

AC – I – Ccent. 44/2008
Companhia Portuguesa de Hipermercados /Activos Sonae Distribuição

Decisão da Autoridade da Concorrência

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

21/08/2008

DECISÃO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA
PROCESSO CCENT. Nº 44/ 2008 – COMPANHIA PORTUGUESA DE
HIPERMERCADOS/ACTIVOS SONAE DISTRIBUIÇÃO

1. INTRODUÇÃO

1. Em 22 de Julho de 2008, nos termos dos artigos 9.º e 31.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho (doravante “Lei da Concorrência”), foi notificada à Autoridade da Concorrência uma operação de concentração que consiste na aquisição, pela empresa Companhia Portuguesa de Hipermercados, S.A. (doravante “Auchan Portugal”), do controlo exclusivo sobre um conjunto de activos, anteriormente explorados pelo grupo Sonae Distribuição, SGPS, S.A., designados por “Modelo de Eiras”, “Modelo de Lagoa” e “Projecto de Condeixa” (doravante, e em conjunto, “Activos-Alvo”).
2. 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 b) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, por preencher a condição enunciada na alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º, do mesmo diploma legal.

2. AS PARTES

2.1. Empresa Adquirente – Auchan Portugal

3. A Auchan Portugal é uma empresa integrada no grupo multinacional de nacionalidade francesa, *Groupe Auchan*.
4. A Auchan Portugal encontra-se activa no sector da distribuição retalhista de bens alimentares e de grande consumo, nos formatos de hipermercado e supermercado, através das insígnias “*Jumbo*” e “*Pão de Açúcar*”
5. Para efeitos do artigo 10.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, os volumes de negócios do *Groupe Auchan* e da Notificante, Auchan Portugal, foram os seguintes:

Tabela 1: Volume de negócios do *Groupe Auchan* (milhões de €)

	2005	2006	2007
Portugal	[> 150]	[> 150]	[> 150]
EEE	n.d.	n.d.	n.d.
Mundial	33,607.8	34,687.6	36,714.6

Fonte: Notificante.

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

Tabela 2: Volume de negócios da Auchan Portugal (milhões de €)

	2005	2006	2007
Portugal	[> 150]	[> 150]	[> 150]
EEE	[> 150]	[> 150]	[> 150]
Mundial	[> 150]	[> 150]	[> 150]

Fonte: Notificante.

2.2. Empresas Adquiridas – Activos-Alvo

6. O conjunto de activos objecto da presente operação é composto pelo:

(i) Agregado comercial designado por "Modelo de Eiras", o qual integra os seguintes estabelecimentos comerciais:

- (1) *Modelo Eiras* – comércio a retalho inerente a um supermercado e actividades conexas;
- (2) *Modalfa Eiras* – comércio retalhista de pronto-a-vestir e respectivos acessórios;
- (3) *Espaço Promocional Modelo* – espaço destinado a área promocional;
- (4) *Área Saúde Eiras* – comercialização de medicamentos não sujeitos a receita médica e de outros artigos e produtos, nomeadamente de parafarmácia, cosmética, nutrição, higiene, e produtos naturais, bem como prestação de serviços associados a esta actividade; e,
- (5) *Centro Comercial de Eiras*;

(ii) Agregado comercial designado por "Modelo de Lagoa", o qual integra os seguintes estabelecimentos comerciais

- (1) *Modelo Lagoa*;
- (2) *Worten Lagoa* – comercialização a retalho de electrodomésticos, material de informática, telecomunicações, fotografia, equipamento de multimédia (áudio e vídeo), e respectivos acessórios;
- (3) *Modalfa Lagoa*;
- (4) *Área Saúde Lagoa*; e
- (5) *Centro Comercial de Lagoa*;

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

- (iii) Pelo conjunto designado por “Projecto de Condeixa”, o qual integra licenças para instalação de estabelecimento de comércio a retalho alimentar e não alimentar, bem como correspondentes terrenos, localizados no Concelho de Condeixa-a-Nova.

