

Ccent. 49/2007
SMURFIT KAPPA/PLÁSTICOS VICENT

Decisão de Não Oposição
Da Autoridade da Concorrência

(alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho)

24/09/2007

DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA
Ccent. N.º 49/2007 – SMURFIT KAPPA/PLÁSTICOS VICENT

I – INTRODUÇÃO

1. Em 1 de Agosto de 2007, foi notificada à Autoridade da Concorrência (doravante, “AdC”), nos termos do artigo 9.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho (doravante “Lei da Concorrência”), uma operação que consiste na aquisição pela SMURFIT KAPPA ESPAÑA, S.A., (doravante designada por “SMURFIT” ou “Adquirente”) do controlo exclusivo da sociedade PLÁSTICOS VICENT, S.L. (doravante designada por “PLÁSTICOS” ou Adquirida), mediante a aquisição da totalidade das acções representativas do seu capital social.
2. A operação foi apresentada, segundo refere a notificante, por razões de cautela e segurança jurídica, uma vez que, em seu entender, não se encontra preenchido nenhum dos limiares previstos no n.º 1 do artigo 9.º da Lei da Concorrência: nem a condição relativa ao volume de negócios nem o critério da quota.
3. Tal não é no entanto, o entendimento da AdC, que, na sequência da análise efectuada, considera 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 encontrar preenchida a condição prevista na alínea a) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma, como se verá *infra*.
4. A operação em causa foi também notificada em Espanha, à Autoridade respectiva, o *Servicio de Defensa de la Competencia*, o qual já se pronunciou no sentido de que não se encontrava preenchido nenhum dos limiares de notificação, previstos na respectiva Lei de Defesa da Concorrência.

II – AS PARTES

2.1 Sociedade Adquirente

5. A SMURFIT integra o grupo irlandês Smurfit Kappa (doravante Grupo SK), presente a nível mundial, dedicando-se, fundamentalmente ao fabrico e transformação de papel e cartão e produção de embalagens.
6. As actividades do grupo encontram-se organizadas em 3 divisões: papel, embalagens e “especialidades”. A divisão “especialidades”, compreende o cartão gráfico e compacto, bem como os sacos de papel e o designado “*Bag in Box*”¹.
7. Em concreto releva para a presente operação a actividade de produção de *Bag in Box* do grupo, a qual é desenvolvida em duas fábricas localizadas em Itália e França, sendo a partir destas fábricas, que exporta os produtos para os demais países europeus, incluindo Portugal.
8. Em Portugal, grupo detém a empresa “Smurfit Portugal - Indústria de Cartão, S.A.” que apenas produz cartão canelado, não desenvolvendo qualquer actividade relacionada com a fabricação ou comercialização de *Bag in Box*.
9. Os volumes de negócios realizados pelo Grupo SK, em 2006, foram os seguintes:

Quadro 1: Volume de negócios do Grupo SK, em Portugal, no EEE e a nível mundial, em 2006 (em milhões de Euros)

	Portugal	EEE	Mundial
Grupo SK	[< 150]	[> 150]	[> 150]

Fonte: Notificante.

¹ O *Bag in Box* é um tipo de embalagem, destinado a produtos líquidos e semi-líquidos, constituído, por três componentes: um saco plástico flexível, uma tampa flexível que permite despejar o líquido do saco, e uma caixa de cartão onde o saco, depois de cheio, é inserido.

2.2. Sociedade Adquirida

10. A PLÁSTICOS dedica-se ao fabrico e comercialização de um tipo particular de embalagens, designado “*Bag in Box*”, destinado, essencialmente, à embalagem de vinhos e de produtos alimentares líquidos e semilíquidos.
11. A empresa produz, em concreto, o saco de plástico para *Bag in Box* na sua fábrica localizada em Espanha, o qual exporta para vários países na Europa, entre os quais Portugal, ou fora dela.
12. Em Portugal a empresa não possui qualquer subsidiária, apenas estando presente ao nível da comercialização destes produtos, sendo a maior parte das suas vendas feita através de um distribuidor, [CONFIDENCIAL – indicação do nome do distribuidor]².
13. Os volumes de negócios realizados pela PLÁSTICOS, em 2006, foram os seguintes:

Quadro 2: Volume de negócios da PLÁSTICOS, em Portugal, no EEE e a nível mundial, em 2006 (em milhões de Euros)

	Portugal	EEE	Mundial
PLÁSTICOS	[> 2]	[> 2]	[> 2]

Fonte: Notificante

III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

14. A operação, tal como foi notificada, consiste na aquisição pela SKE do controlo exclusivo da PLÁSTICOS VICENT, mediante a aquisição da totalidade do capital social da mesma, através da celebração do “*Contrato de Compraventa de Participaciones*” entre a SKE e os sócios da PLÁSTICOS ([CONFIDENCIAL – indicação dos nomes dos sócios]e Coses de Martinez I Vicent, SL).

