

Ccent. 75/2007
SUGAL / TOMGAL

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)

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DO CONSELHO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA**

CCENT. 75/2007: SUGAL / TOMGAL

I – INTRODUÇÃO

1. Em 12 de Novembro 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 (doravante “Operação”), que consiste na fusão por incorporação entre as empresas SUGAL – Alimentos, S.A. (doravante “SUGAL”) e a TOMGAL – Indústrias de Alimentação, S.A. (doravante “TOMGAL”).
2. A operação notificada configura uma concentração de empresas na acepção da alínea a) 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 prévia, por preencher a condição enunciada na alínea a) do n.º.1 do artigo 9.º, do mesmo diploma legal.

II – AS PARTES

2.1 Sociedade incorporante – SUGAL

3. A SUGAL é uma sociedade anónima que iniciou a sua actividade em 1957, detida integralmente pelo grupo SOGEPOC, que se dedica à produção e comercialização de concentrado de tomate.
4. Já o grupo SOGEPOC desenvolve, através das sociedades suas participadas, um conjunto de actividades de exploração agrícola e pecuária, de transformação de tomate, produção e comercialização de conservas e outros produtos alimentares.

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

5. Os volumes de negócios da empresa SUGAL e do grupo SOGEPOC, calculados nos termos do n.º 4 do artigo 10.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, foram os seguintes:

Tabela 1: Volumes de negócios da empresa SUGAL

	2004	2005	2006
Portugal	[0-150]M	[0-150]M	[0-150]M
EEE	[<250]M	[<250]M	[<250]M
Mundial	[<2500]M	[<2500]M	[<2500]M

Fonte: Notificante.

Tabela 2: Volumes de negócios do Grupo SOGEPOC¹

	2004	2005	2006
Portugal	[2-150]M	[2-150]M	[2-150]M
EEE	[<250]M	[<250]M	[<250]M
Mundial	[<2500]M	[<2500]M	[<2500]M

Fonte: Notificante.

2.2. Sociedade incorporada – TOMGAL

6. A TOMGAL é uma sociedade anónima constituída em 5 de Março de 2007, controlada conjuntamente pelo grupo SOGEPOC e pelo Senhor Pedro Maria da Costa de Sousa Macedo, que se dedica, directamente ou através das suas participadas, à produção e comercialização de produtos alimentares, bem como ao desenvolvimento de actividades agrícolas.

¹ Corresponde ao volume de negócios consolidado do grupo SOGEPOC (incluindo a SUGAL), não incluindo os volumes de negócios das sociedades IDAL e CIFO, atento o facto destas terem passado a pertencer ao grupo SOGEPOC apenas em 2007.

7. Refira-se ainda que, desde a sua constituição, a TOMGAL adquiriu a totalidade do capital social da empresa Industrias de Alimentação Idal, S.A. (doravante “IDAL”), a qual se dedica à produção e comercialização de concentrado de tomate, produtos derivados de tomate para cozinhar (polpa de tomate, tomate pelado, tomate em pedaços e pasta de tomate), e molhos pré-preparados.
8. Ademais, a IDAL detém uma participação de 100% no capital da CIFO Sociedade de Fomento Agrícola, Lda. (doravante “CIFO”), empresa que se dedica à venda de sementes de tomate para uso industrial², e uma participação de 51% no capital social da sociedade Caterplus – Comercialização e Distribuição de Produtos de Consumo, Lda. (doravante “CATERPLUS”), correspondendo esta, segundo a notificante, a uma mera participação financeira, já que o controlo de facto da referida sociedade é exercido pelo sociedade Jerónimo Martins – Distribuição de Produtos de Consumo, Lda³.
9. Os volumes de negócios da TOMGAL, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, foram os seguintes:

Tabela 3: Volumes de negócios da TOMGAL⁴

	2004	2005	2006
Portugal	[2-150]M	[2-150]M	[2-150]M
EEE	[<250]M	[<250]M	[<250]M
Mundial	[<2500]M	[<2500]M	[<2500]M

Fonte: Notificante.

² A CIFO é actualmente [distribuidora]. Esta empresa dedica-se ainda à produção própria de tomate e de outros produtos hortícolas em campos de ensaio varietais de tomate, actividade que representa menos de [residual] % da produção total de tomate em Portugal, sendo desenvolvida apenas como forma de ensaio de novas variedades de sementes.

