

Ccent. 52/2007
GCT IMOBILIÁRIA/GRUGEST (“Supermercados ULMAR”)

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)

01/10/2007

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

DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DO CONSELHO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA
AC – I – Ccent. 52/2007 – GCT /GRUGEST

I – INTRODUÇÃO

1. Em 7 de Agosto de 2007, com produção de efeitos a 22 de Agosto de 2007, foi notificada à Autoridade da Concorrência (doravante, “AdC”), uma operação de concentração, que consiste na aquisição do controlo exclusivo da **GRUGEST-SGPS, S.A.** (doravante “**Grugest**”) pela **GCT – IMOBILIÁRIA, S.A.** (doravante “**GCT Imobiliária**”).
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 alínea b) do n.º 3 do mesmo artigo, e foi notificada à AdC por 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 “GCT Imobiliária” integra o Grupo GCT e actua na área da compra e venda de bens imobiliários.
4. Por sua vez, o Grupo GCT está presente, fundamentalmente, na distribuição alimentar, nos formatos de *cash&carry*, lojas de conveniência, vendas directas e *food service*, explorando várias insígnias, nomeadamente o “*Ponto Fresco*” e a “*Frescos e C^{aa}*”.
5. O Grupo integra um número significativo de empresas, das quais assumem maior relevância as respeitantes à área grossista, área responsável pela quase totalidade da sua facturação, a sub-holding GCT – Distribuição Grossista SGPS, S.A. e a GCT – OnLine – Distribuição Alimentar Directa, S.A..

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto ¹ haja sido considerado como confidencial.

6. As restantes participadas dedicam-se, essencialmente, ao apoio logístico, destacando-se a sociedade SPS – Sociedade Portuguesa de Gestão de Formatos de Negócios e Serviços, S.A., que actua na área da gestão de franquias e na prestação de serviços de consultoria e apoio à implementação e desenvolvimento de negócios e de estabelecimentos franqueados, com as marcas, entre outras, “*Ponto Fresco*” e “*Frescos e C.*”, que estão associadas a estabelecimentos comerciais, de proximidade, pertencentes a pequenos retalhistas independentes.
7. Os estabelecimentos comerciais que ostentam e exploram as insígnias do Grupo são propriedade de sociedades independentes, e apenas no caso do “*Ponto Fresco*” existe um contrato de franquia “puro” celebrado com a notificante.
8. Os volumes de negócios, calculados nos termos do artigo 10º da Lei nº 18/2003, realizados pelo Grupo GCT, em Portugal e nos últimos 3 anos, foram os seguintes:

Quadro 1: Volumes de Negócios GRUPO GCT, em milhões de euros:

	2004	2005	2006
GRUPO GCT	[>150]	[>150]	[>150]

Fonte: Notificante

2.2. A empresa a adquirir

9. A empresa a adquirir, a **Grugest**, tem por actividade principal o comércio retalhista de produtos alimentares através da exploração de uma cadeia de 22 supermercados com insígnia ULMAR (geridos pela sua participada Supermercados Ulmar, S.A) e, de forma complementar, a gestão de activos imobiliários através da empresa Zaclas, Investimentos Turísticos, S.A..
10. De referir que esta última empresa apresenta um volume de negócios muito diminuto relativamente ao total da Grugest ([0-5]%), não sendo a sua actividade relevante para efeitos de análise da presente operação de concentração.
11. Os supermercados ULMAR, objecto da transacção, estão localizados na zona centro do país, concretamente, no concelho de Leiria (8 estabelecimentos), Coimbra (2 estabelecimentos), Fátima (2 estabelecimentos), Pombal, Ourém, Alcobaça, Porto de Mós, Alcanena, Nazaré, Mira d’Aire, Louriçal, Caxarias e Marinha Grande.
12. Os volumes de negócios realizados pela GRUGEST, em Portugal, nos últimos 3 anos, foram os seguintes:

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto 2 haja sido considerado como confidencial.

Quadro 2: Volume de negócios da GRUGEST, em milhões de euros

	2004	2005	2006
GRUGEST	[>2]	[>2]	[>2]

Fonte: Notificante

III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

13. De acordo com o “Contrato Promessa de compra e venda de acções em sociedade anónima” celebrado entre as partes, em 27 de Julho de 2007, a GCT – Sociedade Imobiliária, S.A. irá adquirir a totalidade do capital social da sociedade GRUGEST, SGPS, S.A..
14. Em consequência, o Grupo GCT passará após a operação, através da sua participada GCT Imobiliária, a controlar em exclusivo a GRUGEST e, enquanto accionista única, as suas participadas já identificadas no ponto 9.
15. A presente operação terá natureza horizontal, já que o Grupo GCT, através da sua participada SPS, se relaciona com a área de a retalho de bens de base alimentar por intermédio da relação contratual com os estabelecimentos “Ponto Fresco” cujos contornos serão analisados no ponto 5.1.
16. A Notificante está também presente no mercado grossista alimentar através da GCT – Distribuição Grossista SGPS, S.A. pelo que a operação tem igualmente carácter vertical, já que a empresa adquirida – Supermercados ULMAR, S.A. está activa no mercado a jusante, o comércio a retalho de produtos alimentares.