² Empresa [...]

15. Trata-se de uma concentração de natureza horizontal, dada a presença da adquirente no mesmo mercado em que a adquirida está presente.

IV – MERCADO RELEVANTE

4.1. Mercado do produto

O Bag in Box

16. A Adquirida, como foi referido, produz e comercializa os sacos para *Bag in Box*, e dentro destes, segundo a notificação, apenas sacos não assépticos. A Adquirente, por sua vez, produz todos os componentes da embalagem *Bag in Box* completa³, comercializando quer embalagens assépticas, quer não assépticas.
17. O *Bag in Box* é um tipo de embalagem que, pelas suas características, é utilizado para conteúdos líquidos e semilíquidos, essencialmente, produtos alimentares como azeite, o vinagre e o vinho. Em Portugal, este tipo de embalagem é usado, principalmente, para o vinho.
18. O *Bag in Box* é constituído, basicamente, por três componentes, que podem ser vendidos de forma conjunta ou separada: um saco plástico flexível⁴, uma tampa flexível que permite despejar o líquido do saco, e uma caixa de cartão onde o saco, depois de cheio, é inserido.
19. Para aceder ao conteúdo do *Bag in Box*, o utilizador abre a janela, normalmente existente numa das extremidades da caixa, e liga uma tampa a um acesso incorporado no saco para esvaziar o seu conteúdo para o exterior. À medida que o saco é esvaziado, a película flexível que constitui o saco contrai-se ao redor do conteúdo restante por efeito da gravidade, impedindo a entrada de ar no saco, o que permite conservar as características do produto, uma vez a embalagem aberta.

³ Ou seja, o saco de plástico, a rolha e a caixa de cartão.

⁴ Composto por duas ou três lâminas seladas (dependendo do desempenho necessário em termos de resistência) de películas plásticas com barreiras antioxidantes (principalmente polietileno) que são soldadas conjuntamente.

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

20. O saco é, normalmente, vendido com a tampa, podendo, segundo a notificante, os três componentes – o saco, a embalagem de cartão e a rolha respectiva –, ser comercializados em conjunto ou separadamente.
21. Em termos de capacidade, os sacos podem ser de pequena ou grande capacidade, sendo que os sacos de pequena capacidade, dos 2 aos 30 litros, são utilizados, normalmente, para embalar produtos destinados ao consumidor final, enquanto os *Bag in Box* de grande capacidade, que podem ter até 1000 litros⁵, se destinam a embalar produtos como frutas e legumes concentrados para a indústria agro-alimentar.
22. Consoante o tipo de utilização a que se destinam, os sacos utilizados no *Bag in Box*, podem ser assépticos – para produtos lácteos, cremes, molhos, ovos líquidos, frutas e legumes concentrados, bem como produtos médicos e farmacêuticos – ou não assépticos⁶ – para vinho, vinagre, azeite, água, e outros produtos alimentares ou outros.
23. Muito embora ambos os tipos de sacos sejam produzidos com recurso à mesma tecnologia, e respeitando condições de higiene, os sacos destinados a embalar produtos que requeiram embalagem asséptica são submetidos, após a sua produção, a um processo de radiação gama, o qual só pode ser levado a cabo em centros especializados.

Posição da notificante

24. A notificante considera que a abordagem mais correcta para definir o mercado do produto relevante é atender, única e exclusivamente, à finalidade de uso do produto, uma vez que este método reflecte a realidade económica do mercado, nomeadamente, no que respeita à substitutibilidade do mesmo.
25. Com efeito, em seu entender, *«a pressão competitiva experimentada pelas empresas participantes não provém apenas de produtos com características físicas similares aos produtos Bag in Box comercializados por elas, mas também de produtos que, embora sejam tecnicamente diferentes, satisfazem as necessidades de embalagem de um mesmo ramo da indústria ou categoria de clientes»*

⁵ A PLÁSTICOS só fabrica sacos pequenos, e a SMURFIT fabrica sacos grandes cuja capacidade pode ir aos 200 litros.