Tabela 3: Volume de negócios dos Activos a adquirir, em Portugal (milhões de €)

	2004	2005	2006
Modelo de Eiras	n.d.	[< 150]	[< 150]
Modelo de Lagoa	n.d.	n.d.	[< 150]
Projecto de Condeixa	n.a.	n.a.	n.a.

Fonte: Notificante.

3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

7. Conforme se referiu *supra*, a presente operação de concentração consiste na aquisição, pela Auchan Portugal, do controlo exclusivo sobre um conjunto de activos, anteriormente explorados pela Sonae Distribuição, a saber: (i) o conjunto de activos denominado Modelo de Eiras; (ii) o conjunto de activos denominado Modelo de Lagoa; e (iii) o conjunto de activos denominado Projecto de Condeixa.
8. A presente operação de concentração resulta da efectivação de parte dos compromissos de desinvestimento, assim como das condições e obrigações a eles inerentes, assumidos para com a AdC pela ora alienante, Sonae Distribuição, no âmbito do processo Ccent. 51/2007 – Sonae Distribuição/Carrefour¹.
9. 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 b) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, por preencher a condição enunciada na alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º, do mesmo diploma legal.

4. MERCADOS RELEVANTES

4.1. DISTRIBUIÇÃO RETALHISTA DE BASE ALIMENTAR

4.1.1. Mercado do Produto Relevante

10. Tendo por base a prática decisória recente da Autoridade da Concorrência, nomeadamente nos processos Ccent. 51/2007 – Sonae Distribuição/Carrefour e Ccent.

¹ Objecto de decisão de não oposição em 31 de Dezembro de 2007.

Versão Pública

01/2008 – Pingo Doce / Plus², a Notificante define o mercado do produto relevante como correspondendo ao mercado da distribuição retalhista de bens alimentares e de grande consumo em hipermercados, supermercados e lojas *discount*³.

11. Importa ainda acrescentar que a presente Operação envolve a aquisição de alguns espaços de retalho especializado que se encontram localizados junto dos supermercados Modelo a adquirir.
12. Ou seja, o Modelo de Eiras (Coimbra) envolve, para além do supermercado, uma loja Modalfa (artigos de vestuário e calçado), um Espaço Promocional Modelo (artigos de jardinagem e de comida para animais de estimação) e uma Área Saúde (artigos de parafarmácia e venda de medicamentos não sujeitos a receita médica). Por sua vez, o Modelo de Lagoa envolve, para além do supermercado, uma loja Worten (comercialização de electrodomésticos e electrónica de consumo), uma loja Modalfa, uma Área Saúde.
13. A Notificante refere que **[Confidencial – estratégia comercial]**, pelo que considera que não será necessário definir segmentos de comércio especializado como mercados relevantes.
14. No que concerne a temática de comércio especializado, a Autoridade da Concorrência aceita a posição da Notificante atendendo, nomeadamente, ao facto das conclusões jus-concorrenciais não serem distintas em função de uma eventual autonomização de um mercado de retalho especializado.
15. Face a todo o exposto e atendendo, em particular, à sua prática decisória, a Autoridade da Concorrência considera que o mercado do produto relevante, para efeitos da presente operação, corresponde ao *mercado retalhista de base alimentar, nos formatos hipermercados, supermercados e lojas discount*.

4.1.2. Mercado Geográfico Relevante

16. A Notificante baseou-se na prática decisória da Autoridade da Concorrência, no que concerne à delimitação do âmbito geográfico do mercado relevante. Nestes termos, considerou que o mercado geográfico pode ser definido como a área delimitada por uma isócrona de 30 minutos em torno das lojas Modelo adquiridas, nomeadamente

² Objecto de uma decisão de não oposição em 29 de Abril de 2008.

