym uczestnicy koncentracji spotykają się z silną konkurencją. Świadczyć może o tym m.in. fakt, iż łączny udział dwóch największych konkurentów, tj. firm Nidek (udział w rynku **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 44]** %) i Topcon (udział w rynku **[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 45]** %) kształtuje się na poziomie porównywalnym z łącznym udziałem Essilor i JZO (reprezentującym firmę Briot). Ponadto mając na uwadze stosunkowo niewielką liczbę maszyn/urządzeń optycznych sprzedawanych każdego roku, w powiązaniu z faktem, iż optycy wymieniają takie urządzenia mniej więcej co 6 – 8 lat, udziały rynkowe uczestników koncentracji i ich konkurentów podlegają znacznym wahaniom w poszczególnych latach. W tej sytuacji, w ocenie organu antymonopolowego, nawet potraktowanie osobno obu segmentów rynku maszyn/urządzeń optycznych, nie będzie miało większego wpływu na zmianę siły rynkowej uczestników koncentracji, która mogłaby skutkować ograniczeniem konkurencji. Dodatkowo należy zauważyć, iż rynek dystrybucji maszyn/urządzeń optycznych jest tzw. rynkiem przetargowym, na którym liczba transakcji odbywających się w każdym roku jest ograniczona. Udziały rynkowe w takich rynkach są bardzo niestabilne i nie oddają należycie poziomu siły rynkowej przedsiębiorców. Fakt, że dany przedsiębiorca dokonał określonej liczby transakcji w przeszłości niekoniecznie oznacza, iż którykolwiek z jego konkurentów nie będzie odnosił większych sukcesów w kolejnych przetargach. Z drugiej strony strata jednego dużego zamówienia od klienta może wpłynąć na znaczące obniżenie się udziałów w rynku. W związku z tym wysokość udziałów w rynku niekoniecznie przedstawia prawdziwy stopień konkurencji na rynku, gdyż udziały te „jedynie odzwierciedlają wygrane wcześniej kontrakty i mogą stanowić zawodny wskaźnik siły

konkurencyjnej uczestników rynku”¹¹ Potwierdzeniem takiej sytuacji jest również kształtowanie się udziałów niektórych podmiotów działających na tym rynku w latach 2005 – 2007, charakteryzujących się dużą zmiennością (np. Essilor Polonia, Poland Optical oraz Krak Optic) oraz wskaźników HHI dla tego rynku w tym okresie. W latach 2005 i 2006 wskaźnik ten kształtował się w dolnej granicy dla rynków umiarkowanie skoncentrowanych (odpowiednio: 1015 i 1290). Natomiast w 2007 r. wskaźnik HHI dla tego rynku mieścił się w już w granicach rynku wysoce skoncentrowanego (1918);

- przedmiotowa koncentracja wywiera wpływ w układzie wertykalnym na krajowy rynek dystrybucji soczewek mineralnych oraz krajowy rynek dystrybucji soczewek organicznych. Zdaniem organu antymonopolowego relacje, jakie istnieją na tych rynkach pomiędzy uczestnikami koncentracji nie spowodują istotnego ograniczenia konkurencji. Uzasadniając powyższe należy przede wszystkim wskazać, iż koncentracja ta nie wpłynie na zmianę relacji jakie łączą jej uczestników (**[tajemnica przedsiębiorstwa – zał. pkt 46]**). Ponadto działający w Polsce na tych rynkach konkurenci uczestników koncentracji dają możliwość zakupu obu rodzajów soczewek z innych źródeł (Hoya Lens, Carl Zeiss, Rodenstock, dostawcy z Azji);
- w przedmiotowej sprawie brak jest rynków właściwych, na które koncentracja wywierałaby wpływ w układzie konglomeratowym.

Reasumując należy stwierdzić, iż planowana koncentracja spełnia przesłanki określone w art. 18 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*. Postępowanie w sprawie wykazało, że koncentracja polegająca na przejęciu przez INVOPTIC kontroli nad JZO nie przyczyni się do istotnego ograniczenia konkurencji, w szczególności przez powstanie lub umocnienie pozycji dominującej na rynku.

¹¹ Decyzja Komisji Europejskiej w sprawie Nr COMP/M.3148 Siemens/Alstrom Gas and StreamTurbines.

Wobec powyższego orzeczono, jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. *Kodeks postępowania cywilnego* (Dz. U. z 1964 r. Nr 43, poz. 296 ze zm.), od niniejszej decyzji służy odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia.

*Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów*

Dyrektor
Departamentu Kontroli Koncentracji
Robert Kamiński

Otrzymuje:

INVOPTIC S.A.S. z siedzibą w Provins (Francja)
za pośrednictwem:
Pani Agnieszki Stefanowicz-Barańskiej
Pani Poli Ciupy
SALANS
D. Oleszczuk Kancelaria Prawnicza Sp.k.
Rondo ONZ 1
00-124 Warszawa