

DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA
Ccent. 37/2007 – STCG / Schimmelpennick*Marcas TVE

I – INTRODUÇÃO

1. Em 1 de Junho de 2007, foi notificada à Autoridade da Concorrência, nos termos dos artigos 9.º e 31.º da Lei 18/2003, de 11 de Junho, uma notificação prévia de uma operação de concentração que consiste na aquisição pela *ST Cigar Group Holding B.V* (adiante “*STCG*”) do controlo exclusivo da empresa holandesa *B.V. Schimmelpenninck Sigarenfabrieken v/h Geurts en Van Schuppen* (adiante “*Schimmelpenninck*”) e, através da sua subsidiária holandesa *Henri Wintermans Cigars B.V* (“*HW*”) do controlo exclusivo das marcas de charutos da empresa belga *Tabacofina-Vander Elst N.V.* (adiante “*marcas TVE*”), comercializadas em Portugal, indirectamente controladas pela *British American Tobacco plc* (adiante “*BAT*”).
2. A operação notificada apenas produziu efeitos a 8 de Junho de 2007, nos termos e para os efeitos previstos no n.º 2 do artigo 32.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho (doravante “*Lei da Concorrência*”).
3. 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 o n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação por se encontrar preenchida a condição prevista na alínea a) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.
4. Nos termos do artigo 33.º da Lei da Concorrência, foram publicados os respectivos avisos, não tendo esta Autoridade recebido quaisquer observações de terceiros.

II – AS PARTES

2.1 Empresa Adquirente

5. A *STCG* é uma subsidiária integralmente controlada pela *Skandinavisk Tobakskompagni A/S* (adiante “*ST*”) – a empresa-mãe do grupo – uma empresa de tabaco dinamarquesa que desenvolve a sua actividade principalmente na Europa.
6. A *ST* é detida por três grupos de accionistas: a *Skandinavisk Holding A/S* (adiante, a “*SH*”) com 64% do capital social, a *Dutch Company Precis (1789) B.V.* (esta, controlada pela *BAT*), com 32,35% do capital social, e, em cerca de 2,94% pelos próprios empregados. De acordo com informação disponibilizada pela Notificante, a *ST* é controlada exclusivamente pela sua accionista maioritária, a *SH*¹.
7. Através de outras subsidiárias, a *ST* encontra-se activa na produção e comercialização de cigarros e outros produtos de tabaco, como charutos e cigarrilhas, bem como na distribuição de produtos de tabaco em alguns países da Europa.
8. Em Portugal, a *STCG* não desenvolve qualquer actividade de produção de charutos ou cigarrilhas, apenas comercializando estes produtos através da distribuidora *British American Tobacco Exports BV Sucursal em Portugal* (adiante “*BAT Sucursal em Portugal*”)², uma subsidiária do grupo *BAT*, exercendo a sua actividade apenas ao nível da comercialização de charutos, em Portugal.
9. O volume de negócios realizado pela adquirente é apresentado na Tabela 1 infra, calculado nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência.

¹ A Notificante informa que nos termos do “*Acordo de Accionistas celebrado entre a SH e a BAT, [...]*.” (...) os direitos da *BAT* enquanto accionista da *ST* não vão além dos direitos normais dos accionistas minoritários.”

Tabela 1: Volume de negócios da *Skandinavisk Holding A/S*, em milhões de euros

	2004	2005	2006
Portugal	[<150]	[<150]	[<150]
EEE	[>150]	[>150]	[>150]
Mundial	[>150]	[>150]	[>150]

Fonte: Notificante. O exercício financeiro corre de 1 de Julho a 30 de Junho, pelo que a informação relativa ao volume de negócios, se refere aos períodos 2003/2004, 2004/2005 e 2005/2006.

2.2 Empresa e Activos a Adquirir

A *Schimmelpenninck*

10. A *Schimmelpenninck* é uma sociedade de direito holandês integrada no grupo *BAT*, que comercializa, em Portugal, as suas marcas de charutos, bem como as da sociedade belga *TVE*, também integrada no grupo *BAT*, através da *BAT Sucursal* em Portugal.
11. Actua, em Portugal, ao nível da comercialização de charutos.
12. O volume de negócios realizado pela *Schimmelpenninck* é apresentado na Tabela 2 *infra*, calculado nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência.

