

DECISÃO

DOPC – CCENT. 07/2003 – UDIFAR-CODIFAR-UNIÃO /ALFREDO VIDEIRA

1. Com data de 3 de Março de 2003, deu entrada na Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência uma notificação relativa ao projecto de concentração respeitante à aquisição das acções representativas da totalidade do capital social da empresa Alfredo Videira, Lda., por parte das empresas UDIFAR – Cooperativa de Distribuição Farmacêutica, C.R.L. (adiante UDIFAR), CODIFAR- Cooperativa Distribuidora Farmacêutica C.R.L. (adiante CODIFAR) e UNIÃO dos Farmacêuticos de Portugal C.R.L. (adiante UNIÃO). A presente notificação transitou para a Autoridade da Concorrência, em 24 de Março de 2003.

2. A operação em causa configura uma concentração de empresas na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º do Decreto-Lei n.º 371/93, de 29 de Outubro, e na definição de controlo dada pela alínea a) do n.º 2, do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia por preencher a condição prevista na alínea b) do n.º 1 do artigo 7.º do mesmo diploma, visto que o volume de negócios realizado, em Portugal, pelo conjunto das empresas envolvidas foi de [**>150**] milhões de euros, em 2001.

I - NATUREZA DA OPERAÇÃO

3. A operação notificada consiste na aquisição por parte das empresas UDIFAR, CODIFAR e UNIÃO da totalidade do capital social da empresa Alfredo Vieira Lda., tendo as partes, para o efeito, celebrado um contrato-promessa de compra e venda de acções no qual fixaram as obrigações e direitos de ambas as partes.

4. O contrato-promessa foi celebrado em 31 de Janeiro de 2003, embora a sua eficácia tenha sido condicionada à obtenção da correspondente autorização por parte da Autoridade da Concorrência.

Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 1

Nos termos do contrato promessa de cessão de quotas da Alfredo Videira, a UDIFAR projecta adquirir quotas representantes de 60% do capital social e cada uma das restantes partes - CODIFAR e UNIÃO - projecta adquirir quotas representativas de 20% do capital social da referida empresa.

II - EMPRESAS PARTICIPANTES

5. As empresas adquirentes

5.1. A empresa **UDIFAR**, com sede na Rua Cidade de Hull, n.º 2, Alto do Colaride, Cacém, Sintra, NIPC 505056640, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Cascais/Sintra sob o número sessenta e dois, é uma sociedade cooperativa. No momento da sua constituição (19/04/2000), o Capital Social da UDIFAR era de 2 530 euros, distribuídos equitativamente pelos seus 22 sócios fundadores. Actualmente o Capital Social é de 139 265 euros, distribuído equitativamente pelos seus 1 211 sócios que entretanto aderiram à Cooperativa.

A UDIFAR é uma empresa comum de carácter cooperativo criada entre a CODIFAR e a UNIÃO, que tem por objecto social o comércio por grosso de produtos de venda em farmácia, bem como a prestação de serviços aos seus cooperadores, designadamente em matéria de consultoria empresarial e de gestão.

A UDIFAR realizou um volume de negócios em Portugal, em 2001, de [**<150 M**] euros.

Para uma melhor apreciação do Processo parece relevante relatar o processo de constituição desta empresa comum.

Em 20 de Novembro de 1998, deu entrada na Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência, proveniente do Conselho da Concorrência, um requerimento apresentado pelas empresa CODIFAR - Cooperativa Distribuidora Farmacêutica C.R.L e UNIÃO dos Farmacêuticos de Portugal C.R.L..

Neste requerimento as referidas empresas, ao abrigo da Portaria n.º 1097/93 de 29 de Outubro, requeriam ao Conselho da Concorrência uma declaração de inaplicabilidade do art.º 2.º do Decreto-Lei n.º 371/93, de 29 de Outubro, aos acordos celebrados entre as partes mencionadas, com vista à criação da referida empresa comum de carácter cooperativo.

