

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO**  
**DO CONSELHO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA**  
**AC – I – Ccent. 20/2006 – PINGO DOCE / ALENTEMOURA**

**I – INTRODUÇÃO**

1. Em 8 de Maio de 2006, a Autoridade da Concorrência recebeu uma notificação relativa a um projecto de concentração, por meio do qual a empresa PINGO DOCE – Distribuição Alimentar, S.A. (doravante “PINGO DOCE”), pretende adquirir, através de trespasse, um conjunto de activos – um estabelecimento comercial localizado no concelho de Moura, denominado “SUPERMERCADO ALENTEJANO” (“doravante ACTIVOS”) – detidos pela empresa ALENTEMOURA SUPERMERCADOS, Lda (doravante “ALENTEMOURA”).
2. A operação 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 definição de controlo dada pela alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo, tendo sido apresentada pela notificante em virtude de se encontrar preenchida a condição da alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.

**II – AS PARTES**

**2.1. Empresa Adquirente**

3. A PINGO DOCE – Distribuição Alimentar, S.A. é uma sociedade controlada, em última instância, pela Jerónimo Martins, SGPS, S.A, *holding* do Grupo Jerónimo Martins, e tem por objecto social a distribuição a retalho de bens de consumo corrente de base alimentar, no formato comumente designado de supermercado, sob a insígnia do mesmo nome.
4. O Grupo Jerónimo Martins integra três áreas de negócio distintas: a Distribuição Alimentar, a Indústria e os Serviços de *Marketing* e Representações.

*Versão Pública*

5. A JMR – Gestão de Empresas e Retalho, SGPS, S.A. (doravante “JM Retalho”), *sub-holding* do Grupo para a actividade de retalho alimentar, controla a Gestiretalho – Gestão e Consultoria para a Distribuição a Retalho, S.A (doravante “Gestiretalho”) empresa que, por sua vez detém, directa ou indirectamente, as participações, das empresas PINGO DOCE e Feira Nova – Hipermercados, S.A. (doravante “Feira Nova”) e presta serviços de logística e *sourcing* a estas participadas.
6. A notificante PINGO DOCE é a empresa que gere os estabelecimentos comerciais sob a mesma insígnia, com formato comumente designado de supermercado, enquanto a Feira Nova gere estabelecimentos comerciais, sob a mesma insígnia, com formato de hipermercado.
7. Nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, apresenta-se no Quadro 1 *infra* os volumes de negócios do Grupo Jerónimo Martins e participadas relevantes para a operação em apreço, em Portugal:

**Quadro 1: Volumes de negócios nos anos de 2003, 2004 e 2005 (em milhões de euros)**

	2003	2004	2005
<b>Grupo Jerónimo Martins</b>	M€2 435,1	M€2 429,1	M€2 480,3
<b>J M Retalho</b>	M€1 638,7	M€1 669,5	M€1 751,8
<b>Pingo Doce</b>	M€799,6	M€811,7	M€1 097,6

Fonte: Notificante.

**2.2. Activos a Adquirir**

8. O conjunto de ACTIVOS objecto da presente aquisição, é constituído por um estabelecimento comercial, localizado no concelho de Moura, denominado “SUPERMERCADO ALENTEJANO”, detido pela empresa ALENTEMOURA.

*Versão Pública*

9. A ALENTEMOURA pertence a um pequeno Grupo Económico e Familiar que explora actualmente três estabelecimentos sob o formato de supermercados de média dimensão nos conselhos de Ourique, Almodôvar e Moura, neste último, onde se localizam os ACTIVOS a adquirir.
10. Apresenta-se no Quadro 2 *infra* o volume de negócios do SUPERMERCADO ALENTEJANO em Portugal, respectivamente:

**Quadro 2: Volume de negócios do SUPERMERCADO ALENTEJANO, em 2003, 2004, 2005 (valores em milhões de euros)**

	2003	2004	2005
Supermercado Alentejano (Moura)	M€[<150]	M€[<150]	M€[<150]

Fonte: Notificante.

### III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

11. Em 8 de Março de 2006, foi assinado um “Contrato-Promessa de Trespasse com Arrendamento Comercial” entre a ALENTEMOURA, a ALENTIVESTE – Compra e Venda de Bens Imobiliários (doravante “ALENTIVESTE”)<sup>1</sup> e a PINGO DOCE, com o objecto de trespassar a esta última o SUPERMERCADO ALENTEJANO localizado no concelho de Moura, obtendo desta forma o controlo exclusivo sobre este ACTIVO.
12. Nos termos do referido Contrato-Promessa, as partes determinaram que o trespasse do estabelecimento comercial SUPERMERCADO ALENTEJANO (o qual inclui a transferência dos equipamentos inerentes à continuação da exploração daquela

---

<sup>1</sup> A ALENTIVESTE participa no Contrato-Promessa enquanto titular do contrato de locação financeira imobiliária do prédio onde se encontra instalado o SUPERMERCADO ALENTEJANO o qual dá em sublocação à ALENTEMOURA, e enquanto titular da licença camarária de exploração comercial do dito supermercado.