⁶ Como ficou referido, a Plásticos só produz e comercializa embalagens não assépticas.

26. Na medida que as empresas participantes comercializam *Bag in Box* para a indústria (i) do vinho, de (ii) alimentos líquidos e semilíquidos (lacticínios, molhos, óleos e ovos líquidos) e de (iii) frutas e legumes transformados (sumos e concentrados), a notificante considera que cada uma destas utilizações poderia constituir um mercado relevante do produto.
27. No entanto, atendendo a que a indústria de produção e transformação de frutas e legumes apenas utiliza sacos de grandes dimensões (200 litros ou maior), sacos estes que a adquirida não fabrica, tal mercado não seria afectado pela presente operação, pelo que deve ser desconsiderado enquanto mercado do produto relevante.
28. No que se refere às outras utilizações, de acordo com as estimativas da notificante cerca de [70-80] % dos sacos *Bag in Box* fabricados pela SMURFIT e cerca de [90-100] % dos sacos fabricados pela PLÁSTICOS destinam-se à indústria do vinho, representando a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos uma percentagem limitada das vendas destas empresas.
29. Em Portugal, a quase totalidade das vendas das empresas participantes é destinada à indústria vitivinícola, e tem vindo, segundo as mesmas, a substituir os garrações de vidro de 5 litros, as jarras de vidro standard e caixas de cartão *brick*.
30. Assim, tendo em conta as utilizações finais das embalagens que as partes comercializam, a notificante sugere os seguintes mercados do produto relevantes, para a análise dos efeitos da presente operação: (i) mercado de embalagens para a indústria dos vinhos de qualidade média e relativamente alta, e (ii) mercado de embalagens para a indústria de alimentos líquidos e semilíquidos.
31. Em ambos estes mercados, a quota conjunta das empresas participantes é inferior a [0-10] % no mercado geográfico EEE. Em Portugal estas empresas apenas estão presentes no mercado de embalagens para a indústria dos vinhos de qualidade média e relativamente alta com uma quota conjunta também inferior a [0-10] %.
32. Do exposto resulta que, na perspectiva da notificante, a presente operação não está sujeita a obrigação de notificação prévia, uma vez que não está preenchida nenhuma das condições do n.º1 do artigo 9.º da Lei da Concorrência.
33. No entanto, «*na ausência de dados e estudos oficiais de mercado bem como de precedentes da Autoridade da Concorrência, da Comissão Europeia, e de outras Autoridades da Concorrência Nacionais relativamente à definição dos mercados em*

questão, a notificante considerou útil explorar várias definições de mercados de produto alternativos», tendo, à cautela e por razões de segurança jurídica, submetido à apreciação da Autoridade a presente operação.

34. Nestes termos, a notificante apresentou alternativas para a definição do mercado relevante do produto tendo em consideração: (i) as características físicas do produto – mercado das embalagens flexíveis; (ii) as características físicas conjugadas com a utilização final do produto – mercado das embalagens flexíveis para bebidas e mercado das embalagens flexíveis para a indústria alimentar de produtos lácteos e outros alimentos líquidos e semilíquidos com exigências de conservação similares; (iii) o *Bag in Box* como um produto autónomo – mercado do *Bag in Box*, que poderia ser segmentado de acordo com a sua dimensão (sacos grandes e pequenos) e de acordo com a sua característica asséptica (sacos assépticos e não assépticos).