Refira-se que para a empresa comum a criar, a CODIFAR e a UNIÃO transferem as suas actividades na área dos serviços que, a título subsidiário, prestam aos seus associados e que consistem em serviços de natureza comercial, operacional e gestão. A integração das actividades das requerentes na UDIFAR será feita no quadro do contrato de prestação de serviços a assinar simultaneamente à escritura de constituição da UDIFAR (cláusula 3.ª. do acordo celebrado entre as partes em Setembro de 1998). Por sua vez o projecto de estatutos da UDIFAR prevê no seu artigo 9º., n.º 1, que “podem ser membros da cooperativa as pessoas singulares ou colectivas que sejam proprietárias de farmácia bem como cooperativas de comercialização de produtos de venda em farmácia”.

Em suma, a constituição da UDIFAR teve por objectivo “a criação de uma estrutura de cúpula sob a forma de cooperativa de serviços, da qual podem ser sócios todos os sócios da CODIFAR e da UNIÃO, e ainda a própria UNIÃO e a CODIFAR”.

A Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência instruiu o Processo, tendo-o remetido ao Conselho da Concorrência, em 30 de Abril de 1999. O Conselho da Concorrência proferiu uma Decisão, em 15 de Dezembro de 1999 (Processo n.º 4/98), na qual decidiu:

- a) Declarar a inaplicabilidade do artigo 2.º do Decreto-Lei n.º 371/93, de 29 de Outubro, aos acordos celebrados, por considerar que os mesmos preenchem as condições previstas no n.º 1 do artigo 5.º do mesmo diploma ;

- b) Declarar a decisão válida pelo período de cinco anos a contar da data em que seja celebrado o contrato de prestação de serviços previsto na cláusula 3ª. do Acordo de 1 de Setembro de 1998, devendo o Conselho da Concorrência ser informado no prazo de 30 dias úteis após a celebração do referido contrato.

Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 3

Em 8 de MAIO DE 2000, a CODIFAR deu conhecimento ao Conselho da Concorrência da celebração do referido contrato, com data de 19 de Abril de 2000. Tal permite concluir que os acordos que deram origem à criação da UDIFAR e que foram objecto de isenção do Conselho da Concorrência por um período de cinco anos, prescrevem em 19 de Abril de 2005.

5.2. A empresa **CODIFAR**, com sede em Lisboa, na Avenida Marechal Gomes da Costa, n.º 19, NIPC 500332770, matriculada na primeira Secção da Conservatória do Registo Comercial de Lisboa sob o número cento e trinta, é uma sociedade cooperativa com um capital social de 1 500 299 euros, cujo objecto social consiste na comercialização grossista de produtos farmacêuticos.

A CODIFAR detém directamente uma participação de 97,25% no capital social da Codilab, S.A e 91,94% no capital social da Codigest, S.A.. Por sua vez a Codilab, S.A. detém uma participação de 90% no capital social da Difolar, Lda. e a Codigest 10%. A Codilab e a Difolar são, por sua vez, titulares de participações no capital social da Sociedade Farmacêutica Alentejana, de 87,5% e 12,5%, respectivamente. Em conformidade com estas participações a CODIFAR detém, directa e indirectamente, poderes de controlo sobre as referidas empresas. Todas as empresas participadas desenvolvem actividades na comercialização grossista de produtos farmacêuticos.

A CODIFAR actua como central de compras dos seus associados, sendo estas farmácias espalhadas por todo o país, com maior incidência no distrito de Lisboa.

No ano de 2001, o grupo CODIFAR realizou, em Portugal, um volume de negócios consolidado na ordem dos [**>150 M**] de euros, assim repartidos: Codifar [**>150 M**]; Codilab [**<150 M**]; Difolar [**<150 M**]; Codigest [**>150 M**]; Sociedade Farmacêutica Alentejana [**<150 M**]. O resultado líquido do exercício em 2001 cifrou-se em [**<150 M**] milhares de euros.

