

Versão Pública

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA
AC – I – Ccent. 59/2005 – FEIRA NOVA / HORTA**

I – INTRODUÇÃO

1. Em 12 de Outubro de 2005, foi notificada à Autoridade da Concorrência, nos termos dos artigos 9.º e 31.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho (doravante “Lei da Concorrência”), uma operação de concentração pela Feira Nova – Hipermercados, S.A (“Feira Nova”), que consiste na aquisição, através de trespasse, de um conjunto de activos - dois estabelecimentos comerciais localizados no concelho de Faro, denominados “Loja da Penha” e “Loja de São Luís”- detidos pela empresa Leonel Horta, Lda (“LH”).
2. Após análise da operação notificada, a Autoridade da Concorrência considera que a transacção configura uma concentração de empresas na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea b) do n.º 3 do mesmo artigo, estando sujeita à obrigação de notificação prévia nos termos previstos no n.º 1 da alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º da mesma Lei.

II – AS PARTES

2.1 Empresa Adquirente

3. A Feira Nova é uma sociedade controlada pelo Grupo Jerónimo Martins, e tem por objecto social a distribuição a retalho e por grosso de produtos correntes de base alimentar.

Versão Pública

4. De acordo com o diagrama das sociedades controladas por aquele Grupo, a *holding* Jerónimo Martins, SGPS, S.A, integra três áreas de negócio distintas: a Distribuição Alimentar, a Indústria e os Serviços de Marketing e Representações, relevando, apenas, a primeira para efeitos da presente operação de concentração.
5. A JMR – Gestão de Empresas e Retalho, SGPS, S.A, constitui a *sub-holding* do grupo para a actividade de retalho alimentar, a qual controla a Gestiretalho que por sua vez detém posições de controlo directas e indirectas nas empresas Feira Nova e Pingo Doce e presta serviços de logística e *sourcing* àquelas participadas.
6. A notificante é a sociedade que gere os estabelecimentos comerciais sob a mesma insígnia, com formato comumente designado de hipermercado, enquanto a Pingo Doce gere estabelecimentos comerciais sob a mesma insígnia com formato de supermercado.
7. Nos termos do artigo 10.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, apresenta-se na no Quadro 1 *infra* o volume de negócios consolidado do *Grupo Jerónimo Martins*, em Portugal, respectivamente:

Quadro 1: Volume de negócios da *Grupo Jerónimo Martins* os anos de 2002, 2003 e 2004 (valores em milhões de euros).

| | 2002 | 2003 | 2004 |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|
| Portugal | >150 | >150 | >150 |

Fonte: Notificante.

8. Por seu lado, a JMR – Gestão de Empresas e Retalho, SGPS, S.A realizou volume de negócios, em Portugal e em 2004, de €>150 milhões, enquanto o volume de negócios da Feira Nova foi de €>150 milhões.

2.2 Activos Adquiridos – “Loja da Penha” e “Loja de São Luís”

9. A LH é uma sociedade por quotas, que está activa na distribuição a retalho de produtos alimentares, através de dois estabelecimentos comerciais denominados “Loja da Penha” e “Loja de São Luís” - activos objecto da presente operação de concentração - sites em Faro.
10. Nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, o volume de negócios dos estabelecimentos comerciais da LH, objecto da operação, foi o seguinte:

Quadro 2: Volume de negócios das “Loja da Penha” e “Loja de São Luís” em 2002, 2003, 2004 (valores em milhões de euros).

| | 2002 | 2003 | 2004 |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|
| Portugal | <150 | <150 | <150 |

Fonte: Notificante.

III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

11. Em 28 de Setembro de 2005, foi assinado um Contrato Promessa de Trespasse entre a LH e a Feira Nova, com o objecto de trespassar a esta última dois estabelecimentos comerciais (supermercados) denominados “Loja da Penha” e “Loja de São Luís”, localizados em Faro, desta forma obtendo o controlo exclusivo sobre estes activos.
12. Nos termos da notificação apresentada, a Feira Nova não irá continuar a explorar a Loja de São Luis que será encerrada, pela LH, o mais tardar até ao dia da assinatura do contrato prometido.
13. No Contrato Promessa de Trespasse, as partes determinaram que incluídos no trespasse estariam, para a Loja da Penha, a universalidade do estabelecimento, que

Versão Pública

incluirá o arrendamento do espaço, equipamentos, licenças, alvarás assim como a transferência de um conjunto de trabalhadores.

14. A operação notificada configura por isso uma concentração de empresas na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea b) do n.º 3 do mesmo artigo.
15. Tendo em conta os volumes de negócio e as quotas referidas no Quadro 3, a operação cumpre as condições de notificação prévia dispostas no n.º 1 da alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º da Lei da Concorrência.
16. Por último, a operação projectada consubstancia uma concentração horizontal, na medida em que as empresas participantes estão ambas activas na distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar.