Posição da AdC

35. Não existe, até à data, prática decisória nacional envolvendo o *Bag in Box*, nem tão pouco relativa a outros tipos de embalagens para líquidos. No que se refere a embalagens, a única decisão da AdC envolve o cartão canelado⁷, sendo, no entanto, de salientar que já nesta decisão a Autoridade observou que a escolha do consumidor se fundamenta, como não seria de estranhar, na adequação da embalagem às características do produto a acondicionar.
36. Também a nível comunitário, embora não exista uma decisão que aborde especificamente as embalagens *Bag in Box*, a Comissão Europeia já se pronunciou sobre embalagens flexíveis primárias (que se encontram em contacto directo com o produto, tal como o saco *Bag in Box*), no sentido de se distinguirem mercados em função das utilizações finais.
37. Segundo a notificante, na indústria do vinho o *Bag in Box* concorre, em termos da procura, com os garrações de vidro de 5 litros, as jarras de vidro standard, as caixas de cartão *brick* e ainda com outro tipo de embalagem flexível, o *Cubitainer*⁸. No entanto,

⁷ Cfr. Decisão da Autoridade de 7 de Abril de 2005, proc. Ccent 11/2005 – Europac / Gescartão.

⁸ O *Cubitainer* é um cubo de polietileno flexível de baixa densidade inserido dentro de uma caixa de cartão canelado industrial que é essencialmente utilizado para embalar vinho e produtos químicos.

não existe uma substituíbilidade na oferta, com excepção dos fabricantes de outras embalagens flexíveis, como se verá *infra*.

38. Diga-se ainda que, em relação às embalagens destinadas à indústria do vinho, o *Bag in Box* tem vindo a substituir, em alguma medida, o garrafão de vidro de 5 litros, sendo no entanto de salientar que o *Bag in Box* é visto pelos seus utilizadores, na indústria do vinho, com características distintivas, nomeadamente por permitir conservar as características do produto, uma vez a embalagem aberta, ao contrário do garrafão, em que a eventual entrada de ar gera deterioração e perda de qualidade do vinho. Para capacidades iguais ou inferiores a 1 litro, o mesmo não se verifica, tal como confirmado pela investigação de mercado efectuada no território nacional, na qual se constatou que o *Bag in Box* utilizado tem uma capacidade entre 2 a 20 litros⁹, sendo a mais frequente até 5 litros.
39. Nestes termos, por a substituíbilidade do lado da oferta e da procura não ser significativa, muito embora pese o facto de a esmagadora maioria das vendas das empresas participantes serem destinadas ao acondicionamento de vinho, não se pode aceitar que o mercado relevante do produto seja única e exclusivamente definido atendendo a esta utilização final do produto. Sobretudo quando, para além do acondicionamento do vinho, existem outras utilizações possíveis.
40. Com efeito, tratando-se de um produto destinado ao embalamento de produtos líquidos e semilíquidos, o *Bag in Box* concorre, na indústria alimentar dos líquidos e semilíquidos, com outras embalagens flexíveis, tais como os sacos de fundo plano¹⁰ (*stand up pouches*), os sacos tipo *form, fill and seal* (FFS) ou *form seal and fill* (FSF), bem como com o *Cubitainer*.
41. Neste segmento também existe alguma substituíbilidade do lado da oferta, na medida em que empresas que oferecem outros sacos podem facilmente produzir sacos *Bag in Box*¹¹, uma vez que: estão verticalmente integradas, tendo acesso à matéria-prima; têm capacidade tecnológica; não necessitam de realizar grandes investimentos (apenas

⁹ Normalmente nas capacidades de 3,5,10 e 20 litros; só uma empresa referiu utilizar embalagens de 2 litros

¹⁰ De referir que estes apenas concorrem nas utilizações assépticas.

¹¹ Como é o caso das empresas *Amtcor*, *Nordenia* e *Alcan*, referidas pela notificante, que sendo simultaneamente produtoras das películas de polietileno e de alumínio, produzem também embalagens flexíveis, que não o *Bag in Box*.

adquirir a máquina de fabrico que pode custar cerca de 1 milhão de euros); e já dispõem de canais de distribuição e contactos com clientes interessados no *Bag in Box*.

42. Não obstante, tanto na perspectiva da oferta como da procura, nem todas as embalagens flexíveis são substituíveis entre si. Atendendo às suas características assépticas, ou não, as referidas embalagens servem para usos diferenciados. Neste sentido veja-se a decisão da Comissão Europeia no caso Tetra Laval/Sidel¹² no qual se distinguem embalagens (de cartão *brick*) assépticas de não assépticas.
43. Nestes termos, importa segmentar este mercado em embalagens flexíveis não assépticas para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos, e mercado das embalagens flexíveis assépticas para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos. A própria notificante previu esta segmentação ao atender não só ao critério da finalidade do produto como também ao critério das características do produto. Ainda que tenha denominado tais mercados de forma distinta da agora proposta.
44. Na medida em que as empresas participantes não vendem para o território nacional qualquer embalagem flexível asséptica para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos, sendo a sua quota nula, este mercado do produto não poderá ser considerado relevante para efeitos de apreciação da presente operação.
45. Face ao exposto, a AdC entende que, para efeitos da operação em apreço, o mercado relevante do produto corresponde ao *mercado das embalagens flexíveis, não assépticas, para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos*.