*Versão Pública*

actividade e dos trabalhadores), se encontra dependente da conclusão de um acordo referente ao arrendamento comercial da fracção do prédio onde se encontra instalado o supermercado.

13. 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 b) do n.º 3 do mesmo artigo.
14. Tendo em conta os volumes de negócio em causa (expostos nos Quadro 1 e 2), a operação cumpre o pressuposto de notificação prévia disposto da alínea b), do n.º 1 artigo 9.º da Lei da Concorrência.

#### **IV – MERCADO RELEVANTE**

##### **4.1 Mercado relevante do produto/ serviço**

15. Os ACTIVOS objecto da presente operação de concentração, são constituídos por um supermercado que presta serviços de distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar, actividade em que também está presente a empresa adquirente PINGO DOCE.
16. A notificante refere que o consumidor, na sua decisão de compra, pondera qualquer loja que disponibilize os mesmos produtos. Neste sentido, e tendo em conta a gama de produtos que são disponibilizados nas lojas PINGO DOCE, considera que devem ser incluídos no mercado do produto relevante todas as formas de fornecimento dos bens em causa, nomeadamente, hipermercados, supermercados, livre serviços, lojas de desconto, lojas especializadas, livre-serviços, mercearias, mercados, venda por Internet e outros.

*Versão Pública*

17. A Autoridade da Concorrência na sua prática decisória<sup>2</sup> – nomeadamente em decisões envolvendo a ora adquirente – tem considerado como factores determinantes para uma definição de mercado do produto neste sector, a gama e a variedade de produtos vendidos, que diferem bastante nos formatos hipermercados, supermercados e lojas *discount*, quando comparados com outros tipos de formatos, nomeadamente, as lojas especializadas e o pequeno retalho.
18. Estes permitem autonomizar os formatos hipermercados, supermercados e *discounts* dos outros tipos de lojas.
19. Assim, para efeitos de apreciação concorrencial da presente operação de concentração e de acordo com a prática decisória anterior da Autoridade da Concorrência, considera-se o mercado de produto/serviço relevante como compreendendo a *distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar em hipermercados, supermercados e lojas discount*.

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

20. No que se refere ao mercado geográfico relevante a notificante considera que o mesmo corresponde ao território nacional.
21. Baseia a sua posição no facto de a actuação do PINGO DOCE não resultar das envolventes regionais de cada uma das lojas, mas de uma política a nível nacional, bem como do facto das dez maiores empresas retalhistas nacionais terem cobertura nacional.

---

<sup>2</sup> Vide Decisões do Conselho da Autoridade nos processos Ccent. 19/2005 – Pingo Doce/Imocom, Ccent 35/2005 – Modelo Continente/Pinto Ribeiro Supermercados, Ccent. 59/2005 – Feira nova / Lojas Horta, Ccent. 74/2005 – Pingo Doce/Supermercado Polisuper (Mem Martins), Ccent. 78/2005 – Pingo Doce/Supermercado PARADI (Ílhavo) e Ccent 12/2006 – Pingo Doce/Supermercado Feira (Santa Comba Dão).

*Versão Pública*

22. A prática decisória nacional – e também aqui em decisões envolvendo a ora adquirente<sup>3</sup> – tem sido, no entanto, no sentido de considerar, numa perspectiva da procura, os mercados locais onde se situam os estabelecimentos em causa, para a delimitação do mercado geográfico.
23. Assim, 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 estabelecimento.
24. Esta posição está, aliás, na linha da prática decisória da Comissão que, na definição do mercado geográfico relevante, tem também considerado mercados geográficos locais, cuja dimensão é determinada em função do tempo de deslocação, o qual varia segundo a área do estabelecimento em causa<sup>4</sup>. Apenas em casos de concentrações entre grandes cadeias de retalho tem considerado mercados geográficos mais latos.
25. Assim, e dado que na operação de concentração em apreço os ACTIVOS a adquirir compreendem um estabelecimento localizado no concelho de Moura, o mercado geográfico relevante local corresponde a este concelho.

## **Conclusão**

26. 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 Moura.*

---

<sup>3</sup> Vide decisões, referidas *supra*: processos Ccent. 19/2005 – Pingo Doce/Imocom, Ccent 35/2005 – Modelo Continente/Pinto Ribeiro Supermercados, Ccent. 59/2005 – Feira nova / Lojas Horta, Ccent. 74/2005 Pingo Doce/Supermercado Polisper (Mem Martins), Ccent. 78/2005 – Pingo Doce/Supermercado PARADI (Ílhavo) e Ccent 12/2006 – Pingo Doce/Supermercado Feira (Santa Comba Dão).