5.3. A empresa **UNIÃO**, com sede em Lisboa, na Rua cidade Rua Cidade de Hull, n.º 2, Cacém, Sintra, NIPC 500 292 060, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa sob o número

quarenta e três, é uma sociedade cooperativa com um capital social de 81 531 euros, que tem por objecto social a comercialização grossista de produtos farmacêuticos.

No ano de 2001, a UNIÃO realizou, em Portugal, um volume de negócios consolidado na ordem dos [**>150 M**] de euros. O resultado líquido do exercício, em 2001, cifrou-se em ([<**150M**]) de euros.

6. A sociedade adquirida

6.1. A empresa Alfredo Videira Lda., com sede na Rua Antero de Quental, 44, rés-do-chão, em Coimbra, NIPC 501568476, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Coimbra sob o n.º 3 319, com um capital social de 100 mil euros, dividido em duas quotas de 50 mil euros cada uma, tem por objecto social a comercialização grossista de produtos farmacêuticos.

A Alfredo Videira não detém quaisquer participações sociais noutras empresas.

No ano de 2001, a Alfredo Videira realizou, em Portugal, um volume de negócios consolidado na ordem dos [**>2M**] de euros. O resultado líquido do exercício em 2001 cifrou-se em [**>2M**] de euros.

III - MERCADO RELEVANTE

7. Mercado de produto

7.1 À excepção da UDIFAR, cuja actividade consiste na prestação de serviços, designadamente de consultoria empresarial e de gestão aos seus cooperadores, as restantes duas empresas adquirentes, tal como a empresa a adquirida, encontram-se presentes no mercado da comercialização grossista de produtos farmacêuticos.

7.2. Ao contrário de outros mercados, o mercado das especialidades farmacêuticas em geral apresenta certas características que o distinguem dos mercados de outros produtos de consumo. O consumidor final de um medicamento tem em geral uma influência muito reduzida na escolha deste, sendo praticamente nula quando estão em causa aqueles que consome mediante receita médica. Acresce que a procura de um medicamento está normalmente ligada ao tratamento de uma afecção determinada e, em certos casos, estes não se substituem facilmente entre si.

7.3. Neste mercado, as regras da oferta e da procura subjacentes a uma economia de mercado não funcionam, na medida em que os preços são fixados pela Administração e, por outro lado, as decisões e as escolhas não são tomadas através dos mecanismos normais, uma vez que o consumidor (doente) não participa na escolha dos bens que compra, cabendo essa decisão ao médico prescriptor. Estamos, pois, perante um mercado ao qual as leis da oferta e da procura apenas se aplicam ao mercado da venda livre de medicamentos, ou seja, aquele em que os medicamentos não estão sujeitos a prescrição médica.

O consumo de medicamentos é influenciado, entre outros factores, pelas práticas clínicas tradicionais, as expectativas dos doentes, a estrutura e a organização dos serviços de saúde, o preço dos medicamentos, as actividades promocionais da indústria farmacêutica e atitudes e formação dos prescritores relativamente ao uso do medicamento.

O mercado nacional tem um nível significativo a nível europeu, encontrando-se entre os 8 maiores mercados, sendo o país que afecta aos medicamentos a maior parcela das despesas em saúde (aproximadamente um ¼).

Segundo a empresa IMS Health – Consultores Internacionais de Marketing Farmacêutico, Lda., em Portugal, o mercado total, em valor, durante o ano de 2002, foi [...] euros, registando um crescimento de 7,8% em relação a 2001.

Para além dos medicamentos, estão também em causa outros produtos que são vendidos em farmácias e, portanto, distribuídos pelas empresas notificantes. Tendo em conta estas considerações e embora a principal actividade das partes seja a comercialização grossista de produtos farmacêuticos, é nosso

Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.

entendimento que o mercado onde actuam é **o mercado do comércio por grosso de produtos de venda em farmácia**, o qual pode subdividir-se, segundo a sua dispensa ao público, em:

- especialidades farmacêuticas sujeitas a receita médica;
- especialidades farmacêuticas não sujeitas a receita médica;
- outros produtos vendidos em farmácia.