4.2. Mercado geográfico

46. No que concerne o mercado geográfico, a notificante refere que a Comissão Europeia, tem considerado que dimensão do mercado das embalagens flexíveis corresponde ao Espaço Económico Europeu¹³ (“EEE”), atendendo ao elevado volume de importações e exportações entre os Estados Membros, os reduzidos custos de transporte e a ausência de barreiras técnicas e regulatórias à entrada no mercado.

¹² Cfr. Decisão da Comissão de 13 Janeiro 2003, proc. COMP/M.2416, Tetra Laval /Sidel.

¹³ Cfr. Decisão da Comissão de 11 de Junho de 2001, proc. COMP/M.2441 – AMCOR/DANISCO /AHLSTROM.

47. Assim, e tendo em conta que o grupo adquirente desenvolve a sua actividade em quase todos os países europeus, embora detenha unidades fabris apenas em Itália e em França, e que idêntica situação se verifica com a adquirida, a partir da sua fábrica em Espanha, a notificante refere que tal parece sugerir que a dimensão geográfica do mercado corresponde à UE ou ao EEE.
48. Atentos estes argumentos, a Autoridade entende que o mercado geográfico relevante corresponde ao EEE.
49. Não obstante, nos termos da Lei nº 18/2003, importa avaliar os efeitos da operação no território nacional.

4.3. Conclusão

50. De todo o exposto, a AdC conclui que o mercado relevante, para efeitos da presente operação, corresponde ao *mercado europeu (EEE) das embalagens flexíveis, não assépticas, para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos*.

V – ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO CONCORRENCIAL

5.1. Estrutura do mercado das embalagens flexíveis, não assépticas, para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos.

51. Segundo estimativas da notificante, o mercado das embalagens flexíveis, não assépticas, para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos, representava em 2006, ao nível do mercado geográfico relevante (EEE), cerca de €[150-200] milhões, a que correspondia um volume de cerca de [350-450] milhões de unidades. As vendas realizadas pela SMURFIT e pela PLÁSTICOS, no mesmo período, neste mercado corresponderam a [30-40] e [10-20] milhões de euros, respectivamente.
52. No que se refere ao território nacional, a dimensão deste mercado envolvia, no mesmo ano, de acordo com a notificante, cerca de [10-20] milhões de unidades, a que correspondeu um valor de €[0-10] milhões, dos quais €[0-10] milhões correspondem a

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

vendas realizadas pela SMURFIT e € [0-10] milhões correspondem a vendas da PLÁSTICOS.

53. A estrutura da oferta, no mercado geográfico relevante (EEE) e a nível nacional, para o ano de 2006, em valor, encontrava-se assim distribuída:

Quadro 3: Estrutura do mercado das embalagens flexíveis, não assépticas, para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos, em 2006, no mercado relevante EEE e a nível nacional

Empresa	Quota Mercado relevante EEE	Quota a nível nacional
SMURFIT KAPPA	[10-20]%	[20-30]%
PLASTICOS	[5-10]%	[30-40]%
TOTAL CCENT	[20-30]%	[50-60]%
SCHÖLLE	[10-20]%	[10-20]%
RAPAK	[10-20]%	[5-10]%
LIQUIBOX CARTOBOL	[5-10]%	[5-10]%
CONOTAINER	[0-5]%	[5-10]%
MONTIBOX	[0-5]%	[10-20]%
ARAN	[5-10]%	[0-5]%
Outros BIB (pequenas empresas)	[5-10]%	[0-5]%
Sacos FFS	[5-10]%	[0-5]%
Cubitainer	[10-20]%	[0-5]%
TOTAL	100%	100%

Fonte: Estimativas internas da notificante.

