

Ccent. 72/2007
PACSA / Copidata

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)

22/11/2007

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
Processo Ccent. 72/2007- PACSA / Copidata**

I – INTRODUÇÃO

1. Em 16 de Outubro de 2007, 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, mediante a qual a *PACSA – Papelera del Carrión, S.L.* pretende adquirir o controlo exclusivo sobre a Copidata – Formulários e Sistemas para Informática, S.A. e a Copidata II – Industrial, Gráfica e Equipamentos, S.A. (a “Operação”).
2. A Operação em apreço configura uma 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 as alíneas 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.

II – AS PARTES

2.1 A empresa adquirente

3. A *PACSA – Papelera del Carrión, S.L.* (doravante “*PACSA*”), é uma sociedade que integra o grupo Tompla, grupo de origem espanhola activo em especial na produção e comercialização de envelopes em vários países europeus, estando presente em Portugal através da Tompla Portugal.

4. Nos termos do artigo 10.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, o volume de negócios realizado, em Portugal, pela PACSA em 2006 foi de 4 milhões de euros.

2.2 As Sociedades alvo

5. A Copidata – Formulários e sistemas para informática, S.A e a Copidata II – Industrial, Gráfica e Equipamentos, S.A. (doravante em conjunto denominadas “Copidata”) são sociedades que integram actualmente o Grupo Edinfor, estando activas na produção de criação, execução e comercialização de formulários e envelopes.
6. Nos termos do artigo 10.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, o volume de negócios realizado, em Portugal, pela Copidata em 2006 foi de 14,2 milhões de euros.

III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

7. Em 4 de Outubro de 2007, foi celebrado um contrato entre a Edinfor – Sistemas Informáticos, S.A. (“Edinfor”) e a PACSA, mediante o qual a PACSA adquire, directa e indirectamente, a totalidade das acções da Copidata – Formulários e Sistemas para Informática, S.A. e 99,35% das participações sociais da Copidata II – Industrial, Gráfica e Equipamentos, S.A., adquirindo, desse modo, o controlo exclusivo destas.
8. 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.
9. A Edinfor e a PACSA estabeleceram acordos que a notificante pretende venham a ser abrangidos pela presente decisão, pelo que deverão ser analisados à luz do artigo 12.º,

n.º 5 da Lei da Concorrência, isto é, à luz do critério da sua estreita ligação e necessidade à realização da operação de concentração, o que será avaliado na secção 4.2 *infra*.

IV – MERCADOS RELEVANTES E AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

4.1 Mercados relevantes

10. Conforme referido *supra*, as Sociedades alvo encontram-se presentes em duas actividades distintas, a produção e comercialização de formulários e de envelopes, sendo que a sobreposição de actividades entre as empresas Participantes apenas se verifica ao nível da comercialização de envelopes.
11. Atentas as actividades desenvolvidas pela Adquirida, a Notificante define os mercados relevantes como sendo (i) o mercado dos envelopes em território nacional, e (ii) o mercado dos formulários em território nacional.
12. Quanto ao mercado dos envelopes, muito embora aponte para as diferentes características existentes, nomeadamente entre envelopes personalizados e envelopes não personalizados, e, entre estes, os envelopes produzidos em formatos e tipos de papel distinto, a Notificante defende que a substituíbilidade na perspectiva da procura e, sobretudo, da oferta, levam a que não se justifique a segmentação do mercado dos envelopes com base naquelas características.
13. Quanto ao mercado dos formulários, descreve a Notificante que é possível dividi-los num conjunto diversificado de produtos, desde os formulários multi-vias e os produtos de segurança¹, às etiquetas, aos *automailer* e *datamailer*, aos formulários com cartão, ou aos formulários A4 e aos formulários em contínuo. Ainda assim, a Notificante

¹ V.g., cheques bancários, cheques de empresas, senhas de refeição, senhas de gasolina, certificados de aforro.

Versão Pública

argumenta que estes produtos devem integrar o mesmo mercado do produto, atento, designadamente, a forte substituibilidade verificada na perspectiva da oferta.