7. 1. - Especialidades farmacêuticas sujeitas a receita médica

O segmento das especialidades farmacêuticas sujeitas a receita médica caracteriza-se por um reduzido ou mesmo nulo grau de concorrência dentro da marca em matéria de preços sendo, além disso, a procura condicionada pelos diversos factores acima mencionados e, em especial, pela decisão de quem prescreve os medicamentos. Neste sistema, é aplicado um sistema de controlo directo de preços, estabelecido na Portaria n.º 29/90, de 13 de Janeiro.

As margens de comercialização encontram-se fixadas, sendo de 8% sobre o Preço de Venda ao Público (PVP) para o armazenista e de 20% sobre o PVP para a farmácia.

Em termos gerais, este segmento representa cerca de 92% do volume total de vendas do **mercado do comércio por grosso de produtos de venda em farmácia**.

7. 2. - Especialidades farmacêuticas não sujeitas a receita médica

O segmento das especialidades farmacêuticas não sujeitas a receita médica é regido, quanto ao regime de preços, pela Portaria n.º 713/2000, de 5 de Setembro. O regime definido na referida Portaria para este segmento, assenta no princípio da liberdade da fixação de preços por parte das empresas detentoras da autorização de introdução no mercado dos medicamentos, cabendo à Administração proceder ao acompanhamento dos preços e, em consequência, cabendo-lhe também intervir se considerar tais

Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.

preços não justificados. Em termos de comercialização o referido diploma fixa também as margens máximas a praticar pelo armazenista e pela farmácia. As margens fixadas são de 8% sobre o Preço de Venda ao Público (PVP) para o armazenista e de 20% sobre o PVP para a farmácia.

Este segmento tem registado em Portugal, como noutros países europeus, um crescimento significativo, à medida que se faz sentir a pressão no sentido da redução da despesa com as especialidades farmacêuticas sujeitas a receita médica por parte das autoridades públicas.

Em termos gerais, este segmento representa cerca de 3% do volume total de vendas do **mercado do comércio por grosso de produtos de venda em farmácia**.

7. 3. - Outros produtos vendidos em farmácia.

O segmento assim designado apresenta um carácter residual onde se enquadram diversos produtos vendidos em farmácia incluindo, entre outros, os produtos parafarmacêuticos, cosméticos, de perfumaria e higiene. Não sendo este um mercado regulamentado ao nível dos preços, pode-se afirmar que o mesmo funciona segundo as leis da oferta e da procura pelo que está sujeito ao jogo da concorrência.

Em termos gerais, este segmento representa cerca de 5% do volume total de vendas do **mercado do comércio por grosso de produtos de venda em farmácia**.

8. Mercado geográfico

Em termos geográficos, o mercado relevante é o território nacional, devido à importância dos regimes de preços e ao carácter nacional do sistema de saúde. As empresas que actuam no mercado fazem-no ao nível nacional, ainda que a sua presença seja mais forte em determinadas regiões.

9. Conclusões sobre o Mercado do Produto e sobre o Mercado Geográfico

De acordo com as considerações precedentes, conclui-se que o mercado do produto relevante é o **mercado do comércio por grosso de produtos de venda em farmácia** e o mercado geográfico relevante é o mercado **nacional**.

IV - ANÁLISE DO MERCADO DO PRODUTO

10. Estrutura da oferta

10.1. A distribuição de produtos de venda em farmácia segue um circuito típico produtor/importador/armazenista/farmácia. No que respeita às especialidades farmacêuticas sujeitas a receita médica, os limites máximos das margens de comercialização dos armazenistas e das farmácias são determinadas por lei, sendo calculadas sobre o PVP, tal como fixado no n.º 9 da Portaria n.º 29/90, de 13 de Janeiro.

