

DECISÃO DO CONSELHO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

Ccent. 6/2004 – Philip Morris Products, S.A. / Amer-Yhtymä Oyj / Amer-Tupakka Oy

I – INTRODUÇÃO

1. Em 26 de Fevereiro de 2004, a Autoridade da Concorrência recebeu uma notificação ao abrigo do artigo 9.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, nos termos da qual a empresa **Philip Morris Products, S.A. (PMPSA)** pretende adquirir o controlo exclusivo de determinados activos de vendas e de marketing do negócio de tabaco da **Amer-Tupakka Oy (ATO)** na Finlândia, bem como a totalidade dos acordos de distribuição finlandeses e outros acordos relativos ao mesmo negócio, as marcas registadas que pertencem às operações de tabaco da **Amer-Yhtymä Oyj (AMER)** e da ATO, conjuntamente com outros direitos intangíveis de propriedade intelectual relacionados com as *supra* mencionadas operações.
2. O presente projecto configura uma operação de concentração de empresas na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, conjugada com a alínea b) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia por se encontrarem preenchidas as condições previstas nas alíneas a) e b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.

II – AS PARTES

2.1 A Adquirente

3. A **Philip Morris Products, S.A. (“PMPSA”)** é uma empresa de responsabilidade limitada, constituída de acordo com a legislação helvética. A PMPSA é uma subsidiária total e indirectamente detida pela Philip Morris International Inc. (“Philip Morris”), a qual é afiliada do Altria Group, Inc. (“Grupo Altria”).
4. Em Portugal, o Grupo Altria encontra-se activo na indústria agro-alimentar, bem como na produção e comercialização de produtos manufacturados de tabaco, através da sua subsidiária Tabaqueira, S.A. (“Tabaqueira”).

5. O volume de negócios da Altria em 2003 foi de:

Em Portugal: [€>150 milhões];¹
Na CE: [€>150 milhões];
No EEE: [€>150 milhões];
Mundial: [€>150 milhões].

2.2 Negócio a Adquirir

6. A AMER e ATO são empresas do Grupo Amer. O Grupo encontra-se activo no fabrico e no fornecimento de bens para o desporto e no fabrico e fornecimento de produtos de tabaco.

7. As actividades da AMER e da ATO no sector do tabaco consistem, essencialmente, no fabrico de cigarros sob a égide de um acordo de licença com a Phillip Morris para o território finlandês, na comercialização de cigarros na Finlândia e na comercialização de cigarros das suas próprias marcas na Estónia.

8. A ATO também fabrica e comercializa tabaco de enrolar, sob a égide das suas próprias marcas e fabrica de filtros para tabaco de enrolar. Distribui, igualmente charutos, tabaco para cachimbo, papel para cigarros e máquinas para enrolar cigarros sob a égide de marcas de terceiros.

9. O “*Negócio*” a adquirir incide sobre as operações de vendas e marketing da ATO na Finlândia, bem como a totalidade dos acordos de distribuição finlandeses e outros acordos relativos ao mesmo negócio, as marcas registadas que pertencem às operações de tabaco da AMER e da ATO, conjuntamente com outros direitos intangíveis de propriedade intelectual relacionados com as *supra* mencionadas operações.

10. Em Portugal, o “*Negócio*” envolve apenas a comercialização de filtros para cigarros de enrolar.

11. Assim sendo, o volume de negócios do “*Negócio*”, em 2003, foi de:

Em Portugal: [€<150 milhões];
Na CE: [€<150 milhões];
No EEE: [€<150 milhões];
Mundial: [€<150 milhões].

¹ Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.

III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

12. A AMER e a ATO manifestaram a intenção de se retirarem do negócio do tabaco, passando a concentrar as suas actividades no desenvolvimento do sector do desporto e no fornecimento de bens para desporto.
13. A ATO detém, por meio de um acordo de licença, o direito exclusivo de produção e comercialização de cigarros da Phillip Morris na Finlândia.
14. Pela presente operação de concentração, a PMPSA adquirirá as operações de vendas e marketing da ATO na Finlândia, bem como a totalidade dos acordos de distribuição finlandeses e outros acordos relativos ao mesmo negócio, as marcas registadas pertencentes às operações de tabaco da AMER e da ATO, conjuntamente com outros direitos intangíveis de propriedade intelectual relacionados com as *supra* mencionadas operações.
15. Em Portugal, a ATO apenas comercializa, através de um distribuidor independente, filtros para cigarros de enrolar.
16. A PMPSA não se encontra activa, nem em Portugal, nem a nível do mercado da UE, no mercado dos filtros para tabaco de enrolar.