IV – MERCADO RELEVANTE**4.1 Mercado relevante do produto**

17. A empresa a adquirir, a Supermercados Ulmar, S.A, presta serviços de distribuição a retalho de bens de base alimentar, actividade em que a empresa adquirente GCT, se encontra presente por via da gestão de franquias e da prestação de serviços de consultoria e apoio à implementação e desenvolvimento de negócios e de estabelecimentos franqueados, com as marcas, entre outras, “*Ponto Fresco*” e “*Frescos e C.*”, associadas

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto ³ haja sido considerado como confidencial.

a estabelecimentos comerciais pertencentes a pequenos retalhistas independentes, tal como mencionado no ponto 6 supra.

18. A Notificante refere que, uma vez que *“o Grupo a adquirir [se] dedica essencialmente à distribuição a retalho de bens de base alimentar, através da actividade dos SUPERMERCADOS ULMAR, S.A., pelo que se considerará aquele como o mercado do produto/serviço relevante”*¹.
19. Refere ainda, a Notificante, que *“[p]ara que se possa efectuar uma análise jusconcorrencial rigorosa, deverá ser tido em consideração o facto de o consumidor, na sua decisão de compra, ponderar qualquer estabelecimento comercial que disponibilize os mesmos produtos; assim sendo, dever-se-ão incluir no mercado do produto/serviço relevante todas as formas de comércio que forneçam os bens em causa (nomeadamente, hipermercados, supermercados, “lojas discount”, mercearias, entre outros...)*¹.
20. A AdC, na sua prática decisória tem considerado que a distribuição a retalho de bens 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 doméstica², apontando, como factores determinantes para uma definição de mercado do produto neste sector, a gama e a variedade de produtos vendidos.
21. Relativamente a esses factores, os hipermercados, supermercados e as lojas *discount* diferem muito do formato das lojas especializadas. Consequentemente, a AdC tem entendido, em operações de concentração envolvendo a aquisição de supermercados, que este facto justifica a autonomização dos formatos hipermercados, supermercados, e *discounts* dos restantes tipos de lojas, já que a pressão concorrencial sobre o formato supermercados será exercida, essencialmente, pelos concorrentes do mesmo formato, e dos formatos hipermercados e *discounts*.
22. À semelhança da AdC, em decisões relativas a este sector de actividade, a Comissão Europeia tem autonomizado o mercado da distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar e de artigos para o lar não alimentares de consumo corrente, do restante

¹ Cfr. Formulário da Notificação.

² Vide, por exemplo, as decisões da AdC relativas às operações de concentração: Ccent 13/2007 – ITMI/Marrachinho, de 09.04.2007, a Ccent 12/2006 – Pingo Doce/Pedrais, de 12.04.2007, a Ccent 20/2006 Pingo Doce / Alentemoura, de 06/06/2006, a Ccent 25/2006 Dia Portugal / Patrisuper, de 27.06.2006, a Ccent 35/2005 – Modelo Continente/Pinto Ribeiro Supermercados, de 16.06.2005; Ccent. 19/2005 – PINGO DOCE/Imocom, de 18.05.2005; Ccent 35/2005 – Modelo Continente/Pinto Ribeiro Supermercados, de 16.06.2005; Ccent. 59/2005 – Feira nova / Lojas Horta, de 11.1.2005; Ccent. 74/2005 – PINGO DOCE/Supermercado Polisuper (Mem Martins), de 18.01.2005; Ccent. 78/2005 – PINGO DOCE/Supermercado PARADI (Ílhavo), de 26.01.2006; Ccent 12/2006 – PINGO DOCE/Supermercado Feira (Santa Comba Dão), de 12.04.2006; Ccent. 20/2006 – PINGO DOCE / Alentemoura, de 6.06.2006 e Ccent. 44/2006 – PINGO DOCE / ”ACTIVOS” FAUSTINO&LOPES, de 2.11.2006.

comércio especializado, em que a venda de produtos alimentares não é dominante³. No entanto, a questão da segmentação daquele mercado, em função do formato e dimensão dos locais de venda, tem sido deixada em aberto⁴.

23. Assim, a AdC considera, para efeitos da avaliação da presente operação de concentração, que o mercado de produto relevante corresponde à *distribuição a retalho de bens de base alimentar em hipermercados, supermercados e lojas discount*.