<sup>4</sup> A Comissão tem considerado entre 10 a 30m de deslocação em automóvel, consoante a dimensão das lojas *cfr* Caso COMP/M.1684 - CARREFOUR/ PROMODES, p.e.

## V – ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO CONCORRENCIAL

### 5.1. Estrutura do Mercado

27. No mercado geográfico relevante do concelho de Moura, e nos formatos de lojas incluídos no mercado relevante do produto (hipermercados, supermercados e *discounts*), apenas está actualmente presente, a nível dos principais grupos de distribuição a retalho, a insígnia INTERMARCHÉ.
28. A oferta, para além desta insígnia, é apenas constituída pelos ACTIVOS a adquirir (Supermercado Alentejano). O Grupo adquirente não está presente neste mercado.
29. Assim, e de acordo com as estimativas fornecidas pela notificante, a oferta apresentava a seguinte estrutura em 2005:

**Quadro 3: Estrutura da oferta em 2005**

<b>Empresa</b>	<b>Quota de mercado %</b>
PINGO DOCE	0%
ACTIVOS (SUPERMERCADO ALENTEJANO)	[20%-30%]
<b>Total concentração</b>	<b>[20%-30%]</b>
INTERMARCHÉ	[70%-80%]
Total	100%

**Fonte:** Notificante

30. Resulta do Quadro 3 *supra*, que o INTERMARCHÉ é a principal empresa neste mercado, com uma quota de mercado que rondará os [70%-80%]. Em resultado da operação de concentração, a PINGO DOCE passará a deter os restantes [20%-30%], actualmente detidos pelo SUPERMERCADO ALENTEJANO de Moura.

## 5.2. Efeitos da operação na estrutura concorrencial do mercado

31. Decorrente dos dados apresentados no ponto anterior, estamos perante um mercado relevante no concelho de Moura, com um grau de concentração elevado, que calculado nos termos do índice *Herfindahl-Hirschman* (IHH)<sup>5</sup>, é de [ $> 2000$ ] pontos.
32. Em resultado da operação de concentração, no entanto, o grau de concentração não se alterará, dado que a notificante não estava presente naquele mercado, e como tal, o *Delta* é igual a 0 pontos.
33. Ora, da prática decisória constante desta Autoridade, assim como das linhas de Orientação da Comissão<sup>6</sup>, resulta que estaríamos em presença de eventuais preocupações jusconcorrenciais, caso estivéssemos perante um nível de concentração superior a 2000 e um *Delta* superior a 250 pontos, o que como vimos *supra*, não é o caso vertente.
34. Após a concretização da operação, a PINGO DOCE entrará no mercado relevante definido, com uma quota de mercado de [20%-30%], enfrentando a concorrência de uma das principais cadeias de retalho, a operar a nível nacional.
35. Ainda, o facto de no cenário pós-concentração passarem a existir duas cadeias de dimensão nacional com políticas de compras e sistemas de distribuição centralizados, que lhe permitem economias de escala, parece, à partida, ser susceptível de introduzir um grau de concorrência maior do que o anteriormente existente entre o supermercado local e a cadeia nacional.

---

<sup>5</sup> 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 variando entre 0 e 10 000. A Comissão Europeia aplica frequentemente o Índice *Herfindahl-Hirschman* (IHH) para conhecer o nível de concentração global existente num mercado – neste sentido vão as mais recentes *guidelines* em matéria de apreciação de concentrações nos termos do Regulamento de controlo de concentrações (*cf.* Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004).

<sup>6</sup> *Vide* "Orientações para a apreciação de concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas", de 5.02.2004 (2004/C 31/03).

*Versão Pública*

36. Ademais, da investigação efectuada em sede de instrução pela AdC, prevê-se ainda a entrada da cadeia de *discount* MINIPREÇO no concelho de Moura, a curto prazo, na sequência da atribuição de uma licença de instalação camarária, naquele concelho.
37. Por último, importa referir que a diminuta importância das compras dos ACTIVOS em causa (SUPERMERCADO ALENTEJANO), em relação ao mercado nacional do aprovisionamento, permite considerar como *de mínimos* eventuais efeitos verticais (a montante) resultantes da presente operação.

**Conclusão**

38. Assim, atento o *supra* exposto, 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 Moura*.

**VI - AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS**

39. 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.

**VII - CONCLUSÃO**

40. 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

*Versão Pública*

reforçar 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 Moura.*

Lisboa, 6 de Junho de 2006

O Conselho da Autoridade da Concorrência

---

Prof. Doutor Abel M. Mateus  
Presidente do Conselho

---

Engº Eduardo Lopes Rodrigues  
Vogal do Conselho

---

Dra. Teresa Moreira  
Vogal do Conselho