IV – MERCADO RELEVANTE

4.1 Mercado do Produto Relevante

17. No que respeita concretamente a Portugal, a presente operação de concentração incidirá apenas sobre certas actividades comerciais da ATO relativamente aos filtros “*Ventti*” para cigarros de enrolar.
18. Segundo a notificante, os filtros comercializados pela ATO e pela AMER (excluindo as actividades sob a égide da licença referida no parágrafo 13.) destinam-se exclusivamente ao mercado dos cigarros de enrolar.
19. Refere ainda que, para além da ATO e da AMER não fornecerem este tipo de produtos a terceiros fabricantes de cigarros manufacturados, estes dispõem, normalmente, de capacidade própria para produzirem os filtros que incorporam nos cigarros manufacturados por si produzidos.
20. Neste contexto, considera a notificante que, na óptica da procura, os filtros para cigarros de enrolar constituem o mercado do produto relevante.

21. A Comissão Europeia definiu três segmentações diferentes para a indústria do tabaco²: cultivo da folha de tabaco (matéria-prima); processamento da matéria-prima tendente à obtenção do produto final e; distribuição.
22. Na definição do produto final, a Comissão destacou dois tipos de produtos finais como sendo os de maior consumo: cigarros manufacturados (o comum cigarro) e os cigarros de enrolar.
23. As diferenças entre estes dois produtos consistem, principalmente, na matéria fiscal (sobre os cigarros de enrolar incide uma menor taxa de imposto), na diferenciação de preços (o preço do cigarro de enrolar é inferior ao do cigarro manufacturado), e na possibilidade e/ou hábito do consumidor “fazer” o seu próprio cigarro.³
24. Paralelamente, a Comissão Europeia, na decisão BAT/Rothmans, concluiu que, apesar de ambos os produtos desempenharem a mesma função e de alguns utilizadores de cigarros de enrolar optarem por utilizar cigarros manufacturados, este grau de substituíbilidade é reduzido na maioria dos países Europeus.⁴
25. Significa isto que a definição do mercado do produto relevante relativamente aos “mercado dos cigarros” indicia a existência de, pelo menos, dois mercados autónomos: o dos cigarros manufacturados e o dos cigarros de enrolar.
26. Chegados a este ponto, poder-se-á dizer que interessa analisar o mercado dos cigarros de enrolar.
27. Três elementos compõem o produto final cigarro de enrolar: tabaco, devidamente processado e tratado; invólucro; e filtro, cuja utilização resulta da opção pelo utilizador, de usar ou não filtro, no momento em que o consome.
28. Este carácter opcional do uso do “filtro” torna-o como um elemento não essencial para o consumo do produto final. Aqui, a preferência do utilizador em pagar um preço mais elevado – que pode chegar aos 20% - para obter um produto final “completo” afigura-se como determinante na autonomização do mercado “filtros para cigarros de enrolar”.

² Decisão n.º IV/M.1415 - BAT/Rothmans, de 17/03/1999, parágrafo 7.

³ Decisão da Comissão Europeia COMP/M. 2779 – Imperial Tobacco/Reemtsma Cigarettenfabriken, de 08/05/2002, parágrafo 12.

⁴ Decisão n.º IV/M.1415 - BAT/Rothmans, de 17/03/1999, Parágrafo 16.

29. Assim, a Autoridade da Concorrência conclui que o mercado do produto relevante para efeitos da presente operação de concentração é o mercado da comercialização de filtros para cigarros de enrolar.

4.2 Mercado Geográfico Relevante

30. A notificante deixa em aberto a definição do mercado geográfico relevante por considerar que a presente operação de concentração constitui uma mera transferência de quota de mercado da ATO para a PMPSA.

31. Por outro lado, mais alega que, em virtude da PMPSA não se encontrar activa no mercado do produto relevante em Portugal, a concretização da operação de concentração não produz qualquer impacto na estrutura do mercado nacional.

32. Cabe, no entanto, referir que a ATO está presente no mercado português através de um distribuidor independente e, segundo a notificante, deteve quotas líderes de mercado, em 2003, de cerca de [70-80%].

33. Ao contrário do mercado dos produtos manufacturados de tabaco que são comumente nacionais por motivos, essencialmente, fiscais, de saúde pública, restrições de publicidade⁵, o mesmo já não acontece quando analisamos o mercado, *inter alia*, dos filtros para cigarros de enrolar.

34. O mercado dos filtros para cigarros de enrolar, por nele não existirem barreiras à entrada, por os seus produtos não estarem sujeitos a uma fiscalidade específica, nem exigirem um *know-how* considerável para efeitos da sua produção, pode, pelo menos, ser definido como de dimensão Comunitária.