³ A CATERPLUS comercializa produtos de *food service*, tendo, como clientes, o sector do *Cash & Carry* e o canal HORECA (Hotéis, Restaurantes e Cafés).

III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

10. Segundo a Notificante, a operação projectada consiste numa fusão por incorporação entre as sociedades SUGAL e TOMGAL, nos termos do artigo 97.º, n.º 4, alínea a), do Código das Sociedades Comerciais, sendo a SUGAL e a TOMGAL as sociedades incorporante e incorporada, respectivamente.
11. Sendo a SUGAL integralmente detida pelo grupo SOGEPOC e a TOMGAL detida em [...] % por Pedro Maria da Costa de Sousa Macedo e em [...] % pelo grupo SOGEPOC, a SUGAL passará, após a implementação da fusão projectada, a ser controlada conjuntamente pelo grupo SOGEPOC e pelo Senhor Pedro Maria da Costa de Sousa Macedo.
12. A operação notificada configura uma concentração de empresas na acepção da alínea a) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo, tendo sido notificada por cumprir os pressupostos de notificação prévia dispostos no n.º 1 da alínea a) do artigo 9.º da Lei da Concorrência.

V – MERCADO RELEVANTE

5.1 Mercado do Produto Relevante

13. A Notificante considera, para efeitos da presente operação de concentração, e atento as actividades desenvolvidas pela empresa envolvidas, que os mercados do produto relevante correspondem ao (i) mercado da produção e comercialização de concentrado

⁴ No presente contexto, e tendo em conta que a TOMGAL foi constituída em 5 de Março de 2007, os valores indicados referem-se aos volumes de negócios da IDAL e da CIFO, sociedades que actualmente são participadas

Versão pública

de tomate, (ii) mercados da produção e comercialização de produtos de tomate (segmentado em diversos mercados em função do tipo de produto⁵ e do tipo de cliente/canal de comercialização⁶), e ao (iii) mercado da venda de sementes de tomate para uso industrial.

14. De facto, a TOMGAL, através da sua participada IDAL, produz concentrado de tomate e produtos de tomate (*ketchup*, produtos derivados de tomate para cozinhar e molhos pré-preparados). Ademais, a IDAL, através da sua participada CIFO, dedica-se à comercialização de sementes de tomate para uso industrial, na sua qualidade de [distribuidor].
15. Já a SUGAL produz e comercializa apenas concentrado de tomate.
16. Importa, desde já, notar que alguns dos produtos de tomate são produzidos a partir de concentrado de tomate, pelo que existe uma relação vertical entre os mercados identificados pela Notificante, designadamente entre a produção e comercialização de concentrado de tomate e a produção e comercialização de produtos derivados de tomate.
17. Ou seja, o concentrado de tomate corresponde ao que a notificante denomina de primeira transformação do tomate. Já os produtos derivados de tomate, produzidos com base no concentrado de tomate, correspondem ao que a notificante denomina de segunda transformação do tomate.
18. A notificante defende que a produção e comercialização de concentrado de tomate corresponde a um mercado do produto relevante, o que, alegadamente, resulta da prática

da TOMGAL.

⁵ A este nível, a notificante segmentou o mercado em produção e comercialização de (i) *ketchup*, (ii) produtos derivados de tomate para cozinhar (polpa de tomate, tomate pelado, tomate em pedaços e pasta de tomate), e (iii) os molhos pré-preparados.

⁶ A este nível, a notificante considerou a comercialização de produtos de tomate junto do sector de retalho e junto do sector de *Catering* (ou *food service sector*).

Versão pública

decisória da AdC, em particular na sua decisão de 3 de Maio de 2007 adoptada no âmbito do processo Ccent. 23/2007 – TOMGAL / IDAL.