10.2. Aos grossistas é imposta uma obrigação de serviço público que corresponde à obrigatoriedade de possuírem um “stock” mínimo de medicamentos normalmente fornecidos às farmácias da sua área de influência, destinado a suprir as suas necessidades por um período de 24 horas em caso de catástrofe ou de emergência declarada pelas autoridades competentes.

10.3. A distribuição grossista constitui, pelas elevadas transacções comerciais que efectua, um sector económico importante e com um elevado grau de dinamismo. A forte concorrência no sector, em particular por parte de empresas multinacionais, tem levado os armazenistas nacionais a prescindir de uma parte das margens de comercialização autorizadas. No caso das especialidades farmacêuticas sujeitas a receita médica, esta redução da margem de comercialização beneficia as farmácias uma vez que têm o seu PVP fixado, não podendo por conseguinte ser repercutida directamente nos consumidores através dos preços.

10.4. O mercado é disputado por um número considerável de pequenas e médias empresas, que abastecem as cerca de 2.500 farmácias nacionais. Embora nos últimos anos se tenha vindo a assistir à redução do seu número devido ao movimento concentrativo do sector por parte das empresas de maior dimensão - que têm vindo a comprar algumas dessas pequenas empresas a fim de aumentar a sua quota de mercado e simultaneamente a sua área de influência -, verifica-se, ainda, uma elevada concorrência no mercado.

As tendências apontam para um elevado ritmo de crescimento do mercado, a que não está alheio o aumento do consumo de medicamentos, em resultado não só do aparecimento de novos produtos, mas também devido a um nível geral de educação mais elevado em matéria de saúde e ao envelhecimento da população.

10.5. A CODIFAR e a UNIÃO são duas das sete cooperativas de distribuição de produtos farmacêuticos que operam em quase todo o mercado nacional com forte incidência a Sul do país (incluindo o distrito de Lisboa). As restantes encontram-se implantadas principalmente no Norte (COFANOR e COOPROFAR) e no Centro (FARBEIRA, COFARBEL e FARCENTRO).

A nível nacional, as partes de mercado da CODIFAR e da UNIÃO a nível nacional são, respectivamente, [10-20]% e [5-10]%. Os concorrentes mais importantes são o Grupo UNICHEM/ALLIANCE SANTÉ, sendo líder de mercado com [20-30]%. Segue-se a OCP Portugal com [10-20]%, a SOQUIFA com [5-10]% e a COFANOR com [5-10]%. As quotas de mercado dos restantes concorrentes com uma presença significativa variam entre [5-10]% para a COOPROFAR e [0-5]% para a COFARBEL.

10.6. As quotas de mercado das principais empresas distribuidoras bem como o valor das vendas por Distrito com indicação do “peso” relativo de cada um no todo nacional, apresentam-se nos quadros seguintes:

**QUADRO I
PRINCIPAIS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS E
RESPECTIVAS QUOTAS DE MERCADO NACIONAL**

Empresas	Quota (%)
Alliance Unichem	[20-30]
Codifar	[10-20]
OCP	[10-20]
União	[5-10]
Soquifa	[5-10]
Cofanor	[5-10]
Cooprofar	[5-10]
Farbeira	[0-5]
Botelho e Rodrigues	[0-5]
Cofarbel	[0-5]
Nucleo Farmacêutico do Norte	[0-5]
Farmacentro	[0-5]
Diprofar	[0-5]
Centro Farmacêutico do Ribatejo	[0-5]
Neodifar	[0-5]
OUTROS	[10-20]
TOTAL	100,01

Fonte: IMS (1)¹

(1) IMS Health – Consultores Internacionais de Marketing Farmacêutico, Lda.

Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.