54. Como se pode constatar neste quadro, a Adquirente SMURFIT é o principal operador, no mercado EEE, que, através da presente operação, passa a deter uma quota de [20-30]%. Os dois principais concorrentes são a RAPAK e a SCHÖLLE, com quotas de [10-20]% e [10-20]%, respectivamente.
55. Decorre destes dados, fornecidos pela notificante, que os sacos FFS, no seu conjunto, representam [0-10]% das embalagens flexíveis não assépticas, para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos, e o *Cubitainer* cerca de [10-20]%.

56. Refira-se ainda que estamos em presença de um mercado relativamente atomizado, com um IHH¹⁴ de [<2000] pontos¹⁵ antes da operação e de [<2000] pontos após a operação. O Delta resultante corresponde a [<250] pontos.
57. De acordo com as Linhas de Orientação da Comissão Europeia sobre concentrações horizontais¹⁶, tais valores não indiciam que da presente operação resultem preocupações concorrenciais de tipo horizontal.
58. A nível nacional, através da presente operação, o segundo operador adquire o primeiro, obtendo uma quota de [50-60]% no mercado do produto relevante.

5.2. Avaliação Concorrencial

59. Ainda que estejamos perante um mercado geográfico relevante de âmbito europeu, há que atender aos efeitos da presente operação no território nacional.
60. Conforme decorre dos dados do quadro *supra*, a nível nacional, a quota resultante da operação – em que o primeiro operador adquire o segundo – é relativamente elevada, cerca de [50-60]%.
61. No entanto, trata-se de um mercado que é abastecido por via de importações, sendo os custos de transporte e armazenagem reduzidos, existindo uma certa homogeneidade de preços a nível europeu.
62. Muito embora a nível do mercado geográfico EEE, da operação em causa resulte o também o maior operador, as quotas das empresas participantes a este nível são consideravelmente mais baixas do que no território nacional, existindo outras empresas com quotas próximas, e sendo o número actual de concorrentes considerável, o que significa que existem alternativas para a procura.

¹⁴ 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 10000. A Comissão Europeia aplica frequentemente o Índice Herfindahl-Hirschman (IHH) para conhecer o nível de concentração global existente num mercado – neste sentido vão as *guidelines* em matéria de apreciação de concentrações nos termos do Regulamento de controlo de concentrações (cfr. Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004).

¹⁵ Calculado, na hipótese mais conservadora, no pressuposto de que as fatias “outros BIB”, “Sacos FFS” e “Cubitainer”, correspondem, cada uma, a uma única empresa.

¹⁶ Vide parágrafo 20 das Orientações para a apreciação das concentrações horizontais, nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas, JO n.º C 31, de 5 de Fevereiro de 2004.

63. Importa ainda referir que se trata de um mercado em não existem barreiras à entrada significativas, regulamentares, económicas ou outras. Muito embora o fabrico de alguns dos substitutos do *Bag in Box* estejam sujeitos a patentes – como os sacos FFS/FSF – bem como o fabrico de algumas tampas dos *Bag in Box*, a tecnologia não desempenha um papel relevante para as embalagens flexíveis.
64. Os custos de instalação de uma nova unidade fabril não se revelam significativos, sendo o acesso às matérias-primas fácil. Acresce que, tratando-se de um produto que requer máquinas de enchimento adequadas, as mesmas servem para os sacos de qualquer fornecedor, o que significa que os clientes podem mudar facilmente de fornecedor, sem custos adicionais.
65. Sublinhe-se, aliás, que para entrar no segmento português não é imprescindível a instalação de uma unidade de produção, sendo suficiente desenvolver as vendas através de exportação, como decorre do exposto.
66. Refira-se ainda que estamos perante um mercado que tem registado nos últimos anos um forte crescimento, em termos da procura, e em que existe concorrência potencial, particularmente tendo presente a existência de empresas verticalmente integradas que produzem, simultaneamente, as folhas de alumínio e películas plásticas para os sacos e sacos para outros tipos de embalagens flexíveis, e que, sem necessidade de investimentos avultados, podem passar a produzir *Bag in Box*.
67. Neste contexto, da operação não parecem resultar quaisquer efeitos horizontais negativos, no território nacional.
68. Acresce que, embora a adquirente produza e comercialize a embalagem *Bag in Box* completa – caixa de cartão e saco – a adquirida apenas o saco plástico, também a nível vertical, da operação não será susceptível de resultar qualquer efeito negativo. Com efeito, a adquirente não está presente, no território nacional, ao nível da produção das caixas, e, de acordo com a investigação de mercado realizada pela AdC, os clientes da adquirida, a nível nacional, abastecem-se junto de vários fornecedores.
69. Decorre, de todo o exposto, que a presente operação de concentração não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no *mercado das embalagens flexíveis, não assépticas, para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos*, no território nacional.