19. Face ao exposto, e atendendo aos argumentos utilizados pela AdC no processo referido no ponto anterior⁷, a AdC considera que a produção e comercialização de concentrado de tomate corresponde a um mercado relevante, no âmbito do presente procedimento.
20. Já relativamente aos produtos de tomate, a notificante apresentou dois tipos de segmentação desta actividade, uma em termos do tipo de cliente e/ou canal de comercialização utilizado (i.e., retalho ou *food service*), e outra em função do tipo de produto em causa (i.e., *ketchup*, produtos derivados de tomate para cozinhar e molhos pré-preparados).
21. No que à produção e comercialização de produtos de tomate diz respeito, cumpre reiterar a ausência de sobreposição entre as actividades da SUGAL e da TOMGAL, pelo que, não sendo distintas as conclusões relativas à análise jus-concorrencial em função da delimitação dos mercados de produtos de tomate que venha a ser adoptada, a AdC aceita, no âmbito do presente procedimento, a definição dos mercados do produto relevantes propostos pela Notificante.
22. Finalmente, no que se refere à comercialização de sementes, a notificante defende, na esteira da prática decisória da Autoridade da Concorrência⁸ e da Comissão Europeia⁹, que, na perspectiva da procura, os diferentes tipos de sementes não são substituíveis

⁷ Na sua decisão de 3 de Maio adoptada no âmbito do processo Ccent. 24/2007 – TOMGAL / IDAL, a AdC concluiu que, na perspectiva da procura, o concentrado de tomate não é facilmente substituível por outros produtos, e que, na perspectiva da oferta, qualquer produtor de concentrado de tomate se encontra em condições de produzir as diferentes categorias deste tipo de produto.

⁸ Cfr. referências da Notificante aos casos Ccent. 27/2005 – Florimond Desprez/Advanta Lambda e Ccent. 8/2005 – Monsanto/Seminis, e Ccent. 23/2007 – TOMGAL/IDAL.

⁹ Cfr. referências da Notificante aos casos Comp/M.3506 – Fox Paine/Advanta, Comp/IV/M.556 – Zeneca/Vanderhove e Comp/IV/M.1497 – Novartis/Maisadour.

Versão pública

entre si, pelo que se justificará delimitar o mercado relevante como o mercado de sementes de tomate.

23. Atendendo à prática decisória referida no ponto anterior, a AdC entende que a comercialização de sementes de tomate para uso industrial constitui um mercado do produto relevante, no âmbito do presente procedimento.

5.2 Mercado Geográfico Relevante

24. A notificante defende que o mercado do concentrado de tomate é de âmbito geográfico supra-nacional, senão mesmo mundial, tendo em conta, entre outros factores, a forma como o mercado determina a uniformização dos preços a nível internacional, o reduzido grau de perecibilidade do produto, e a respectiva compatibilidade com o transporte de longa duração.
25. Já quanto aos mercados de produtos derivados de tomate e ao mercado de sementes de tomate, argumenta a Notificante que, não se verificando, a este nível, qualquer tipo de impacto jus-concorrencial ou sobreposição horizontal entre as empresas envolvidas na presente operação, a respectiva delimitação geográfica dos mercados pode ser deixada em aberto.
26. A AdC entende, para efeitos do presente procedimento, que não é necessário apresentar uma definição exacta dos mercados geográficos relevantes, atento, designadamente, o facto das conclusões relativas à avaliação jus-concorrencial não serem distintas em função de se considerar uma delimitação nacional ou supra-nacional dos mercados do produto relevantes, conforme análise que será apresentada *infra*.

5.3 Conclusão

27. Em face do exposto, os mercados relevantes, para efeitos da presente operação, correspondem aos (i) *mercado da produção e comercialização de concentrado de tomate*, (ii) *mercados da produção e comercialização de produtos de tomate*, e (iii) *mercado da comercialização de sementes de tomate para uso industrial*, podendo a respectiva delimitação geográfica dos mercados ser deixada em aberto.

VI – AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

6.1 Estrutura do Mercado e Avaliação Jusconcorrencial

A produção e comercialização de concentrado de tomate

28. A produção nacional de concentrado de tomate correspondeu, na campanha de 2005/06, a cerca de [<300] mil toneladas¹⁰, tendo-se assistido a um crescimento acumulado de cerca de [0-20]% entre a campanha de 2001/02 e a campanha de 2005/06.
29. Já o consumo nacional de concentrado de tomate ascendeu, em 2006, a cerca de [...] mil toneladas, sendo a diferença entre a produção e o consumo explicada pelas exportações líquidas do produto em causa. Ou seja, o consumo nacional de concentrado de tomate corresponde a cerca de [reduzido]% de toda a produção nacional, sendo grande parte da produção nacional destinada aos mercados externos.
30. Do ponto de vista da estrutura da oferta, actuam no mercado nacional de concentrado de tomate diversas empresas, sendo que as participantes na presente operação de