IV – MERCADO RELEVANTE

4.1 Mercado de produto/serviço

17. Conforme já referido *infra*, a “Loja da Penha” e “Loja de São Luís”, activos objecto da presente operação de concentração estão localizados em Faro e são supermercados que prestam serviços de distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar, sector em que também está presente a empresa adquirente Feira Nova.
18. Esta actividade de distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar inclui todos os produtos alimentares e artigos para o lar não alimentares, de consumo corrente, que visam a satisfação de necessidades de higiene pessoal e doméstica.

Versão Pública

19. Conforme consta de decisões da Autoridade da Concorrência em processos de concentrações anteriores¹, a distribuição a retalho destes produtos pode ser efectuada através de diversos tipos de estabelecimentos ou formatos, com dimensões, cabaz de produtos e áreas de vendas muito diferenciadas, como sejam os hipermercados, supermercados, lojas *discount*, mini-mercados, lojas de conveniência, lojas especializadas e de comércio tradicional (mercados, mercearias, etc...).

20. Ora, nos termos das Decisões dos Processos *Ccent. 19/2005 – Pingo Doce/Imocom* e *Ccent 35/2005 – Modelo Continente/Pinto Ribeiro Supermercados* a Autoridade da Concorrência considerou como factores determinantes para uma definição de mercado neste sector, a gama e a variedade de produtos vendidos, que são muito diferentes nos formatos hipermercados, supermercados e lojas *discount* comparadas com outros tipos de formatos, nomeadamente, as lojas especializadas.

21. Assim, para efeitos de apreciação concorrencial da presente operação de concentração e de acordo com a prática decisória da Autoridade da Concorrência, considera-se o mercado de produto/serviço relevante como compreendendo a *distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar efectuado em hipermercados, supermercados e lojas discount*.

4.1.2 Mercado Geográfico Relevante

22. Refere a notificante, que esta deverá contemplar o território continental Português, baseando esta sua posição exclusivamente na perspectiva da oferta, ou seja na definição de estratégias das empresas a nível nacional de: fixação de preços, publicidade e acções promocionais, logística e centralização de compras.

¹ Vide decisões da Autoridade nos processos *Ccent. 19/2005 – Pingo Doce/Imocom* e *Ccent 35/2005 – Modelo Continente/Pinto Ribeiro Supermercados*

Versão Pública

23. Ignora, ou desvaloriza, a notificante a prática decisória nacional e comunitária na definição do mercado geográfico relevante, a qual tem sido no sentido de, numa perspectiva da procura, considerar os mercados locais (onde as partes exploram os seus pontos de venda) como ponto de partida para as suas análises do mercado relevante.
24. Para esta delimitação a nível local, a prática tem sido a de utilizar o conceito de área de influência do estabelecimento a ser adquirido, e que abrange a freguesia ou o conjunto de freguesias numa área geográfica definida em função de determinado limite máximo de tempo de deslocação em automóvel do consumidor (10 a 30 minutos) até ao local do estabelecimento².
25. A prática comunitária tem sido ainda a de considerar, somente em operações de concentração entre grande cadeias de retalho com actuação a nível regional ou nacional, a possibilidade de definir mercados geográficos mais latos que o local, entrando nesses casos em conta com os aspectos do lado da oferta.
26. Ora, na operação de concentração em apreço os activos a serem adquiridos incluem dois estabelecimentos localizados em Faro, pelo que o mercado geográfico será local.
27. Tendo em conta o centro urbano onde se inserem as “Loja da Penha” e “Loja de São Luís”, considera-se que, para efeitos da presente operação, será o concelho de Faro o mercado geográfico relevante.

² Vide, por exemplo parágrafo 15 da Decisão no processo COMP/M. 3464 *Kesko / ICA / JV* de 15.11.2004, o que de resto resulta também de decisões nacionais como a proferida no processo Ccent 34/2003 – *Gestiretalho / Irmãos Costa Pais*, de 24.09.2003, em que se considera como sendo de 15 minutos a deslocação em automóvel para supermercados de dimensão superior a 1500m².

Versão Pública

28. Em conclusão, o mercado relevante a considerar será o mercado da *distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar em hipermercados, supermercados e lojas discount, no concelho de Faro.*

V – ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO CONCORRENCIAL

5.1. Estrutura do Mercado

29. No concelho de Faro, segundo a notificante, existem inúmeros estabelecimentos que integram o mercado relevante, estando aí incluídos os 3 tipos de formatos identificados como integrando este mercado: hipermercados, supermercados e lojas *discount*.
30. Estes estabelecimentos, pertencem às insígnias dos seguintes grupos de distribuição a retalho, presentes em Portugal: Sonae (Modelo), Carrefour (Minipreço – com vários estabelecimentos), Lidl, Jerónimo Martins (Feira Nova/Pingo Doce), Auchan (Jumbo) e Alisuper (com várias estabelecimentos), além dos supermercados “Loja da Penha” e “Loja São Luís”.
31. Da investigação levada a cabo concluiu-se que o mercado relevante de Faro representaria, aproximadamente, €[...] milhões em 2004, o que corresponderá aproximadamente a [...] % do consumo corrente para o tipo de produtos de base alimentar distribuídos a retalho, conforme estimado pela notificante – cerca de € 227,152 milhões³.
32. Com base no valor obtido junto dos diversos grupos que controlam os diferentes estabelecimentos presentes no mercado relevante, elaborou-se o quadro seguinte em que se apresentam as quotas respectivas:

³ A notificante apresentou este valor estimado através de uma extrapolação do valor do mercado do consumo calculado para as famílias residentes em Portugal – utilizados dados do INE para 2004 (Estudo do Poder de Compra Concelhio de 2004) - para as famílias que residem no concelho de Faro, ponderado pelo índice de poder de compra deste concelho.