4.2 Mercado Geográfico Relevante

4.2.1 Posição da Notificante

24. A notificante considera que, “[e]m termos geográficos, o mercado relevante a considerar deverá ser o território nacional, com particular incidência na zona centro do país, onde, actualmente, se concentra o parque de lojas da ULMAR”¹.

4.2.2 Posição da Autoridade da Concorrência

25. A prática decisória nacional tem sido, no entanto, no sentido de considerar, para a delimitação do mercado geográfico, os mercados locais onde se situam os estabelecimentos em causa, utilizando o conceito de área de influência do estabelecimento a ser adquirido, à semelhança da abordagem da Comissão Europeia⁵.
26. Para efeitos da delimitação da área de influência do estabelecimento a adquirir, considera-se uma área geográfica definida em função de determinado limite máximo de tempo de deslocação do consumidor (10 a 30 minutos) até ao local do estabelecimento. A dimensão do raio variará em função de diversas características, tais como a dimensão dos pontos de venda, as infra-estruturas comerciais associadas, as vias de comunicação e a sua qualidade.
27. No caso concreto, a empresa a adquirir, a SUPERMECADOS ULMAR S.A., explora estabelecimentos nos concelhos de Alcanena, Alcobaça, Coimbra, Leiria, Marinha Grande, Nazaré, Ourém, Pombal e Porto de Mós.

³Cfr. Decisão nos processos, entre outros, IV/M. 784 Kesko / Tuko de 26.04.1997, IV/M. 1221 Rewe/Meinl, de 23.10.1999, IV/M. 1904 – Carrefour / Gruppo GS, de 06.04.2000, IV/M. 1960 – Carrefour / Marinopoulos, de 26.05.2000, IV/M. 2115 – Carrefour / GB, COMP/M. 3464 – Kesko / ICA / JV, de 15.11.2004.

⁴ Vide, por exemplo, as decisões da Comissão europeia nos processos COMP/M. 4096 – Carrefour/Hyparho, de 4.05.2006; COMP/M.3898 – DIA / Penny Market, de 27.09.2005.

⁵ *cfr.* A Comissão tem considerado que o mercado geográfico se deverá abranger um raio entre 10 a 30m de deslocação em automóvel, consoante a dimensão das lojas. Vide, neste sentido: caso COMP/M. 3464 Kesko / ICA / JV de 15.11.2004.

28. Ora, para efeitos da avaliação da presente operação de concentração, não se justifica uma delimitação mais fina do mercado geográfico do que a correspondente à área administrativa de Concelho, como a área geográfica de influência de cada um dos estabelecimentos a adquirir, uma vez que as conclusões da avaliação jusconcorrencial não se alterariam caso se procedesse a uma delimitação mais estreita.

4.3 Conclusão do Mercado Relevante

29. Face ao exposto, a AdC considera que os mercados relevantes, para efeitos da presente operação de concentração correspondem aos *mercados da distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar em hipermercados, supermercados e lojas discount, nos concelhos de Alcanena, Alcobça, Coimbra, Leiria, Marinha Grande, Nazaré, Ourém, Pombal e Porto de Mós.*

V – ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

5.1. Nota Prévia

30. Importa referir que a Notificante não se encontra directamente presente no mercado da distribuição a retalho de base alimentar. No entanto, relaciona-se com este através da sociedade SPS, que celebra “contratos [**CONFIDENCIAL- tipologia dos contratos**]” (vide ponto 6) com os empresários independentes que exploram os estabelecimentos comerciais de retalho sob a insígnia “*Ponto Fresco*” e “*Frescos & C^a*”⁶.
31. No âmbito daqueles contratos, embora as partes, segundo a Notificante, não criem [**CONFIDENCIAL- características dos contratos**] a verdade é que quem explora o estabelecimento “*Ponto Fresco*”, por sua conta e risco, se encontra vinculado, mediante aquele contrato, ao cumprimento de condições para uso e exploração daquela insígnia, cuja gestão é da GCT.
32. Com efeito, a GCT, através da gestão da insígnia “*Ponto Fresco*”, tem desenvolvido uma rede de estabelecimentos retalhistas com um determinado padrão de qualidade/preço na gama de produtos oferecidos ao consumidor, que este identifica como correspondendo às suas expectativas.

⁶ Note-se que os estabelecimentos da “*Frescos & C^a*” são pequenas mercearias que nunca ultrapassam os 200 m², e que, como tal, se enquadram melhor no contexto do comércio tradicional, não se considerando, deste modo, para efeitos de apreciação da presente operação de concentração, como fazendo parte do mercado da distribuição a retalho de bens correntes de base alimentar em hipermercados, supermercados e lojas *discount*.