QUADRO II
VALOR POR DISTRITO
(com indicação do “peso” relativo de cada um no todo nacional,
por ordem decrescente de valor)
2002

DISTRITO	VALOR (Euros)	(%)
Lisboa	[...]	[20-30]
Porto	[...]	[10-20]
Setúbal	[...]	[5-10]
Aveiro	[...]	[5-10]
Braga	[...]	[5-10]
Leiria	[...]	[5-10]
Santarém	[...]	[5-10]
Coimbra	[...]	[5-10]
Regiões Autónomas	[...]	[0-5]
Faro	[...]	[0-5]
Viseu	[...]	[0-5]
Viana do Castelo	[...]	[0-5]
Évora	[...]	[0-5]
Castelo Branco	[...]	[0-5]
Vila Real	[...]	[0-5]
Guarda	[...]	[0-5]
Beja	[...]	[0-5]
Portalegre	[...]	[0-5]
Bragança	[...]	[0-5]
TOTAL	[...]	99,9

Fonte: IMS (1)

Versão Pública

As multinacionais Alliance Unichem e OCP Portugal, Produtos Farmacêuticos, SA, assim como a Soquifa estão presentes na sua actividade de distribuição, em todos os Distritos Nacionais. A Codifar e a União têm a sua actividade nos Distritos de Castelo Branco, Portalegre, Santarém, Leiria, Lisboa, Setúbal, Évora e Faro.

10.7. Segundo as empresas notificantes, a empresa adquirida, a Alfredo Videira, é uma empresa que até agora não foi objecto de estudo individual, encontrado-se a sua quota de mercado de **[0-5]**% em 2002 incluída na rubrica “Outros”, constante do quadro I, cujo total é de **[10-20]**%.

Estes “Outros” considerados pequenas Empresas Regionais, têm a sua área de intervenção por norma nos distritos onde possuem armazéns e/ou sede, como é o caso da Alfredo Videira, que se situa nos Distritos de Coimbra e de Leiria.

Analisando os Distritos de Coimbra e de Leiria, temos:

DISTRITO	Codifar	União	Cofarbel	Cofanor	C.F. Ribatejo	Diprofar	Farbeira	Neodifar	OCP	Soqui fa	Alliance Unichem	Outros
Coimbra	[0-5]	[0-5]	[20-30]	[0-5]	-	-	[30-40]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[20-30]
Leiria	[10-20]	[0-5]	[0-5]	-	[0-5]	[0-5]	[10-20]	[0-5]	[10-20]	[0-5]	[0-5]	[20-30]

Fonte: Partes notificantes

Da análise deste quadro podemos concluir que:

- a Farbeira com **[30-40]**% e a Cofarbel com **[20-30]**% de quotas de mercado, são as empresas com maior representatividade no Distrito de Coimbra. A rubrica “Outros” com **[20-30]**% de quota de mercado inclui a empresa Alfredo Videira, sendo que a Codifar e a União representam apenas **[0-5]**%.

Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.

- a Farbeira com [10-20]%, a Codifar com [10-20]% e a OCP com [10-20]% de quotas de mercado, são as empresas com maior representatividade no Distrito de Leiria. A rubrica “Outros” com [20-30]% de quota de mercado inclui a empresa Alfredo Videira.

10.8. Pela informação da IMS Health – Consultores Internacionais de Marketing Farmacêutico, Lda., e se for considerado um mercado constituído somente pelos Distritos de Coimbra e Leiria, a Alfredo Videira passaria a ter em 2002 uma quota de [5-10]%, quando no total nacional teve [0-5]%.

Da informação que precede e no pressuposto de que poderíamos considerar um mercado de âmbito mais restrito, no caso Coimbra e Leiria, após a concentração as partes passam a dispor de uma quota de mercado acumulada de [20-30]%, o que significa que a Farbeira com [50-60]% continua líder nos Distritos considerados, seguida da Cofarbel com [30-40]%, posicionando-se a Codifar e a Udifar em terceiro lugar e quarto lugares, respectivamente.

11. Estrutura da procura

Os clientes do mercado considerado é praticamente constituído por farmácias, que se encontram junto da área de influência dos armazenistas apresentando, por isso, aspectos predominante regionais e mesmo locais. Os hospitais/clínicas podem ser considerados apenas clientes residuais uma vez que só em situações de ruptura face a uma emergência, compram medicamentos aos armazenistas. De facto, os hospitais/clínicas compram junto da indústria farmacêutica, não só por serem grandes clientes, o que lhes permite obter condições de compra mais vantajosas, mas também pelo facto de a indústria fabricar embalagens hospitalares, benefício que acresce ao primeiro.

