

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO  
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA**

**AC – I – Ccent. N.º 71/2005: CAIXA DESENVOLVIMENTO / NUTRICAFÉS**

**I – INTRODUÇÃO**

1. Em 11 de Novembro 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 que consiste na aquisição, por parte da Caixa Desenvolvimento, SGPS, S.A. (doravante “Caixa Desenvolvimento”), sociedade indirectamente controlada pela Caixa Geral de Depósitos, S.A., através da Caixa — Banco de Investimento, S.A. (doravante, “Caixa BI”), da totalidade do capital social da Nutricafés – Cafés e Restauração, S.A. (doravante “Nutricafés”).
2. De acordo com a análise efectuada considera a Autoridade da Concorrência que a operação notificada 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 a) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação por se encontrarem preenchidas as condições previstas na alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.
3. Nos termos do artigo 33.º da Lei da Concorrência foram publicados anúncios, não tendo esta Autoridade recebido quaisquer observações de terceiros.

## II – AS PARTES

### 2.1. Empresas Participantes

#### 2.1.1. Sociedade Adquirente

4. A Caixa Desenvolvimento é uma holding do Grupo CGD vocacionada para a detenção de participações de carácter estratégico no âmbito das actividades do grupo na área do capital de risco, correspondendo à respectiva actividade a CAE n.º 7415. A totalidade do capital social da Caixa Desenvolvimento é detida pela Caixa BI.
  
5. Com base nos dados da notificação, os volumes de negócios da Caixa Desenvolvimento e da Caixa BI, correspondendo aos proveitos de natureza financeira, para os anos de 2002 a 2004, são os seguintes:

**Quadro 1: Volume de negócios da CAIXA DESENVOLVIMENTO em Portugal, nos anos de 2002, 2003 e 2004**

	2002	2003	2004
<b>Portugal</b>	€[<150] milhões	€[<150] milhões	€[<150] milhões

Fonte: Notificante.

**Quadro 2: Volume de negócios da CAIXA BI em Portugal, nos anos de 2002, 2003 e 2004**

	2002	2003	2004
<b>Portugal</b>	€[<150] milhões	€[<150] milhões	€[<150] milhões

Fonte: Notificante.

6. A notificante não considerou necessário proceder à contabilização do volume de negócios de todo o Grupo da Caixa Geral de Depósitos na medida em que, apenas com a consideração dos volumes de negócios do Caixa BI e da Nutricafés, que se apresentam *infra*, se excede o limite fixado na lei como determinante da obrigação de notificação da presente operação de concentração.

### 2.1.2. Sociedade a adquirir

7. A Nutricafés exerce actividade na produção e distribuição de cafés torrados, desenvolvendo acessoriamente uma actividade de torrefacção, enquadrando-se a sua actividade económica na classificação n.º 15860 (CAE – Rev. 2), correspondente à “indústria do café e do chá”.
8. Até à concretização da presente operação de concentração, a Nutrinveste – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A. detém o controlo exclusivo da Nutricafés.
9. O quadro seguinte apresenta os volumes de negócios consolidados da Nutricafés, para os anos de 2002, 2003 e 2004.

**Quadro 3: Volume de negócios da NUTRICAFÉS em Portugal, nos anos de 2002, 2003 e 2004**

	2002	2003	2004
<b>Portugal</b>	€[<150] milhões	€[<150] milhões	€[<150] milhões

Fonte: Notificante.

### III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

#### 3.1 Enquadramento contratual

10. A Caixa Desenvolvimento e a Sumolis – SUMOLIS – COMPANHIA INDUSTRIAL DE FRUTAS E BEBIDAS S.A. (doravante, a “Sumolis”), sociedade controlada exclusivamente pela Refrigor – REFRIGOR, SGPS, S.A. e activa nos sectores da produção e/ou distribuição de bebidas (designadamente cervejas, águas engarrafadas, lisas e com gás, refrigerantes com gás e sem gás e sumos e néctares) — apresentaram uma proposta conjunta de aquisição (“Proposta”) à Nutrinveste – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A. (doravante, a “Nutrinveste”) de acções representando:
  - (i) 100 % do capital social e dos direitos de voto da NUTRICAFÉS – CAFÉS E RESTAURAÇÃO, S.A. (objecto da presente análise) e;
  - (ii) 100 % do capital social e dos direitos de voto da Compal (objecto de uma outra notificação de operação de concentração, apresentada à AdC).
11. Tendo a proposta sido aceite pela Nutrinveste, no que se refere à presente operação de concentração, a aquisição do capital social e dos direitos de voto da Nutricafés operar-se-á por intermédio de uma sociedade a constituir com esse único objectivo (doravante designada “NEWCO” ou SPV”) na qual a Caixa Desenvolvimento deterá uma participação maioritária de 80% do respectivo capital social. A participação correspondente aos restantes 20% do capital do referido veículo de aquisição será detida pela Sumolis.
12. As partes encontram-se presentemente a negociar os termos de um Acordo Parassocial que regule os termos das relações a estabelecer entre si, na qualidade de accionistas do SPV. No entanto, em Acordo de Entendimento, as partes já estabeleceram algumas regras, nomeadamente no que respeita ao controlo exercido sobre o SPV.