Tabela 2: Volume de negócios da *Schimmelpenninck* em milhões de Euros

	2004	2005	2006
Portugal	[<150]	[<150]	[<150]
EEE	[<150]	[<150]	[<150]
Mundial	[<150]	[<150]	[<150]

Fonte: Notificante com dados da *Schimmelpenninck*.

² A CAE correspondente à actividade económica de comercialização por grosso de tabaco, em Portugal, é a 51350.

As marcas TVE

13. As marcas *TVE* a adquirir através da presente operação de concentração, são detidas pela *TVE*, que por sua vez também é uma subsidiária detida integralmente de forma indirecta pela *BAT*. Uma empresa do grupo *ST* irá adquirir a fábrica de charutos da *TVE* localizada na Bélgica onde são fabricados actualmente os charutos vendidos sob as marcas da *TVE*, *Schimmelpenninck* e *Don Pablo*.
14. A operação de concentração abrange todas as marcas através das quais o grupo *BAT* vende actualmente os seus charutos em Portugal. Como referido, após a transacção, a *BAT* não manterá nenhuma marca de charuto que seja vendida em Portugal.
15. O volume de negócios realizado pelas marcas *TVE* é apresentado na Tabela 3 *infra*, calculado nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência.

Tabela 3: Volume de negócios das marcas TVE em milhões de Euros

	2004	2005	2006
Portugal	[<150]	[<150]	[<150]
EEE	[<150]	[<150]	[<150]
Mundial	n.d	n.d	n.d

Fonte: Notificante com dados da *TVE*.

III – NATUREZA DA OPERAÇÃO**3.1. A estrutura da operação de concentração notificada**

16. A operação de concentração consiste na aquisição pela *STCG* de certas actividades relativas ao negócio de charutos da empresa *BAT*), envolvendo uma operação de aquisição de participações sociais, através do controlo exclusivo da *Schimmelpenninck*,

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

- e de aquisição de activos, através da sua subsidiária *HW*, do controlo exclusivo das marcas de charutos da empresa *TVE*, as marcas *TVE*.
17. Como decorre do acima exposto, a empresa *Schimmelpenninck* e as marcas *TVE* são indirectamente controladas pela *BAT*, e passarão a ser controladas em exclusivo pela *STCG*.
 18. Nos termos do “*Share Sale Agreement*”, celebrado em 23 de Maio de 2007, entre a *British American Tobacco The Netherlands B.V.*, como vendedor, e a *STCG*, como compradora, esta sociedade, que, como anteriormente referido, é controlada pela *ST*, pretende adquirir o controlo exclusivo da empresa holandesa *Schimmelpenninck*.
 19. Por sua vez, a subsidiária holandesa do grupo *ST*, a *Henri Wintermans Cigars B.V* (“*HW*”), nos termos do Contrato “*Trade Marks Sale Agreement*”, celebrado a 23 de Maio de 2007, vai adquirir à *Tabacofina- Vander Elst N.V.* as marcas de charutos da empresa belga *Tabacofina-Vander Elst N.V.* (“*TVE*”), comercializadas na Austrália, Nova Zelândia e Portugal.
 20. Conforme resulta do exposto, conclui-se que para efeitos da operação notificada, e nos termos dos elementos disponibilizados pela Notificante durante a instrução, esta configura uma operação de concentração de empresas, na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º, conjugada com o n.º 3, do mesmo diploma.
 21. Considerando que existe sobreposição de actividades das empresas participantes da operação de concentração, ao nível do abastecimento de charutos, em Portugal, numa fase pré-introdução no mercado, considera-se que esta operação tem natureza horizontal.