¹⁰ Cfr. estudo “Novo modelo de incentivos à produção de tomate”, da autoria da empresa Deloitte, fornecido à AdC pela Notificante. Neste estudo, conclui-se que a produção de produto acabado de tomate é de [...] toneladas (campanha de 2005/06), tendo ainda sido referido que cerca de [...]% deste produto acabado corresponde a

Versão pública

concentração representam cerca de [<10]% de todo o consumo nacional de concentrado de tomate (cfr. tabela seguinte).

Tabela 3: Quotas no mercado do concentrado de tomate, em Portugal (em volume)

	2004	2005	2006
SUGAL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOMGAL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%

Fonte: Notificante.

31. Para além das empresas participantes na presente operação de concentração, a notificante identificou mais 8 empresas activas na transformação de tomate, em Portugal, tais como a Compal, a Italagro e a FIT, a Sopragol, a Sutol, a Tomsil, a Campil e a Tomatagro.
32. Face às quotas de mercado apresentadas na tabela anterior, conclui-se que, da presente operação de concentração, resulta um *Delta*¹¹ de cerca de [<250]. Ora, este valor de *Delta* é claramente inferior ao valor que, segundo a prática decisória da AdC e da Comissão Europeia, seria susceptível de dar origem a preocupações concorrenciais de natureza horizontal.
33. Acresce que, podendo o mercado do concentrado de tomate ter uma delimitação de âmbito geográfico mais lato do que o território nacional, os preços do concentrado de tomate serão determinados pelas condições de procura e de oferta dos mercados internacionais. Ora, as empresas participantes na operação apresentam uma quota de

concentrado de tomate (os restantes [...] % são constituídos essencialmente por tomate pelado não inteiro e sumo de tomate).

¹¹ Por *Delta* entende-se a diferença entre o valor do *IHH* pós-concentração e o valor do *IHH* pré-concentração, sendo que o *IHH* ou *Índice de Herfindahl-Hirschman* é uma medida do grau de concentração do mercado calculada como a soma dos quadrados das quotas das empresas a actuar no mercado relevante. A Comissão Europeia aplica frequentemente o *IHH* para conhecer o nível de concentração global existente no mercado – neste sentido vão as mais recentes orientações 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).

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 9

Versão pública

mercado conjunta de [0-10]% no Espaço Económico Europeu, e de [0-10]% a nível mundial, pelo que será improvável que estas duas empresas tenham qualquer influência sobre os preços internacionais do concentrado de tomate, mesmo no cenário pós-operação¹².

34. Diga-se ainda que os principais utilizadores do concentrado de tomate são clientes industriais, que transformam o concentrado de tomate em diversos produtos de tomate (*ketchup*, produtos derivados do tomate para cozinhar e molhos pré-preparados). Ora, sendo o concentrado de tomate um produto tendencialmente homogéneo, e havendo diversas fontes de fornecimento a nível nacional ou mesmo Europeu, poderá concluir-se que os utilizadores deste produto terão um poder negocial importante face aos produtores de concentrado de tomate.
35. Ainda que da presente operação de concentração resulte um reforço de integração vertical, na medida em que a TOMGAL se encontra activa na produção de produtos de tomate (*ketchup*, produtos derivados de tomate para cozinhar e molhos pré-preparados), os quais são produzidos a partir de concentrado do tomate, a estrutura de oferta no mercado de concentrado de tomate e dos mercados a jusante (cfr. análise *infra*) permite concluir que a presente operação não é susceptível de dar origem a preocupações concorrenciais de natureza vertical.
36. Face ao *supra* exposto, conclui-se que a presente operação de concentração não é susceptível de conduzir à criação ou reforço de uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência, no mercado da produção e comercialização de concentrado de tomate.

A produção e comercialização de produtos de tomate

¹² Os dados de quotas de mercado das empresas participantes na presente operação, no EEE e a nível mundial, foram fornecidos pela Notificante.