³ Nos processos Ccent. 51/2007 – Sonae Distribuição / Carrefour e Ccent. 01/2008 – Pingo Doce / Plus, a Autoridade da Concorrência definiu o mercado do produto como sendo o da distribuição retalhista de base alimentar em hipermercados, supermercados e lojas *discount*, incluindo neste toda uma gama mais ou menos ampla de produtos alimentares e não alimentares de grande consumo que são comercializados naqueles estabelecimentos. Ou seja, o mercado proposto pela Notificante, que inclui bens alimentares e de grande consumo, corresponde ao mercado definido pela Autoridade da Concorrência nos processos *supra* identificados.

naqueles casos em que existem estabelecimentos de formato hipermercado nas áreas de influência destas lojas⁴.

17. Por outro lado, e novamente com base na mesma prática⁵, a Notificante considerou, ainda, a existência de uma sobreposição significativa entre as áreas de influência de dois estabelecimentos de retalho alimentar incluindo-as, assim, num mesmo mercado geográfico relevante.
18. Nestes termos, a Notificante concluiu que: (i) o âmbito geográfico associado ao Modelo de Lagoa corresponde à área de influência deste estabelecimento, delimitada pela isócrona de 30 minutos definida em torno do estabelecimento a adquirir; e (ii) no caso do Modelo de Eiras (Coimbra) e Projecto de Condeixa, o âmbito geográfico do mercado é definido pelas áreas de influência destes estabelecimentos, delimitadas pelas linhas isócronas de 30 minutos definidas em torno de cada um daqueles estabelecimentos⁶.
19. Face a todo o exposto e atendendo, em particular, à sua prática decisória e ao facto de uma definição mais restrita do mercado geográfico não afectar as conclusões da avaliação jusconcorrencial, a Autoridade da Concorrência aceita, para efeitos do presente procedimento, o âmbito geográfico dos mercados que foi proposta pela Notificante.

4.2. Actividade de Aprovisionamento

20. A actividade de distribuição retalhista de base alimentar tem, a montante, uma actividade de aprovisionamento onde actuam as empresas que fornecem os retalhistas de base alimentar. Nesta perspectiva, a actividade de aprovisionamento é considerada uma actividade relacionada com o mercado de retalho de base alimentar.
21. Embora as Participantes não se encontrem presentes, do lado da oferta, na actividade de aprovisionamento⁷, poderia importar, ainda assim, a definição do(s) mercado(s)

⁴ Cfr., por exemplo, decisão da Autoridade da Concorrência no processo Ccent. 01/2008 – Pingo Doce / Plus.

⁵ Cfr. decisões da Autoridade da Concorrência nos processos Ccent. 51/2007 – Sonae Distribuição / Carrefour e Ccent. 01/2008 – Pingo Doce / Plus.

⁶ No caso dos estabelecimentos localizados na área de Coimbra (i.e., Eiras e Condeixa), definiu-se apenas um mercado geográfico, por se ter concluído que, em resultado destes dois estabelecimentos distarem, entre si, cerca de 20 kms, existe uma sobreposição significativa entre as áreas de influência dos mesmos.

⁷ Existem, no mercado português, operadores de retalho alimentar que actuam no(s) mercado(s) de aprovisionamento, simultaneamente, do lado da oferta (enquanto fabricantes/fornecedores) e do lado da procura (enquanto operadores que se aprovisionam para actividades de distribuição retalhista ou grossista). É, em especial, o caso do Grupo Jerónimo Martins, que acumula uma presença de relevo na distribuição retalhista de base alimentar, com uma presença no fabrico de produtos alimentares (óleos alimentares e azeites, margarinas, caldos, sopas, gelados, entre outros) e de limpeza doméstica e higiene pessoal (detergentes, cuidados da pele, desodorizantes, higiene oral, entre outros) em parceria com a Unilever.

relacionado(s) do aprovisionamento, nomeadamente se, em consequência da presente operação, resultasse um eventual reforço significativo do poder negocial da empresa Adquirente face aos seus fornecedores e, ao mesmo tempo, se identificasse um mecanismo através do qual esse mesmo eventual reforço do poder negocial fosse susceptível de ter um impacto anti-concorrencial sobre o mercado de retalho de base alimentar⁸.