IV. MERCADO RELEVANTE

4.1. Mercado relevante do produto

Posição da Notificante

22. A Notificante, tendo em conta as actividades desenvolvidas pela empresa *Schimmelpenninck* e a natureza dos activos a adquirir à *TVE* – as suas marcas de charutos *TVE* – delimita o mercado do produto relevante ao mercado dos charutos.
23. Considera que esta definição está em sintonia com a prática decisória adoptada em decisões anteriores da Comissão Europeia³, nas quais “*nenhum outro produto deveria ser incluído no mercado relevante dos charutos*”, tal significando “*que os cigarros e os charutos pertencem a mercados de produto relevante distintos*”.
24. Por outro lado, a Notificante entende não segmentar os charutos das cigarrilhas, aderindo ao entendimento adoptado em casos anteriores pela Comissão Europeia, concluindo que “*da análise efectuada pela Comissão não resultaram elementos decisivos para se proceder a uma segmentação do mercado*” [entre charutos e cigarrilhas], uma vez que “*as cigarrilhas são charutos mais pequenos que podem ser considerados semelhantes aos charutos atendendo tanto ao processo de fabrico como aos hábitos dos consumidores*”⁴.
25. Nesse sentido, a Notificante refere ainda que a Autoridade da Concorrência Italiana⁵, confirmou o entendimento da Comissão Europeia, quanto à definição do mercado do produto relevante se cingir ao mercado dos charutos, no qual se incluem as cigarrilhas.

³ A Notificante cita, para os efeitos, a Decisão da Comissão Europeia no Caso COMP/M. 1735 – *Seita / Tabacalera*, de 3.12.1999.

⁴ A Notificante cita, para os efeitos, a Decisão da Comissão Europeia no Caso COMP/M. 3248 - *BAT/ETI*, de 23.10.2003.

⁵ A Notificante cita, para os efeitos, a Decisão da Autoridade da Concorrência Italiana no procedimento n.º 12685 – *British American Tobacco / Ente Tabacchi Italiani*, de 17.12.2003, publicado no *Bollettino* n.º 51/2003.

Entendimento da AdC

26. A AdC, atendendo às características físicas das cigarrilhas e dos charutos, descritas no artigo 81.º do Código dos Impostos Especiais sobre o Consumo⁶, que estabelece as características físicas e apresentação técnica dos vários produtos manufacturados de tabaco para efeitos de incidência do respectivo imposto, considera não dever proceder a qualquer segmentação entre os dois produtos, já que ambos apresentam elevada homogeneidade, e um nível de fiscalidade idêntico: o imposto sobre o tabaco relativo a charutos e cigarrilhas apresenta a forma *ad valorem*, resultando da aplicação ao respectivo Preço de Venda ao Público (PVP) uma percentagem de 12%.
27. Verifica-se também que os principais “*players*” a actuar em Portugal fornecem maioritariamente cigarrilhas e charutos.
28. Por outro lado, verifica-se que os cigarros e os restantes tabacos de fumar, que integram o conjunto dos produtos manufacturados de tabaco, apresentam características físicas e preços distintos, destinando-se a perfis de procura distintos. Com efeito, uma das componentes que influencia o PVP, o imposto sobre o tabaco a que estão sujeitos todos os produtos de tabaco comercializados, em Portugal, apresenta taxas de imposto diferenciadas conforme o produto em causa.
29. No caso dos cigarros, a respectiva taxa de imposto compreende duas componentes: o elemento *ad valorem* que corresponde a 23% do PVP e a componente específica a €8,33, por milheiro. Já no tabaco de corte fino, destinados a cigarros de enrolar, a correspondente taxa de imposto é de 40,6%.
30. Em face do descrito, entende a AdC não proceder a qualquer segmentação entre charutos e cigarrilhas, considerando não deverem ser incluídos no mercado relevante os outros produtos de tabaco manufacturado como os cigarros e o tabacos de corte fino, atentas as

⁶ Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 566/99, de 22 de Dezembro, e Legislação Complementar.

respectivas características físicas, preferências dos consumidores e diferentes níveis de fiscalidade.

31. Finalmente, e tendo em conta que as empresas participantes na operação de concentração operam, em Portugal, em termos de abastecimento numa fase de pré-introdução no consumo dos charutos, despachando os seus charutos directamente de fábricas localizadas, fora de Portugal, para os entrepostos fiscais de armazenagem da *Companhia de Distribucion Integral Logista, S.A.* (adiante “Logista”), em regime de suspensão de imposto, considera a AdC que o mercado relevante do produto, para efeitos desta operação de concentração é o da *produção e abastecimento, em fase de pré-introdução no consumo, de charutos, para o território nacional.*

4.2. Mercado geográfico relevante

32. No entender da Notificante, o mercado geográfico relevante deverá ser mais amplo que o nacional, porquanto a produção de charutos se verifica apenas em alguns países da União Europeia, e não em todos os Estados-membros.
33. Por outro lado, de acordo com a prática decisória da Comissão Europeia⁷, o mercado geográfico dos produtos de tabaco deverá corresponder ao território nacional, tendo em conta as características específicas do sector relativas a impostos, protecção da saúde, publicidade e distribuição.
34. A AdC entende que, tratando-se de produtos de tabaco manufacturado cuja introdução no consumo está sujeita a legislação fiscal específica, bem como a diferentes níveis de fiscalidade de país para país, o mercado geográfico relevante é o território nacional.
35. Com efeito, não existindo contingentes ou restrições tarifárias às importações, e, representando os custos de transporte níveis pouco significativos, poderia, à primeira

vista, parecer justificado considerar o mercado comunitário ou do EEE, como o mercado geográfico de referência.