13. Do Acordo de Entendimento celebrado pelas Caixa Desenvolvimento e a Sumolis/Refrigor, e do conteúdo da notificação apresentada pela notificante à AdC, no contexto da presente operação, não resulta um reforço dos direitos sociais ou outros da Sumolis que permita afirmar a existência de uma influência determinante (ainda que de natureza negativa, por via do veto) da Sumolis/Refrigor sobre a Nutricafés.
14. De referir ainda que, segundo informação da notificante, no formulário de notificação, [CONFIDENCIAL].
15. Do exposto resulta que, em sequência da operação de concentração ora em apreço, proceder-se-ia à aquisição de controlo exclusivo sobre a Nutricafés, por parte da Caixa Desenvolvimento.

### **3.2. Natureza Conglomerada**

16. A Caixa Desenvolvimento (e o grupo económico em que se insere) está activa no sector financeiro, especialmente vocacionada para o parqueamento de participações estratégicas no quadro de projectos de investimento.
17. A Nutricafés é, como já se referiu, uma empresa com actividade na produção e distribuição de cafés torrados, desenvolvendo acessoriamente uma actividade de torrefacção.
18. Assim, nenhuma empresa do Grupo CGD exerce actividades no mercado em que se encontra activa a sociedade a adquirir, em mercados a jusante, a montante ou vizinhos daqueles. Destarte, não existe qualquer sobreposição quanto à actividade exercida pela sociedade adquirente e o negócio detido e explorado pela sociedade a adquirir.

19. Adicionalmente, não se verificam relações verticais actuais ou potenciais, pelo que a presente operação configura uma concentração de tipo conglomeral, com uma mera alteração quanto à titularidade do controlo (exclusivo) sobre a Nutricafés.

## IV – MERCADO RELEVANTE

### 4.1 Mercado do Produto Relevante

20. Conforme já referido supra, a Nutricafés desenvolve a sua actividade na produção e distribuição de cafés torrados. Entende, assim, a notificante dever ser este o mercado relevante a considerar para efeitos da presente operação.
21. A notificante adianta, porém, a possibilidade de segmentação deste mercado, nomeadamente através da divisão entre o canal da grande distribuição (distribuição de cafés para consumo doméstico) e o canal HORECA (distribuição de cafés para consumo no local).
22. Com efeito, as diferenças nos canais de distribuição, como sejam as diferenças ao nível dos tipos e dimensões de embalagens, as diferentes políticas em matéria de preços de venda e as variações nas margens, podem justificar a definição de mercados distintos.
23. Pelas razões acima aduzidas, atendendo ainda à existência de padrões de consumo diferentes consoante os canais de distribuição, entende a AdC poder fazer sentido que se procedesse a uma delimitação mais fina do mercado proposto.
24. No entanto, a notificante faz notar a natureza conglomeral da operação em análise, de que não resultarão impactos horizontais ou verticais na estrutura dos mercados relevantes. Deste modo, entende a notificante não ser necessário proceder a uma segmentação específica em função dos canais de distribuição.

25. Como anteriormente referido, em sequência da operação de concentração ora em apreço, a Caixa Desenvolvimento adquire o controle exclusivo sobre a Nutricafés.
26. Contudo, nenhuma empresa do Grupo CGD exerce actividades no mercado em que se encontra activa a sociedade a adquirir, em mercados a jusante, a montante ou vizinhos daqueles. Destarte, não existe qualquer sobreposição quanto à actividade exercida pela sociedade adquirente e o negócio detido e explorado pela sociedade a adquirir.
27. Sendo assim, e dada a natureza conglomeral da presente operação, atento que a conclusão da análise concorrencial não será diferente caso se opte por uma delimitação mais fina do mercado de produto em causa, considera esta Autoridade, para efeitos da análise da presente operação de concentração, que o mercado do produto relevante é o *mercado da produção e distribuição dos cafés torrados*.