14. A Notificante acrescenta ainda que, com excepção dos *automailer*, dos *datamailer* e dos formulários em contínuo, os quais apenas são produzidos por empresas formularistas (onde se inclui a Adquirida), os restantes tipos de formulários podem ser produzidos por empresas formularistas ou por qualquer tipografia que opere uma gráfica plana, podendo, nestes termos, segmentar-se a actividade num mercado de formulários específicos (onde actuam as empresas formularistas) e um mercado de formulários genéricos (onde actuam as empresas formularistas e as tipografias que operam gráficas planas).
15. Ainda assim, e dado não haver sobreposição entre as actividades das Participantes, no que se refere à produção de formulários, a Notificante argumenta que a definição do mercado dos formulários pode ser deixada em aberto.
16. A AdC concorda que, na perspectiva da oferta, não se justificará segmentar os mercados em função das características dos envelopes ou em função do tipo de formulários, pelo que, para efeitos do presente procedimento, aceita-se a delimitação dos mercados do produto relevantes proposto pela Notificante. Já no que concerne a uma eventual segmentação da actividade de produção de formulários em formulários específicos e formulários genéricos, a AdC concorda que esta delimitação pode ser deixada em aberto, atento o facto de não haver qualquer sobreposição entre as actividades das Partes a este nível.
17. No que concerne a delimitação do mercado geográfico relevante, a Notificante entende que, quer ao nível dos formulários quer ao nível dos envelopes, o âmbito geográfico do mercado corresponde ao território nacional, atento, designadamente, o facto da Adquirida actuar quase exclusivamente em território nacional, não tendo qualquer expressão as importações ou exportações realizadas por esta empresa. Acrescenta ainda

Versão Pública

a Notificante que existe uma elevada heterogeneidade ao nível das condições concorrenciais entre o mercado geográfico nacional e o mercado geográfico Espanhol, o que tem justificado o insucesso da Adquirida, nas várias tentativas já realizadas para entrar no mercado Espanhol.

18. Ao contrário da Notificante, a quase totalidade dos envelopes comercializados pela PACSA, em Portugal, resultam de importações, o que sugere que o mercado poderá ser mais lato do que o nacional.
19. Já no que se refere ao mercado dos formulários, e atendendo ao exposto na notificação, este mercado deverá ter âmbito nacional. Considerando a ausência de sobreposição das actividades das Partes no território nacional, a AdC aceita a delimitação proposta pela notificante.
20. Deste modo, e apesar de o âmbito geográfico dos mercados sob análise poder ser mais lato que o nacional, a AdC irá examinar, nos termos da Lei n.º 18/2003, os efeitos da presente operação no território nacional.

Conclusão

21. Face ao exposto, os mercados relevantes para efeitos da presente operação de concentração correspondem ao mercados de produção e comercialização de: (i) envelopes, pelo menos de âmbito nacional, e (ii) formulários de âmbito nacional.

4.2 Restrições acessórias

22. Atendendo à natureza dos contratos referidos pela notificante como restrições directamente relacionadas e necessárias à realização da operação de concentração pelo que deveriam ser considerados como abrangidos pelo artigo 12.º, n.º 5 da Lei da Concorrência. Estes contratos poderão ser classificados como (i) um acordo de aquisição e fornecimento, e (ii) um acordo de prestação de serviços.

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

Versão Pública

23. A Notificante defende que estes acordam asseguram a continuidade das relações comerciais existentes entre a Edinfor e a Copidata, sem, por um lado, estipular qualquer prazo, e por outro não limitando a futura actuação da PACSA no sentido em que esta pode abastecer-se junto de outras fontes.
24. Ora, não poderá a Autoridade deixar de referir que a presente Operação tem como objecto a saída da Copidata da órbita do Grupo Edinfor, pelo que tais acordos poderão ser considerados como acessórios à operação de concentração, mas somente na estrita medida em que sejam limitados a um período necessário para a substituição da relação de dependência existente da Copidata, por um grau de autonomia suficiente para poder operar de forma independente – ou seja por um período transitório, nos termos da prática da AdC e da Comissão Europeia, de um máximo de 5 anos².
25. Nessa medida, o acordo de aquisição e fornecimento e o acordo de prestação de serviços, constantes da notificação, devem considerar-se abrangidos, para efeitos do n.º 5 do artigo 12º da Lei 18/2003, de 11 de Junho, nos termos e limites atrás expostos.

4.3 Avaliação Jus-Concorrencial

(i) Mercado da produção e comercialização de envelopes

26. Estão presentes no mercado dos Envelopes, no território nacional, um conjunto diversificado de empresas, entre as quais se destacam, para além das Participantes, o Grupo Papelaria Fernandes e a Antalis Portugal, S.A. (*cf.* tabela 1).
27. A tabela seguinte descreve a estrutura de oferta no mercado dos envelopes, no território nacional.

Tabela 1: Quotas no mercado dos Envelopes, no território nacional

	2004	2005	2006
Grupo PACSA	[20-30] %	[10-20] %	[10-20] %
Copidata	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
PACSA+Copidata	[30-40] %	[30-40] %	[30-40] %
Grupo Papellaria Fernandes	[10-20] %	[10-20] %	[20-30] %
Antalis Portugal, S.A.	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
AVS – António Vaz dos Santos, Sucrs., Lda.	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
UNIESPA – Comp. Esp. Pap. Artes Graf., Lda.	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Fábrica de Papel de Fontes, Lda.	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Confecções Calçada, Lda.	[0-10] %	[0-10] %	[0-10] %
Total	100%	100%	100%

Fonte: Notificante.