22. Não obstante, a Autoridade da Concorrência considera que, atendendo à dimensão da empresa Adquirente e Activos a adquirir no retalho alimentar a nível nacional (cfr. ponto 23 e seguintes), à qual corresponderá, necessariamente, uma dimensão grosso modo equivalente ao nível do aprovisionamento, não se revela necessário proceder a uma definição de mercado(s) de aprovisionamento, no presente procedimento.

5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

5.1. *Análise a nível nacional*

23. Como forma de enquadramento da presente Operação, apresentam-se dados sobre a dimensão e evolução da grande distribuição (i.e., retalho de base alimentar nos formatos hipermercado, supermercado e lojas *discount*), em Portugal, e peso relativo dos principais operadores.
24. Conforme resulta das Tabela 4, o número de estabelecimentos de retalho de base alimentar, controlado pelos principais operadores de mercado, tem crescido de forma acentuada ao longo dos últimos três anos, prevendo-se idêntica tendência nos próximos anos atendendo, em particular, ao número de estabelecimentos que já se encontram licenciados mas que ainda não entraram em funcionamento.
25. De facto, o número de lojas associadas à grande distribuição aumentou cerca de 12% ao ano, entre o ano de 2005 e o ano de 2007. Já o número de novos licenciamentos corresponde a cerca de 28% das lojas que se encontravam em funcionamento em finais de 2007.

⁸ Vd. prática decisória da Autoridade da Concorrência, designadamente no processo Ccent. 51/2007 – Sonae Distribuição/Carrefour.

Tabela 4: Número de lojas por operador a nível nacional

Operador e Insignias	2005		2006		2007		Cenário pós- operação*** (incluindo novos licenciamentos)	
	Número de lojas	%	Número de lojas	%	Número de lojas	%	Número de lojas	%
Auchan (Jumbo e Pão de Açúcar)	17	1,5	17	1,4	19	1,4	39	2,2
Lojas Modelo a adquirir	1	0,1	2	0,2	2	0,1	3	0,2
Auchan + Lojas a adquirir	18	1,6	19	1,6	21	1,5	42	2,4
Modelo Continente (Continente, Modelo e Bonjour)*	106	9,7	116	9,6	126	9,2	180	10,3
Jerónimo Martins (Pingo Doce e Feira Nova)**	207	18,9	226	18,7	256	18,7	471	26,9
Carrefour (Carrefour e Minipreço)*	358	32,6	390	32,3	448	32,8	488	27,9
ITMI (Intermarché, Ecomarché e Netto)	183	16,7	192	15,9	214	15,7	283	16,2
Lidl	161	14,7	180	14,9	196	14,3	224	12,8
Tengelmann (Plus)**	50	4,6	64	5,3	75	5,5	0	0,0
E.Leclerc	12	1,1	14	1,2	19	1,4	33	1,9
El Corte Inglés	2	0,2	3	0,2	3	0,2	3	0,2
Aldi	0	0,0	5	0,4	9	0,7	26	1,5
TOTAL	1097	100	1209	100	1367	100	1750	100

Fonte: Notificante.

*As lojas Carrefour foram adquiridas pela Modelo Continente em finais de 2007.

** As lojas Plus foram adquiridas pela Jerónimo Martins em 2008.

*** As lojas das insignias Carrefour e Plus foram incluídas na quota da Modelo Continente e da Jerónimo Martins, respectivamente.