Quadro 3: Quotas de mercado em 2004.

| Empresa | Quota de mercado % |
|---|-------------------------------|
| <i>Jerónimo Martins (Feira Nova/ Pingo Doce</i> | [10-20%] |
| <i>“Loja da Penha” e “Loja São Luís”</i> | [0-10%] |
| Total concentração | [15-25%] |
| Jumbo | [40-50%] |
| Lidl | [0-10%] |
| Modelo | [15-25%] |
| Alisuper | [0-10%] |
| Minipreço | [0-10%] |
| Total | 100% |

Fonte: quotas calculadas com volumes de negócios obtidos juntos dos concorrentes.

33. Temos assim que, em resultado da operação a notificante passa a ser um dos principais grupos no mercado com uma quota de **[15-25%]** do mercado de *distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar em hipermercados, supermercados e lojas discount no concelho de Faro.*
34. A Jerónimo Martins será pois a segunda maior empresa em termos de volume de vendas, atrás da AUCHAN (Jumbo) que terá [40-50%] do mercado relevante em causa.

5.2. Efeitos da operação na estrutura concorrencial do mercado

35. Estamos perante um mercado relevante, no concelho de Faro, com um grau de concentração já elevado, o que calculado com base nos dados constantes do Quadro 3, atinge um grau de concentração do mercado, em termos de índice *Herfindahl-Hirschman (IHH)*⁴, de [**>2500**] pontos antes da concentração, e que,

⁴ IHH é o Índice de Herfindahl-Hirschman, calculado como a soma dos quadrados das quotas das empresas a operar no mercado relevante, assim traduzindo o grau de concentração nesse mercado, e

Versão Pública

em resultado da mesma, passará para [>2500] pontos, com um *delta* [<200] de pontos⁵.

36. O relativamente elevado índice de concentração pode, contudo, ser atribuído às barreiras legais existentes à instalação ou modificação de estabelecimentos comerciais, que se encontra, actualmente, regulado pelo Decreto-Lei 12/2004, de 30 de Março.
37. No entanto, de acordo com informações recolhidas junto de um concorrente, encontra-se neste momento já autorizada a instalação de um novo estabelecimento comercial sob a insígnia Tengermann.
38. Por outro lado, conforme já referido *supra*, após a concretização da operação, a Jerónimo Martins é, e continuará a ser, a segunda operadora no mercado do concelho de Faro em termos de volume de vendas, (acrescendo em [...] pontos percentuais a sua quota que passará para [...] continuando bastante afastada da primeira operadora, a AUCHAN (Jumbo) (com quota de [...]).
39. Acresce que, conforme se verifica do Quadro 3, a Jerónimo Martins sofre uma concorrência efectiva no mercado local relevante das principais cadeias de retalho a operar a nível nacional, entre as quais as insígnias “Jumbo”, “Lidl”, “Minipreço” e “Modelo”.
40. Tal ganha ainda mais relevo com a possível entrada da cadeia de *discount* (Tengermann), na sequência da licença de instalação que já lhe foi atribuída.

variando entre 0 e 10 000. A Comissão Europeia aplica frequentemente o (IHH) para conhecer o nível de concentração global existente num mercado.

⁵ Vide “Orientações para a apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo de concentrações de empresas” (2004/C 31/03), publicado no JOCE de 5.02.2004

Versão Pública

41. Por último, em relação ao mercado nacional do aprovisionamento, e tendo em conta o reduzido volume de negócios apresentado pelos supermercados até aqui detidos pela LH, considera-se *de minimis* eventuais efeitos verticais (a montante) resultantes da presente operação.

Conclusão

42. Tendo em conta o exposto e as características específicas do mercado relevante em causa, conclui-se que da presente operação não haverá lugar à criação ou reforço de uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no mercado da *distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar em hipermercados, supermercados e lojas discount, no concelho de Faro*.

V AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

43. Nos termos do n.º 2 do artigo 38.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, foi dispensada a audição prévia dos autores da notificação, dada a ausência de contra-interessados e uma vez que a presente decisão é de não oposição.

VI CONCLUSÃO

44. Face ao exposto, o Conselho da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea b) do n.º 1, do artigo 17.º dos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003, de 18 de Janeiro, decide, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de 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 *distribuição a*

Versão Pública
retalho de bens correntes de base alimentar em hipermercados, supermercados e lojas discount, no concelho de Faro.

Lisboa, 11 de Novembro de 2005

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Prof. Doutor Abel Mateus
(Presidente)

Eng. Eduardo Lopes Rodrigues
(Vogal)

Dra. Teresa Moreira
(Vogal)