V - Concorrência potencial – Barreiras à entrada

- 12.** Não existem barreiras técnicas e regulamentares significativas que impeçam ou dificultem a entrada de novos concorrentes no mercado em apreço. As empresas que pretendam entrar no

Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.

mercado, apenas necessitam de obter um Alvará junto do INFARMED (Instituto da Farmácia e do Medicamento), e desde que cumpridas as formalidades legais de acordo com o Decreto Lei n.º 135/95, de 9 de Junho e a Portaria n.º 348/98, de 15 de Junho, obtém a necessária licença para entrar no mercado.

13. Constatase, no entanto, que a tendência que se tem vindo a verificar no sector, não passa pela entrada de novos operadores, mas, pelo contrário, através de um processo concentrativo, com a aquisição de operadores de pequena dimensão, quer por parte das empresas multinacionais (Alliance-Unichem e OCP), quer por parte de empresas nacionais que actuam igualmente no mercado considerado, no sentido de se instalarem nas principais regiões do país e/ou aumentarem as suas posições no mercado.

14. EFEITOS DA OPERAÇÃO NA ESTRUTURA CONCORRENCIAL DOS MERCADOS RELEVANTES DE PRODUTO DEFINIDOS

14.1. Quer as empresas adquirentes, CODIFAR E UNIÃO, quer a empresa adquirida, Alfredo Videira Lda., operam no mercado de produto relevante definido - **o mercado do comércio por grosso de produtos de venda em farmácia.**

14.2. O mercado em apreço pode considerar-se um mercado atomizado, com quatro empresas que se destacam não só pelas posições de mercado face ao universo alargado de pequenas empresas, mas também pela cobertura total do mercado nacional, como no caso da Alliance Unichem, OCP e Soquifa. A Codifar e a União, embora após a concentração passem a liderar o mercado com uma quota de **[20-30]%**, não dispõem por enquanto de uma rede que abranja todo o país, situando-se as suas áreas de influência nos Distritos de Castelo Branco, Portalegre, Santarém, Leiria, Lisboa, Setúbal, Évora e Faro.

14.3. Embora o índice de concentração do sector tenha vindo a aumentar nos últimos anos através da aquisição de pequenas empresas, o mercado apresenta um índice de concentração moderado, detendo as cinco maiores empresas **[60-70]%** do mercado e as dez maiores **[80-90]%**. Tal como em 1998, cerca de 40% do mercado é abastecido por sete cooperativas de farmácias, continuando a CODIFAR a ser a mais importante do país, a que não será alheio o seu peso nos distritos de Lisboa e Setúbal.

Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 15

14.4. Como consequência da operação de concentração analisada, as partes passarão a deter, a nível nacional, uma quota de cerca de [20-30]%, ou seja um acréscimo de [...]% no mercado do comércio por grosso de produtos de venda em farmácia.

VI. AUDIÊNCIA À NOTIFICANTE

Nos termos e para os efeitos previstos no n.º 6 do artigo 31.º do Decreto-Lei n.º 371/93, de 29 de Outubro, procedeu esta Autoridade à audiência escrita às notificantes, comunicando-lhes as conclusões provisórias relativas à operação de concentração notificada, as quais mereceram a sua concordância.

VII - CONCLUSÃO

Face ao exposto, a Autoridade da Concorrência conclui que a presente operação de concentração, não cria ou reforça uma posição dominante susceptível de impedir, falsear ou restringir a concorrência do mercado *do comércio por grosso de produtos de venda em farmácia no território nacional*, pelo que decide, ao abrigo do artigo 9.º do Decreto-Lei n.º 10/2003, de 18 de Janeiro, não se opor à mesma.

Lisboa, 27 de Maio de 2003

O Conselho da Autoridade da Concorrência