#### **4.2 Mercado Geográfico Relevante**

28. Segundo a notificante, e para todos os mercados de produto referidos supra, o mercado geográfico relevante será o mercado nacional. A homogeneidade de preços que se verifica a nível nacional para os produtos comercializados e distribuídos na generalidade do território nacional, o facto do volume de vendas da Nutricafés ser essencialmente em Portugal, ou a existência de preferências e padrões de consumo específicos por parte dos consumidores a nível nacional, parecem indicar que esse será o âmbito geográfico dos produtos relevantes à presente operação.
29. Em face do exposto, a AdC considera, para efeitos da presente operação de concentração, o mercado geográfico como sendo o mercado nacional.

### 4.3 Conclusão

30. Importa notar, conforme detalhado nos pontos 41 a 43, que a conclusão da análise concorrencial, dada a natureza conglomeral da presente operação – e não tendo qualquer empresa do Grupo CGD actividade no mercado em que se encontra activa a sociedade a adquirir, em mercados a jusante, a montante ou vizinhos daqueles – não será diferente quer se opte por uma delimitação mais fina ou mais lata do mercado de produto em causa.
31. Sublinhe-se, no entanto, que tal delimitação ou segmentação mais fina do mercado da produção e distribuição dos cafés torrados *supra* referido poderá seguramente justificar-se perante uma operação de concentração de contornos distintos da presente.
32. Em conclusão, a Autoridade da Concorrência entende que, para efeitos da avaliação da presente operação de concentração projectada, o mercado relevante é *o mercado nacional da produção e distribuição dos cafés torrados*.

## V – ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO CONCORRENCIAL

### 5.1. Estrutura dos mercados relevantes

33. A sociedade a adquirir exerce a sua actividade, como referido, na produção e distribuição de cafés torrados.
34. A notificante apresentou estimativas para a dimensão do mercado, bem como estimativas para a quota de mercado da sociedade a adquirir e dos seus principais concorrentes.

35. Com base em dados disponibilizados pela Nutricafés e pelo seu actual accionista, foram apresentadas as seguintes estimativas para o mercado nacional da produção e distribuição de cafés torrados:

**Quadro 4 Dimensão do mercado nacional da produção e distribuição de cafés torrados**

Anos	Quantidade (milhares tons)	Valor (milhões euros)
2002	31,9	365
2003	31,7	362
2004	31,5	363

**Fonte:** Notificante.

36. Relativamente às estimativas de quotas de mercado da Nutricafés e seus principais concorrentes no mercado relevante, referem as notificantes haver necessidade de fornecer informação repartida segundo os canais de distribuição em causa.
37. Afirmam as notificantes que a única informação disponível para este mercado é aquela disponibilizada pela [CONFIDENCIAL] correspondentes a quotas dos vários operadores no que se refere a vendas de café torrado através [CONFIDENCIAL], correspondente ao canal de distribuição HORECA, compilando dados sobre o consumo imediato de café, em estabelecimentos como bares, cafés, hotéis e restaurantes.
38. Verifica-se, dos dados disponibilizados, que o peso do canal HORECA é muito significativamente superior ao do canal de retalho, como o demonstra o seguinte quadro:

**Quadro 5 Dimensão do Mercado Relevante em função dos diferentes canais de distribuição**

	HORECA [CONFIDENCIAL]			Retailho [CONFIDENCIAL]		
	Quantidade	Valor	Peso Relativo	Quantidade	Valor	Peso Relativo
	(mil tons)	(milhões euros)	%	(mil tons)	(milhões euros)	%
2002	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2003	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2004	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

**Fonte:** Notificante, com recurso a informação coligida [CONFIDENCIAL].

39. De notar que, assim como se pode observar para o mercado como um todo, também no caso da Nutricafés se verifica uma segmentação segundo o canal de vendas, representando o canal HORECA cerca de [CONFIDENCIAL]% das suas vendas, face aos [CONFIDENCIAL]% de vendas através do canal de Retailho.