28. Em resultado da presente operação de concentração projectada, a quota da PACSA passará de [10-20] % para [30-40] %, o que a transformará na empresa de maior dimensão presente no território nacional.
29. Muito embora o mercado dos envelopes, no território nacional, apresente um nível de concentração medido pelo Índice de *Herfindahl-Hirschman*³ igual a [**>2000**] e um *Delta*⁴ igual a cerca de [**>150**], o que, segundo a prática da Autoridade e da Comissão

² Vide, neste sentido o parágrafo 33 da Comunicação da Comissão sobre as restrições directamente relacionadas e necessárias às operações de concentração (2005/C 56/03).

³ O Índice de *Herfindahl-Hirschman* é calculado como a soma dos quadrados das quotas das empresas a operar no mercado relevante, sendo normalmente utilizado, pela Autoridade e pela Comissão, como uma medida do grau de concentração de mercado.

⁴ Por *Delta* entende-se a variação no Índice de *Herfindahl-Hirschman* que resulta da operação de concentração.

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 7

Versão Pública

Europeia, assim como as Linhas de Orientação da Comissão Europeia sobre concentrações horizontais⁵, representam valores já susceptíveis de suscitar eventuais preocupações concorrenciais de natureza horizontal, importa referir um conjunto de factores que, no presente procedimento, levam a AdC a concluir pela ausência de criação de uma posição dominante, da qual resultem entraves significativos à concorrência, em resultado da operação em apreço.

30. Por um lado, manter-se-ão no mercado outras empresas com quotas de mercado superiores a 15%, entre as quais se destacam o Grupo Papelaria Fernandes e a Antalis Portugal, S.A.
31. Por outro lado, não se pode excluir a possibilidade dos principais clientes exercerem uma efectiva pressão competitiva sobre as empresas que actuam neste mercado, atendendo, designadamente, ao seu peso nas vendas da Adquirida ou da Adquirente⁶, ao facto de estarmos perante um produto com um grau de homogeneidade significativo, assim como à presença, no mercado, de várias empresas fornecedoras deste tipo de produto.
32. Ademais, concluiu-se que o mercado geográfico poderá ser mais lato do que o território nacional, atento, designadamente, a importância que as importações representam na venda de algumas das empresas presentes no território nacional, o que poderá aumentar as alternativas de fornecimento dos clientes e, nesta perspectiva, o respectivo poder negocial.

⁵ 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.

⁶ Se excluirmos as vendas que são feitas à [CONFIDENCIAL – identificação de cliente], então os 9 principais clientes da Copidata, onde se incluem a [CONFIDENCIAL – identificação de clientes], representam cerca de [40-60]% das respectivas vendas. Já no caso da PACSA, os 9 principais clientes desta empresa (excluindo as vendas intra-grupo) representam cerca de [50-70]% das respectivas vendas.

33. Face ao *supra* exposto, conclui-se que a operação de concentração em apreço não será susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência, no mercado dos envelopes.

(ii) *Mercado da produção e comercialização de formulários*

34. No que se refere ao mercado dos formulários, estão presentes neste mercado do produto relevante, em território nacional, as empresas que constam da tabela seguinte.

Tabela 2: Quotas no mercado dos Formulários, no território nacional, em 2006

	2006
Grupo PACSA	0%
Copidata	[25-35] %
PACSA+Copidata	[25-35] %
Contiforme – Soluções Gráficas Integradas, S.A.	[20-30] %
Litho Formas Portuguesa, S.A.	[15-25] %
Formato – Formulários Múltiplos Comerciais, S.A.	[5-15] %
Outros	[10-20] %
Total	100%

Fonte: Notificante.

35. Muito embora a Adquirida tenha uma quota de mercado de cerca de [25-35] %, importa notar que esta quota corresponderá a uma estimativa por excesso, dado que, na tabela anterior, não se incluíram as vendas das tipografias que operam gráficas planas, as quais

Versão Pública

estão também em condições, de acordo com a notificante, de produzir a maior parte dos formulários produzidos pelas empresas formularistas.

36. Ainda assim, diga-se que não existe qualquer tipo de sobreposição entre as actividades das Participantes, neste mercado do produto relevante, na medida em que a Adquirente não se encontra activa na produção de formulários.
37. Acresce que, dos elementos constantes da notificação apresentada não resultam quaisquer efeitos verticais ou conglomerais da Operação.
38. De todo o exposto, a Autoridade da Concorrência conclui que a presente operação de concentração não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos sobre a concorrência, no mercado dos formulários.

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, em sede de Audiência de Interessados, dada a ausência de terceiros contra-interessados e da presente decisão ser 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 reforçar uma posição

Versão Pública

dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva nos mercados de produção e comercialização de envelopes e de formulários.

Lisboa, 22 Novembro de 2007

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

Prof. Doutor Abel Mateus
(Presidente)

Doutor Eduardo Lopes Rodrigues
(Vogal)

Dra. Teresa Moreira
(Vogal)