VI – RESTRIÇÕES ACESSÓRIAS

70. O Acordo subjacente à presente operação de concentração estatui na sua cláusula 9.1. que os vendedores se comprometem, por um período de **[CONFIDENCIAL]**, contado desde a concretização do negócio, e nas áreas geográficas onde a Plásticos desenvolve a sua actividade e vende os seus produtos, a:
- (i) **[CONFIDENCIAL – informação relativa a obrigações de não concorrência e de não solicitação];**
 - (ii) **[CONFIDENCIAL – informação relativa a obrigações de não concorrência e de não solicitação];**
 - (iii) **[CONFIDENCIAL – informação relativa a obrigações de não concorrência e de não solicitação];**
 - (iv) **[CONFIDENCIAL – informação relativa a obrigações de não concorrência e de não solicitação];**
71. Nos termos da cláusula 10, **[CONFIDENCIAL – informação relativa a outras restrições acessórias]**, por um período de **[CONFIDENCIAL]**, contados desde a concretização do negócio. Nesta mesma cláusula as contraentes reconhecem que **[CONFIDENCIAL – informação relativa a outras restrições acessórias]**.
72. Segundo a Notificante as obrigações de não concorrência e de não solicitação, previstas na cláusula 9.1, bem como **[CONFIDENCIAL – informação relativa a outras restrições acessórias]**, estabelecido na cláusula 10, encontram-se directa e necessariamente relacionados com a presente operação.
73. Alega que tais obrigações «*garantem a transferência à Notificante do valor total dos bens a serem adquiridos pelo Grupo SK e, em particular, a continuidade das relações existentes com os prestadores de serviços, agentes comerciais e clientes directos da Plásticos, bem como a plena cessão dos conhecimentos técnicos da Plásticos*».

74. A Notificante sublinha ainda que as referidas obrigações respeitam os limites temporais e espaciais estabelecidos na Comunicação da Comissão relativa às restrições directamente relacionadas e necessárias às concentrações¹⁷.
75. Embora a empresa adquirente esteja presente neste mercado e necessariamente familiarizada com a produção e comercialização deste produto, **[CONFIDENCIAL – informação relativa à actividade da Plásticos]**. Conforme sublinhado pela própria SMURFIT, **[CONFIDENCIAL – informação relativa ao valor dos activos da Plásticos]**.
76. Acresce que as próprias partes contraentes expressamente admitem, na cláusula 9.1. que as obrigações de não concorrência são essenciais para a realização da transacção, e, caso não existissem, o comprador não estaria interessado no negócio ou, pelo menos, teria oferecido um preço menor.
77. Atentas estas razões, a Autoridade considera que as cláusulas de não concorrência previstas na cláusula 9.1 constituem restrições directamente relacionadas e necessárias à presente operação.
78. Não obstante, no que respeita a obrigação de não solicitação, também estatuída na cláusula 9.1., considera-se que apenas a não solicitação **[CONFIDENCIAL – informação acerca do conteúdo da obrigação de não solicitação]**;
79. Quanto ao **[CONFIDENCIAL – informação relativa a outras restrições acessórias]**, o efeito restritivo da concorrência, que eventualmente decorresse desta cláusula, já se acharia consumido e analisado no âmbito da cláusula 9.1.

VII – AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

80. 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.

¹⁷ Publicada JO C56, de 5 Março de 2005.

VIII – CONCLUSÃO

81. 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, propõe-se adoptar uma decisão de não oposição à presente operação de concentração, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei da Concorrência, 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 das embalagens flexíveis, não assépticas, para a indústria alimentar de líquidos e semilíquidos*, no território nacional.

Lisboa, 24 de Setembro de 2007

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Prof. Doutor Abel M. Mateus
Presidente do Conselho

Doutor Eduardo Lopes Rodrigues
Vogal do Conselho

Dra. Teresa Moreira
Vogal do Conselho