36. Todavia, com vista a uma correcta delimitação geográfica, não poderá ignorar-se a obrigatoriedade de estabelecimento de um entreposto fiscal, em território português, para a produção, transformação e armazenagem de produtos sujeitos a imposto especial de consumo em regime de suspensão.
37. Por outro lado, e apesar de uma harmonização fiscal crescente a nível europeu, verifica-se que, de Estado-membro para Estado-membro, são diferentes os níveis de fiscalidade que recaem sobre os produtos de tabaco no momento de introdução no consumo.

Em Conclusão

38. Pelas razões *supra* referidas, a AdC entende, para efeitos da presente operação de concentração, delimitar o mercado geográfico relevante ao território nacional.

V. ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO CONCORRENCIAL

5.1. Estrutura do mercado da produção e abastecimento, em fase pré-introdução no consumo de charutos

39. O mercado da produção e abastecimento, em fase de pré-introdução no consumo, de charutos, para o território nacional, é um mercado que nos últimos dez anos registou um crescimento muito significativo, tendo passado de [30-50] milhões de unidades

⁷ Vide, entre outras, as Decisões da Comissão Europeia nos casos Case COMP/M. 2779 – *Imperial Tobacco / Reemtsma Cigarettenfabriken*, de 8.05.2002; COMP/M. 1735 – *Seita / Tabacalera*, de 3.12.1999; COMP/M. 4424 – *JT / Gallaher*, de 21.02.2007.

vendidas, em 1997, para [70-90] milhões em 2006, prevendo a Notificante que o mesmo [...].

40. Também se verifica, nos últimos anos, uma estrutura da oferta progressivamente mais concentrada. Com efeito, enquanto entre 1997 e 2002, o grupo *ST* era o maior fornecedor de charutos em Portugal, com uma quota de [20-30] %, havendo “outros” que representavam [20-30] % do mercado; em 2006, a parcela remanescente “outros” apenas representa cerca de [0-10] %, passando o [...] a deter cerca de [30-40] % de quota de mercado.
41. Por outro lado, e com excepção da Fábrica de Tabacos Micaelense que, em 2006, já só assegurava [0-10] % das necessidades nacionais de charutos, todo o abastecimento provém de empresas europeias.
42. Apresenta-se, seguidamente, a Tabela 4, ilustrando a repartição de quotas de mercado entre os vários concorrentes, entre o período de 2000 a 2006, no mercado relevante, em Portugal:

Tabela 4: Produção e abastecimento, em fase de pré-introdução no consumo, de charutos, em Portugal, entre 2000-2006

Fabricantes	Quotas de mercado em 2000 (%)	Quotas de mercado em 2001 (%)	Quotas de mercado em 2002 (%)	Quotas de mercado em 2003 (%)	Quotas de mercado em 2004 (%)	Quotas de mercado em 2005 (%)	Quotas de mercado em 2006 (%)
<i>ST</i>	[35-45]	[40-50]	[40-50]	[40-50]	[35-45]	[35-45]	[35-45]
<i>Schimppennick*</i> <i>TVE</i>	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Quota agregada	[40-50]	[45-55]	[45-55]	[45-55]	[40-50]	[40-50]	[40-50]
<i>Altadis</i>	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
<i>Burger</i>	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[10-20]	[10-20]
<i>Agio</i>	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
<i>Swedish Match</i>	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 10

Fábrica de Tabacos Micaelense	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
<i>Gallaher</i>	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
<i>Imperial Tobaccos</i>	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Outros	[10-20]	[0-10]	[10-20]	[10-20]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Volume total das vendas (milhões charutos)	[30-50]	[50-70]	[50-70]	[50-70]	[70-90]	[70-90]	[70-90]

Fonte: Notificante.