33. Refere, aliás, a Notificante que a aquisição dos supermercados ULMAR visa “*reforçar a sua rede de unidades comerciais de retalho alimentar de proximidade sendo o objectivo estratégico [CONFIDENCIAL- segredo comercial]*”¹.
34. Os estabelecimentos comerciais, ao operar sob a insígnia “*Ponto Fresco*”, oferecem os mesmos bens ou serviços (semelhança ao nível da gama) e beneficiam de toda a estrutura logística associada, bem como de todo o *know-how* que a notificante lhe poderá transmitir.
35. Neste sentido, ainda que juridicamente independentes, as actividades económicas desenvolvidas pelas empresas franqueadas - os estabelecimentos “*Ponto Fresco*”, deverão ser consideradas na actividade da Notificante GCT, sobrepondo-se, por isso, à actividade dos estabelecimentos agora a adquirir pela notificante – os supermercados “ULMAR”. Assim, desde que se encontrem presentes estabelecimentos do “*Ponto Fresco*” e da ULMAR, no mesmo mercado geográfico relevante, estes deverão ser analisados em conjunto, no cenário pós operação de concentração, designadamente para efeitos de estrutura da oferta e consequente avaliação jusconcorrencial.
36. Face ao exposto, para efeitos de avaliação jusconcorrencial da presente operação de concentração, às quotas de mercado da empresa a adquirir acrescem, pós operação de concentração, as dos estabelecimentos que exploram a insígnia “*Ponto Fresco*” acrescem nesse mesmo mercado relevante⁷.

5.2. Avaliação Jusconcorrencial

37. Conforme se verificou *supra*, a ULMAR encontra-se activa nos concelhos de Alcanena, Alcobaça, Coimbra, Leiria, Marinha Grande, Nazaré, Ourém, Pombal e Porto de Mós.
38. Analisando, individualmente, cada um destes mercados verifica-se que o único concelho onde a actividade dos estabelecimentos “*Ponto Fresco*” e da adquirida se sobrepõem é o de Porto de Mós, com quotas de mercado, em 2006, de [0-5]% e [10-15]%, respectivamente.
39. Nos restantes oito concelhos – Alcanena, Alcobaça, Coimbra, Leiria, Marinha Grande, Nazaré, Ourém, Pombal – não existe nenhum estabelecimento “*Ponto Fresco*”, pelo que da presente operação apenas resultará uma transferência de quota de mercado para a notificante.

⁷ Vide Decisão da Ccent. 13/2007 – ITMI/MARRACHINHO, de 09.04.2007 e decisões da Comissão Europeia - COMP/M. 2197 Hilton/Accor/Forte/Travel Services JV (16 de Fevereiro de 2001) e IV/M.2510 - Cendant/Galileo (24 de Setembro de 2001).

40. A notificante apresentou estimativas de quotas de mercado da ULMAR, para os concelhos de Coimbra [0-5]%, Leiria [0-10]% e Marinha Grande [0-5]%, com base em informações providenciadas pela ACNielsen, sendo que em nenhum dos casos ultrapassam os [0-10]% de quota.
41. Nos restantes concelhos, Alcanena, Alcobaça, Nazaré, Ourém e Pombal, apesar de a Notificante só ter conseguido disponibilizar quotas que agregam alguns concelhos adjacentes, estas situam-se, geralmente, entre [0-5]%, nunca atingindo os [5-10] pontos percentuais.
42. Acresce ainda que, em qualquer um destes concelhos, estão presentes pelo menos dois estabelecimentos das principais cadeias de retalho alimentar, nomeadamente o Intermarché, Lidl, Modelo e Minipreço, entre outros.

5.3. Considerações relativas à Natureza Vertical

43. Por último, importa referir que a operação tem igualmente carácter vertical na medida em que a adquirente, a GCT, está presente no mercado a jusante da Grugest, mais precisamente no mercado da distribuição grossista alimentar.
44. Porém, as compras da Grugest no mercado da distribuição grossista alimentar não deverão ter ultrapassado, em 2006, [0-5]% do mercado nacional de aprovisionamento, o que representará um diminuto acréscimo à presença da GCT no mercado de distribuição grossista alimentar. Consequentemente, não se antevêem efeitos verticais resultantes da operação de concentração notificada.

5.4. Conclusão

45. Atento o exposto, conclui-se que a presente operação não será susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva em qualquer um dos mercados relevantes identificados.

VI - AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

46. 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.

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto 8 haja sido considerado como confidencial.

VII – DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

47. 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, adoptar uma decisão de não oposição 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 retalho de bens de base alimentar, nos concelhos de Alcanena, Alcobaça, Coimbra, Leiria, Marinha Grande, Nazaré, Ourém, Pombal e Porto de Mós.*

Lisboa, 1 de Outubro de 2007

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Prof. Doutor Abel Mateus
(Presidente)

Doutor Eduardo Lopes Rodrigues
(Vogal)

Dra. Teresa Moreira
(Vogal)