Versão pública

37. Conforme *supra* indicado, apenas a TOMGAL se encontra presente nos mercados de produção e comercialização de produtos de tomate (*ketchup*, produtos derivados de tomate para cozinhar e molhos pré-preparados), tanto ao nível da comercialização junto do sector do retalho como junto do sector do *food service*.
38. Já a SUGAL apenas produz e comercializa concentrado de tomate, não se encontrando activa nos mercados de produção e comercialização de produtos de tomate.
39. Nestes termos, e atento o facto da SUGAL não estar presente na produção e comercialização de produtos de tomate, quer junto do sector do retalho como junto do sector do *food service*, considera a AdC que a presente operação de concentração não é susceptível de conduzir à criação ou reforço de uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência, nos referidos mercados.
40. A conclusão do ponto anterior é ainda reforçada por um conjunto de factos adicionais. Desde logo, porque a TOMGAL enfrenta a concorrência de vários grupos nacionais e internacionais da indústria alimentar (v.g., as marcas Calvé, Heinz, Compal, Savora, Ferbar, Knorr, Grand'Italia, Milaneza, Vaqueiro e Maggi) e das marcas próprias das cadeias de distribuição (v.g., Continente, Pingo Doce).
41. Por outro lado, as cadeias de distribuição são os principais clientes da TOMGAL, no sector do retalho, as quais apresentarão um poder negocial significativo face aos produtores dos bens em análise, o que resulta da sua grande dimensão, de terem acesso a diversas fontes de fornecimento, e, inclusive, de terem vindo a desenvolver com sucesso as suas próprias marcas de distribuição.
42. Por último, não se verifica qualquer impacto concorrencial negativo da presente operação, por via da participação que a TOMGAL, através da IDAL, detém na

Versão pública

CATERPLUS (empresa activa na comercialização de serviços de *food service*), na medida em que a integração vertical entre a IDAL e a CATERPLUS já se verificava no cenário pré-operação, em nada se alterando a situação em resultado da operação de concentração em apreço.

43. Do *supra* exposto, conclui-se que a presente operação de concentração não é susceptível de conduzir à criação ou reforço de uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência nos mercados de produção e comercialização de produtos de tomate.

A comercialização de sementes de tomate para uso industrial

44. Conforme *supra* indicado, a TOMGAL, através da CIFO, actua no mercado de comercialização de sementes de tomate, na sua qualidade de [distribuidor].
45. Já a SUGAL, que apenas produz e comercializa concentrado de tomate, não se encontra activa no mercado de comercialização de sementes de tomate para uso industrial.
46. Atento o facto da SUGAL não estar presente na comercialização de sementes de tomate para uso industrial, considera a AdC que a presente operação de concentração não é susceptível de conduzir à criação ou reforço de uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência, no mercado em apreço.
47. Ademais, a Notificante defende a ausência de barreiras à entrada no mercado nacional de sementes de tomate, na medida em que a compra e venda de sementes no espaço intra-comunitário é livre e o custo de transporte negligenciável.
48. Por outro lado, acrescenta ainda a notificante que, normalmente, a compra de sementes de tomate está centralizada nas Organizações de Produtores, que as adquirem para o

Versão pública

conjunto dos seus associados. Em resultado, os agricultores reforçam não só o seu poder negocial junto dos fornecedores de sementes, como também se tornam clientes mais exigentes a nível técnico, por terem acesso a testes de qualidade e produtividade realizadas através das Organizações de Produtores¹³.

49. Do *supra* exposto, conclui-se que a presente operação de concentração não é susceptível de conduzir à criação ou reforço de uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência no mercado de comercialização de sementes de tomate para uso industrial.

VII – AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

50. 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.

VII – CONCLUSÃO

51. 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, 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 nos (i) *mercado da produção e comercialização de concentrado de tomate*, (ii) *mercados da*

¹³ Este tipo de argumentação foi igualmente demonstrado pela AdC na sua Decisão no âmbito do processo Ccent. 27/2005 – *Florimond Desprez / Advanta Lambda* de 19 de Maio de 2005, em que o mercado relevante em apreço era o da comercialização de sementes de beterraba.

Versão pública

produção e comercialização de produtos de tomate, e (iii) mercado da comercialização de sementes de tomate para uso industrial, no território nacional.

Lisboa, de Dezembro de 2007

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Prof. Doutor Abel Mateus

(Presidente)

Doutor Eduardo Lopes Rodrigues

(Vogal)

Dra. Teresa Moreira

(Vogal)