43. Da leitura da Tabela *supra* resulta que, em 2006, a quota agregada das empresas participantes, a *ST* e a *Schimppennick* é de [40-50] %, sendo o respectivo *IHH*⁸ de [<2000]. Após a operação de concentração notificada, o correspondente *IHH* passará para [>2000] , sendo o *delta*⁹ resultante, no presente caso, de [>150].

5.2. A distribuição

44. O sistema de distribuição de charutos, em Portugal, compreende três níveis: os distribuidores (importadores), os grossistas e os retalhistas. Os principais importadores não desenvolvem as actividades distribuição, em Portugal, situando-se numa fase de pré-introdução no consumo, actuando em regime fiscal suspensivo.

45. Após a introdução no mercado, de que a Logista, como entidade que detém um entreposto fiscal é um dos principais operadores, esta vende os charutos à rede de grossista. Esta integra um reduzido número de operadores, dos quais [...] são

⁸ *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 apreciação de concentrações nos termos do Regulamento de controlo de concentrações (*cf.* Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004).

⁹ Por *delta* entende-se a diferença entre o valor do *IHH* pós-concentração e o valor do *IHH* pré-concentração.

responsáveis pela comercialização de cerca de [50-70] % dos produtos das empresas participantes na presente operação de concentração.

46. Trata-se, por isso, de uma rede com poucos operadores, recaindo sobre os grossistas toda a importância de serem a “*espinha dorsal*” do sistema de distribuição, uma vez que a produção e a importação de charutos são representadas por um número reduzido de agentes económicos, mas, ao invés, sendo a distribuição a retalho já muito pulverizada.

5.3. Efeitos Concorrenciais da Operação

Aspectos horizontais

47. Conforme já referido, estamos em presença de uma operação de concentração de natureza horizontal, num mercado concentrado, com um grau de concentração superior a 2000, e o *delta* resultante da operação de concentração superior a 150.
48. Da prática seguida pela AdC, assim como das linhas de Orientação da Comissão¹⁰, resultam que eventuais preocupações jusconcorrenciais possam ocorrer quando estamos perante um nível de concentração superior a 2000 e um *delta* superior a 150, o que no presente caso se verifica.
49. Todavia, a análise da Tabela 4 *supra*, ilustrando a evolução ao longo dos últimos seis anos, da estrutura da oferta deste mercado relevante, permite-nos concluir que estamos em presença de um mercado com alguma dinâmica concorrencial.
50. Com efeito, verifica-se, no período considerado, que as quotas de mercado dos vários concorrentes não se apresentam cristalizadas, registando-se, na análise à evolução do mercado, alguma variação das referidas quotas.

¹⁰ 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).

51. Nos últimos anos têm-se registado taxas de crescimento elevadas, sendo previsível, segundo a Notificante, [...].
52. Constatou-se ainda que vários produtos novos têm sido lançados no mercado nos últimos anos, incluindo as marcas *Moods da Burger*, a *Vegafina/Vegafina Minis da Altadis*, a *Willem II Primini da Swedish Match*, o que lhes permitiu aumentar as suas quotas de mercado, indiciando existirem reduzidas barreiras à entrada neste mercado.
53. Tal parece ser confirmado pela prática decisória da Comissão Europeia, envolvendo o mesmo mercado relevante, em que se conclui que o mesmo não apresenta barreiras significativas à entrada.
54. Por outro lado, segundo a Notificante, existem ainda fornecedores de charutos que podem vir a consolidar a sua posição, particularmente, a *Vandermarriere*, *Villiger e Verellen* já que não existem, tanto quanto a Notificante tem conhecimento, contratos de distribuição exclusivos ou selectivos.

Conclusão

55. Neste contexto, e dado todo o exposto *supra*, a AdC considera que a operação de concentração em causa não é susceptível de conduzir à criação ou reforço de uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no mercado nacional da *produção e abastecimento, em fase de pré-introdução no consumo, de charutos, para o território nacional*.

VI AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

56. 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

57. 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 nacional da *produção e abastecimento, em fase de pré-introdução no consumo, de charutos, para o território nacional.*

AdC, ___ de Julho de 2007

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Prof. Doutor Abel Mateus
(Presidente)

Doutor Eduardo Lopes Rodrigues
(Vogal)

Dra. Teresa Moreira
(Vogal)