26. O crescimento do número de hipermercados, supermercados e lojas *discount* tem sido acompanhado pelo aumento da área total de vendas, controlada pelos principais operadores de mercado, tendo, esta, crescido a uma taxa de cerca de **[5-15]**% ao ano, entre o ano de 2005 e o ano de 2007. Já a área de vendas associada aos novos licenciamentos corresponde a cerca de **[30-45]**% da área de vendas que se encontrava em funcionamento em finais de 2007 (cfr. Tabela 5).

Tabela 5: Área de vendas por operador a nível nacional

Operador e Insignias	2005		2006		2007		Cenário pós-operação*** (incluindo novos licenciamentos)	
	Área de Vendas (m ²)	%	Área de Venda (m ²)	%	Área de Vendas (m ²)	%	Área de Vendas (m ²)	%
Auchan (Jumbo e Pão de Açúcar)	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[10-20]
Lojas Modelo a adquirir	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Auchan + Lojas a adquirir	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[10-20]
Modelo Continente (Continente, Modelo e Bonjour)*	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
Jerónimo Martins (Pingo Doce e Feira Nova)**	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
Carrefour (Carrefour e Minipreço)*	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[0-10]
ITMI (Intermarché, Ecomarché e Netto)	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
Lidl	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
Tengelmann (Plus)**	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
E.Leclerc	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
El Corte Inglés	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Aldi	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
TOTAL	[1.200.000 - 1.400.000]	100	[1.300.000 - 1.500.000]	100	[1.500.000 - 1.700.000]	100	[2.100.000 - 2.300.000]	100

Fonte: Notificante.

*As lojas Carrefour foram adquiridas pela Modelo Continente em finais de 2007.

** As lojas Plus foram adquiridas pela Jerónimo Martins em 2008.

*** As lojas das insignias Carrefour e Plus foram incluídas na quota da Modelo Continente e da Jerónimo Martins, respectivamente.

27. A Modelo Continente e a Jerónimo Martins são os maiores operadores do retalho de base alimentar em Portugal, controlando, cada um destes, uma área de vendas superior a **[20-30]**% de toda a área de vendas de retalho de alimentar em Portugal (incluindo novos licenciamentos).

28. A empresa Adquirente, no presente procedimento, controla cerca de **[5-15]**% da totalidade nacional de área de vendas de retalho alimentar, a qual será, apenas ligeiramente, incrementada em resultado da Operação – os activos a adquirir correspondem a menos de **[0-10]**% de toda a área de retalho alimentar no território nacional.

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

5.2. Avaliação jus-concorrencial a nível dos mercados locais

5.2.1. Mercado da distribuição a retalho de bens alimentares em Coimbra

29. Este mercado é constituído por 32 lojas de formato supermercado, hipermercado ou *discount*, encontrando-se ainda licenciados 11 novos estabelecimentos. A empresa Adquirente passará a deter, no cenário pós-operação, 2 lojas e um projecto para a abertura de um novo estabelecimento (cfr. tabela Tabela 6).

Tabela 6: Número de estabelecimentos no mercado de distribuição de bens de retalho de base alimentar na área de Coimbra

Operador e Insignias	2005	2006	2007	Cenário pós-operação*** (incluindo novos licenciamentos)
Auchan (Jumbo e Pão de Açúcar)	1	1	1	1
Lojas Modelo a adquirir	1	1	1	2
Auchan + Lojas a adquirir	2	2	2	3
Modelo Continente (Continente, Modelo e Bonjour)*	1	2	2	3
Carrefour (Carrefour e Minipreço)*	3	6	6	7
Jerónimo Martins (Pingo Doce e Feira Nova)**	3	3	4	9
ITMI (Intermarché, Ecomarché e Netto)	5	5	6	7
Lidl	4	6	7	8
Outros	8	5	5	6
TOTAL	26	29	32	43

Fonte: Notificante.

*As lojas Carrefour foram adquiridas pela Modelo Continente em finais de 2007.