35. No entanto, interessa analisar os efeitos da presente operação de concentração no território nacional, de acordo com os critérios estabelecidos na Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

4.3 Conclusão em relação à definição do mercado relevante

36. Neste contexto, a Autoridade da Concorrência entende que o mercado relevante para efeitos da presente operação de concentração é o mercado da comercialização dos filtros para cigarros de enrolar no território nacional.

⁵ Vide Decisões da Comissão Europeia referidas *supra*.

V – AVALIAÇÃO CONCORRENCIAL

5.1 Da oferta

37. No mercado relevante considerado, não existe sobreposição entre a adquirente e o “*Negócio*” a adquirir, dado que apenas a ATO comercializa filtros para cigarros de enrolar no mercado português.
38. Os produtos ATO são comercializados no mercado nacional através de um distribuidor independente, a JALC. As vendas da ATO para este distribuidor ascenderam a €[...] em 2001, €[...] em 2002, e €[...] em 2003.
39. Por sua vez, a JALC, de acordo com os dados da notificante, realizou, nos mesmos anos, os seguintes volumes de vendas de produtos ATO em Portugal: €[...] em 2001, €[...] em 2002 e €[...] em 2003.
40. Os concorrentes da ATO são empresas internacionais, como a GIZEH, a OCB Vertrieps, a Imperial Tobacco (EFKA), cujas marcas são colocadas no nosso mercado por distribuidores concorrentes da JALC.
41. Segundo informação da notificante as vendas de filtros para tabaco de enrolar no mercado nacional realizam-se todas pela via da importação.
42. Com base nos volumes de vendas de filtros, realizadas ao nível do retalho, pelo distribuidor JALC no mercado nacional, a notificante estima a seguinte estrutura para o mercado em causa:

Quadro 1: Estrutura da Oferta de filtros para cigarros de enrolar

EMPRESA	Quota de mercado		
	2001	2002	2003
JALC/ ATO	[70-80%]	[70-80%]	[70-80%]
GIZEH	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]
OCB Vertrieps	[< 5%]	[<5%]	[<5%]
EFKA	[< 5%]	[<5%]	[<5%]
Outros	-	[<5%]	[<10%]

Fonte: notificante.

43. Resulta deste quadro que os produtos ATO detém uma quota significativa no mercado nacional da comercialização dos filtros para cigarros de enrolar, embora a mesma tenha vindo a decrescer ligeiramente, nos últimos anos.

5.2. Efeitos da operação na estrutura concorrencial do mercado

44. Resulta do atrás exposto que, em termos do mercado geográfico nacional, a ATO detém uma quota significativa. No entanto, a mesma é calculada com base nos volumes de vendas da JALC que, como distribuidor independente, pratica a sua própria política de vendas e as margens que considera adequadas.
45. Por outro lado, embora se tenha procedido a uma definição do mercado a nível nacional, as empresas presentes no nosso mercado concorrem entre si numa área geográfica mais abrangente, como é demonstrado pelo facto das vendas no mercado português se processarem todas pela via da importação.
46. Por outro lado ainda, trata-se de um mercado em que não existem barreiras significativas à entrada de novos operadores, nomeadamente, técnicas, alfandegárias, económicas ou fiscais.
47. Com efeito, sendo um produto complementar dos cigarros de enrolar, os filtros não se encontram sujeitos à carga fiscal inerente ao tabaco, a sua produção não exige grandes investimentos, nem um processo tecnológico sofisticado.
48. Também, como já foi referido no parágrafo 37., não existe sobreposição de mercados entre a adquirente e o “*Negócio*” a adquirir, e embora o Grupo Altria, através da Tabaqueira, esteja presente no mercado nacional dos cigarros manufacturados, esta não comercializa filtros para cigarros de enrolar.
49. Neste contexto, da operação de concentração em causa não é susceptível de resultar a criação ou o reforço de uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência no mercado, a nível nacional.

VI - AUDIÊNCIA ESCRITA

50. Dada a ausência de contra-interessados e que a decisão da presente operação é de não oposição foi, nos termos do n.º 2 do artigo 38.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, dispensada a audiência prévia dos autores da notificação.

VII - CONCLUSÃO

51. Face ao exposto, o Conselho da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea b) do artigo 17.º dos respectivos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003, de 18 de Janeiro, decide ao

abrigo da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei nº 18/2003, de 11 Junho, não se opor à presente operação de concentração, uma vez que a mesma não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no *mercado da comercialização de filtros para cigarros de enrolar no território nacional*.

AdC, 8 de Abril de 2004

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

Prof. Dr. Abel Mateus

Eng. Eduardo Lopes Rodrigues

Dr^a Teresa Moreira