40. No que concerne o canal de retailho [CONFIDENCIAL], a notificante estima que a sua quota de mercado seja inferior a [<15%], sendo que os seus principais concorrentes detêm quotas de cerca de [25-35%], como se pode observar nos quadros apresentados *infra*.

**Quadro 6 Quotas da Nutricafés e dos principais concorrentes no canal de retailho, no canal HORECA e no mercado total, para o ano de 2004, em volume/quantidade (%)<sup>1</sup>**

	Canal de Retailho	Canal HORECA	Mercado Total (1)
Cafés Delta	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]

<sup>1</sup> De notar que apenas foram disponibilizadas pela notificante estimativas quanto a 87,5% do canal do Retailho e quanto a 73,1% do canal HORECA.

Nestlé	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]
Nutricafés	[5-15%]	[5-15%]	[5-15%]
Marcas de Distribuição	[5-15%]	n.d.	a)
Cafés Segafredo	[<5%]	[5-15%]	[5-15%]
Cafés Torrié	[<5%]	n.d.	a)

**Fonte:** Notificante, com recurso a informação coligida [CONFIDENCIAL] e a informação prestada pela Nutricafés.

n.d. – dados não disponibilizados

(1) – cálculos efectuados pela AdC, tendo em conta a informação da notificante segundo a qual o canal Horeca representa cerca de [CONFIDENCIAL]% das vendas para o mercado como um todo, face aos [CONFIDENCIAL]% das vendas através do canal de Retalho.

a) – não é possível realizar o cálculo por insuficiência da informação prestada pela notificante neste domínio.

### **Quadro 7 Quotas da Nutricafés e dos principais concorrentes no canal de retalho, no canal HORECA e no mercado total, para o ano de 2004, em valor (%)<sup>2</sup>**

	Canal de Retalho	Canal HORECA	Mercado Total (1)
Cafés Delta	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]
Nestlé	[25-35%]	[25-35%]	[25-35%]
Nutricafés	[5-15%]	[5-15%]	[5-15%]
Marcas de Distribuição	[5-15%]	n.d.	a)
Cafés Segafredo	[<5%]	[5-15%]	[5-15%]
Cafés Torrié	[<5%]	n.d.	a)

**Fonte:** Notificante, com recurso a informação coligida pela [CONFIDENCIAL] e a informação prestada pela Nutricafés.

n.d. – dados não disponibilizados

(1) – cálculos efectuados pela AdC, tendo em conta a informação da notificante segundo a qual o canal Horeca representa cerca de [CONFIDENCIAL]% das vendas para o mercado como um todo, face aos [CONFIDENCIAL]% das vendas através do canal de Retalho.

<sup>2</sup> De notar que apenas foram disponibilizadas pela notificante estimativas quanto a [CONFIDENCIAL]% do canal do Retalho e quanto a [CONFIDENCIAL]% do canal HORECA.

a) – não é possível realizar o cálculo por insuficiência da informação prestada pela notificante neste domínio.

## 5.2. Avaliação concorrencial

41. Nenhuma empresa do Grupo CGD, nomeadamente a Caixa Desenvolvimento que ora se propõe a adquirir o controlo exclusivo sobre a Nutricafés, exerce actividades no mercado em que se encontra activa a sociedade a adquirir, em mercados a jusante, a montante ou vizinhos daqueles.
42. A operação de concentração em análise, de índole conglomeral, consiste na alteração da titularidade do controlo exclusivo exercido sobre a Nutricafés, não existindo qualquer sobreposição relativamente à actividade exercida pela sociedade adquirente e o negócio detido e explorado pela sociedade a adquirir.
43. Refira-se, no entanto, que [CONFIDENCIAL].
44. Do exposto *supra*, conclui-se que a operação de concentração ora em apreço não implicará alterações ao nível da estrutura do mercado existente, não criando ou reforçando uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no mercado relevante *supra* mencionado.

## V – AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

45. 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 o sentido da decisão que é de não oposição.

## VI – CONCLUSÃO

46. 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, delibera, 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 nacional da produção e distribuição dos cafés torrados*.

Lisboa, 23 de Dezembro de 2005

O Conselho da Autoridade da Concorrência

---

Prof. Doutor Abel M. Mateus  
Presidente do Conselho

---

Eng. Eduardo Lopes Rodrigues  
Vogal do Conselho

---

Dra. Teresa Moreira  
Vogal do Conselho