** As lojas Plus foram adquirida pela Jerónimo Martins em 2008.

*** As lojas das insignias Carrefour e Plus foram incluídas na quota da Modelo Continente e da Jerónimo Martins, respectivamente.

30. Este é um mercado em forte expansão, tendo a área total de vendas crescido, em média, a uma taxa de cerca de [15-25]% ao ano entre 2005 e 2007. Este é um crescimento que se prevê que seja mantido nos próximos anos, atendendo, em particular, à área de vendas correspondente a novos estabelecimentos licenciados, a qual representa cerca de [20-30]% da área em funcionamento no final de 2007 (cfr. Tabela 7).

31. Em resultado da operação de concentração projectada, a quota de mercado da Auchan passará de [5-15]% para [10-20]%, mantendo esta empresa uma quota de mercado claramente inferior à do maior operador do mercado, a Modelo Continente (cfr. Tabela 7).

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

Tabela 7: Área de vendas por operador e quotas, a nível do mercado de distribuição de bens de retalho de base alimentar na área de Coimbra

Operador e Insignias	2005		2006		2007		Cenário pós-operação*** (incluindo novos licenciamentos)	
	Área de Vendas (m ²)	%	Área de Vendas (m ²)	%	Área de Vendas (m ²)	%	Área de Vendas (m ²)	%
Auchan (Jumbo e Pão de Açúcar)	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[0-10]	[...]	[5-15]
Lojas Modelo a adquirir	[...]	[0-10]	[...]	[5-15]	[...]	[0-10]	[...]	[5-15]
Auchan + Lojas a adquirir	[...]	[20-30]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
Modelo Continente (Continente, Modelo e Bonjour)*	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
Carrefour (Carrefour e Minipreço)*	[...]	[0-10]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[0-10]
Jerónimo Martins (Pingo Doce e Feira Nova)**	[...]	[5-15]	[...]	[0-10]	[...]	[5-15]	[...]	[10-20]
ITMI (Intermarché, Ecomarché e Netto)	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
Lidl	[...]	[5-15]	[...]	[5-15]	[...]	[5-15]	[...]	[5-15]
Outros	[...]	[5-15]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
TOTAL	[30.000-40.000]	100	[40.000-50.000]	100	[45.000-55.000]	100	[40.000-70.000]	100

Fonte: Notificante.

* As lojas Carrefour foram adquiridas pela Modelo Continente em finais de 2007.

** As lojas Plus foram adquiridas pela Jerónimo Martins em 2008.

*** As lojas das insignias Carrefour e Plus foram incluídas na quota da Modelo Continente e da Jerónimo Martins, respectivamente.

32. Os valores do índice de *Herfindahl-Hirschman*⁹ e *Delta*¹⁰ que resultam da operação são iguais a cerca de [<2000] e [<250], respectivamente, o que, segundo a prática decisória da AdC e da Comissão Europeia, assim como as Linhas de Orientação da Comissão Europeia sobre concentrações horizontais¹¹, indicia que a presente operação de concentração não é de criar preocupações concorrenciais de natureza horizontal.

⁹ O Índice de *Herfindahl-Hirschman* ou *IHH* é calculado como a soma dos quadrados das quotas das empresas a operar no mercado relevante, sendo frequentemente utilizado como uma medida do grau de concentração de mercado (este índice pode variar entre 0 e 10.000). A AdC e a Comissão Europeia aplicam o Índice *Herfindahl-Hirschman* (*IHH*) para conhecer o nível de concentração global existente num mercado – neste sentido vão as mais recentes *guidelines* em matéria de apreciação de concentrações nos termos do Regulamento de controlo de concentrações (cf. Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5 de Fevereiro de 2004).

¹⁰ O *Delta* mede a variação no *IHH* que resulta da Operação.

¹¹ Vide parágrafo 20 das Orientações para a apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas, JOCE n.º C 31, de 5 de Fevereiro de 2004.

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

33. Acrescente-se ainda a presença de pelo menos 5 outros operadores concorrentes neste mercado, para além da Auchan, os quais, em conjunto, operam 40 estabelecimentos de retalho alimentar (incluindo novos licenciamentos).
34. Ademais, a empresa vendedora dos Activos, Sonae Distribuição, através da Modelo Continente, continuará presente no mercado relevante em análise, continuando a ser, aliás, o maior operador de mercado.
35. Por último, saliente-se que uma avaliação jusconcorrencial assente numa definição mais restrita do mercado geográfico não alteraria as presentes conclusões, já que os valores de quotas de mercado resultantes da presente operação não ultrapassariam [15-25]% por referência a isócronas de 10 e 20 minutos em torno do estabelecimento a adquirir. A única excepção prende-se com a apreciação jusconcorrencial da área delimitada em 10 minutos em torno do Projecto de Condeixa (cuja quota ascenderia a cerca de [35-45]%).
36. Contudo, relativamente a este aspecto, note-se que esta apreciação encontrar-se-ia centrada, unicamente, no projecto licenciado, e logo, isolado do restante mercado circundante da zona de Coimbra, bem como se trataria de uma mera aquisição de quota ao actual maior concorrente a nível nacional. Assim, a AdC considera que o valor de quota em causa não suscita preocupações de natureza jusconcorrencial.
37. Nestes termos, e atendendo aos factos referidos *supra*, a AdC conclui que a presente operação não será susceptível de criar uma posição dominante, da qual resultem entraves significativos à concorrência, no presente mercado relevante.

5.2.2. Mercado da distribuição a retalho de bens alimentares em Lagoa

38. Este mercado é constituído por 52 lojas de formato supermercado, hipermercado ou *discount*, encontrando-se ainda licenciados 10 novos estabelecimentos. A empresa Adquirente passará a deter, no cenário pós-operação, apenas o estabelecimento a Adquirir no presente mercado (cfr. Tabela 8)¹².

¹² [Confidencial].

Tabela 8: Número de estabelecimentos no mercado de distribuição de bens de retalho de base alimentar na área de Lagoa

Operador e Insignias	2005	2006	2007	Cenário pós-operação*** (incluindo novos licenciamentos)
Auchan (Jumbo e Pão de Açúcar)	0	0	0	0
Loja Modelo a adquirir	0	1	1	1
Auchan + Loja a adquirir	0	1	1	1
Modelo Continente (Continente, Modelo e Bonjour)*	4	4	4	5
Carrefour (Carrefour e Minipreço)*	1	2	3	3
Jerónimo Martins (Pingo Doce e Feira Nova)**	4	4	4	14
E.Leclerc	1	1	2	2
ITMI (Intermarché, Ecomarché e Netto)	1	2	11	14
Lidl	4	4	4	4
Aldi	0	2	3	3
Tengelmann (Plus)**	5	5	5	0
Outros	24	24	15	16
TOTAL	44	49	52	62

Fonte: Notificante.

*As lojas Carrefour foram adquiridas pela Modelo Continente em finais de 2007.

** As lojas Plus foram adquiridas pela Jerónimo Martins em 2008.

*** As lojas das insignias Carrefour e Plus foram incluídas na quota da Modelo Continente e da Jerónimo Martins, respectivamente.

39. Este é um mercado em forte expansão, tendo a área total de vendas crescido, em média, a uma taxa de cerca de [10-20]% ao ano entre 2005 e 2007. Este é um crescimento que se prevê que seja mantido nos próximos anos, atendendo, em particular, à área de vendas correspondente a novos estabelecimentos licenciados, a qual representa cerca de [25-35]% da área em funcionamento no final de 2007 (cfr. Tabela 9).

40. Em resultado da operação de concentração projectada, a quota de mercado da Auchan passará de [0-10]% para [0-10]%, mantendo esta empresa uma quota de mercado claramente inferior à dos maiores operadores do mercado, a Modelo Continente, a Jerónimo Martins ou a ITMI (cfr. Tabela 9).

Tabela 9: Área de vendas por operador e quotas, a nível do mercado de distribuição de bens de retalho de base alimentar na área de Lagoa

Operador e Insignias	2005		2006		2007		Cenário pós-operação*** (incluindo novos licenciamentos)	
	Área de Vendas (m ²)	%	Área de Vendas (m ²)	%	Área de Vendas (m ²)	%	Área de Vendas (m ²)	%

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

Auchan (Jumbo e Pão de Açúcar)	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Loja Modelo a adquirir	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Auchan + Loja a adquirir	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Modelo Continente (Continente, Modelo e Bonjour)*	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]	[...]	[25-35]	[...]	[25-35]
Carrefour (Carrefour e Minipreço)*	[...]	[0-10]	[...]	[5-15]	[...]	[5-15]	[...]	[0-10]
Jerónimo Martins (Pingo Doce e Feira Nova)**	[...]	[5-15]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[20-30]
E.Leclerc	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
ITMI (Intermarché, Ecomarché e Netto)	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[5-15]	[...]	[10-15]
Lidl	[...]	[5-15]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Aldi	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Tengelmann (Plus)**	[...]	[5-15]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Outros	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
TOTAL	[40.000 - 50.000]	100	[50.000 - 60.000]	100	[50.000 - 60.000]	100	[70.000 - 80.000]	100

Fonte: Notificante.

*As lojas Carrefour foram adquiridas pela Modelo Continente em finais de 2007.

** As lojas Plus foram adquiridas pela Jerónimo Martins em 2008.

*** As lojas das insígnias Carrefour e Plus foram incluídas na quota da Modelo Continente e da Jerónimo Martins, respectivamente.

41. Os valores do índice de *Herfindahl-Hirschman* e *Delta* que resultam da operação, são iguais a cerca de [<2000] e [<250], respectivamente, o que, segundo a prática decisória da AdC e da Comissão Europeia, assim como as Linhas de Orientação da Comissão Europeia sobre concentrações horizontais, indicia que a presente operação de concentração não é de criar preocupações concorrenciais de natureza horizontal¹³.
42. Acrescente-se ainda a presença de pelo menos 7 outros operadores concorrentes neste mercado, para além da Auchan, os quais, em conjunto, operam 61 estabelecimentos de retalho alimentar (incluindo novos licenciamentos).
43. Ademais, a empresa vendedora dos Activos, a Sonae Distribuição, através da Modelo Continente, continuará presente no mercado relevante em análise, continuando a ser, aliás, o maior operador de mercado.
44. Por último, saliente-se que uma avaliação jusconcorrencial assente numa definição mais restrita do mercado geográfico não alteraria as presentes conclusões, já que os valores de quotas de mercado resultantes da presente operação não ultrapassariam [5-15]% por referência a isócronas de 10 e 20 minutos em torno do estabelecimento a adquirir.

¹³ Vide notas de rodapé 9 a 11.

45. Nestes termos, e atendendo aos factos referidos *supra*, a AdC conclui que a presente operação não será susceptível de criar uma posição dominante, da qual resultem entraves significativos à concorrência, no presente mercado relevante.

5.3. Conclusão da Avaliação Jus-Concorrencial

46. Face ao exposto, concluiu a AdC que a operação de concentração em apreço, conforme projectada, não será susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual resultem entraves significativos à concorrência nos mercados retalhistas de base alimentar de (i) Coimbra; e (ii) Lagoa.

6. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

47. 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 por a presente decisão ser de não oposição.

VI – DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

48. 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 de reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva nos mercados retalhistas de base alimentar de (i) Coimbra; e (ii) Lagoa.

Lisboa, 21 de Agosto de 2008

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Manuel Sebastião
(Presidente)

Jaime Andrez
(Vogal)

João Noronha
(Vogal)