

Versão Pública

**AC – I – Ccent. 4/2009
CERUTIL / VISTA ALEGRE ATLANTIS**

**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)

19/02/2009

DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO DO CONSELHO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

Processo Ccent. 04/2009 - CERUTIL / VISTA ALEGRE ATLANTIS

I – INTRODUÇÃO

1. Em 28 de Janeiro de 2009, 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, nos termos da qual a *Cerutil Cerâmicas Utilitárias, S.A.* (doravante “Cerutil”) pretende adquirir o controlo exclusivo sobre a *VAA – Vista Alegre Atlantis, SGPS, S.A.* (doravante “VAA”), através de uma Oferta Pública de Aquisição sobre a totalidade das acções representativas do capital social desta última.
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 a), do n.º 3, do mesmo artigo, e encontra-se sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, nos termos do artigo 9.º, n.º 1, alínea b) do mesmo diploma.

II – AS PARTES

2.1 Empresa Notificante – Cerutil

3. A Cerutil é uma empresa integrada no Grupo Visabeira e activa, quase exclusivamente, ao nível da produção e exportação de artigos de cerâmica utilitária em grés, designadamente louça de ir ao forno.
4. Por sua vez, o Grupo Visabeira está activo ao nível de uma diversidade de sectores, destacando-se, em Portugal, as actividades ao nível das infra-estruturas para telecomunicações, electricidade e gás, da construção civil, da indústria de móveis para cozinha, do imobiliário e do turismo e lazer.

5. Nos termos do artigo 10.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, os volumes de negócios da Cerutil e do Grupo Visabeira, para os anos de 2006, 2007 e 2008, foram os seguintes:

Tabela 1: Volume de Negócios da Cerutil e do Grupo Visabeira, em Portugal, para os anos de 2006, 2007 e 2008 (Milhões de Euros)

	2006	2007	2008*
Grupo Visabeira	[>150]	[>150]	n.d.
Cerutil	[<150]	[<150]	[<150]

Fonte: Notificante.

* Dados provisórios.

2.2 Empresa Adquirida – VAA

6. A VAA é uma empresa cotada na Euronext Lisbon e *holding* do Grupo Vista Alegre Atlantis. O grupo empresarial que a VAA encabeça dedica-se à produção e distribuição de artigos utilitários e ornamentais em cerâmica, vidro e cristal, explorando, ainda, uma cadeia de lojas próprias com as insígnias *Vista Alegre*, *Atlantis* e *Vista Alegre Atlantis*.
7. Nos termos do artigo 10.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, os volumes de negócios da VAA, para os anos de 2006, 2007 e 2008, foram os seguintes:

Tabela 2: Volume de Negócios da VAA, em Portugal, para os anos de 2006, 2007 e 2008 (Milhões de Euros)

	2006	2007	2008*
VAA	[>2]	[>2]	[>2]

Fonte: Notificante.

* Dados provisórios, relativos aos três primeiros trimestres de 2008.

III – Natureza da Operação

8. Conforme referido *supra*, a presente transacção tem por base o lançamento de uma Oferta Pública Geral de Aquisição, anunciada pela Cerutil ao mercado em 19 de Janeiro de 2009, e na

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

qual esta se obriga a adquirir a totalidade das acções representativas do capital social do Grupo VAA, que, até ao termo do prazo da oferta, forem objecto de aceitação válida, e desde que representem, pelo menos, 50,01% do capital social da sociedade visada.

9. Nestes termos, a presente operação consubstancia uma concentração de empresas, na acepção do artigo 8.º, n.º 1, alínea b) e do n.º 3, alínea a) da Lei da Concorrência, encontrando-se a mesma sujeita a obrigatoriedade de notificação prévia, em virtude do preenchimento do critério previsto no artigo 9.º, n.º 1, alínea b) do mesmo normativo.

IV – Definição de Mercado Relevante e Avaliação Jusconcorrencial

4.1 Definição de Mercado do Produto Relevante

10. Atendendo a que a VAA se encontra activa – através das suas participadas – no fabrico e distribuição de artigos utilitários e decorativos em cerâmica e de artigos utilitários e decorativos em vidro e cristal, considera a notificante que os mercados do produto relevante deverão corresponder (i) ao *mercado da produção e distribuição de artigos utilitários e decorativos em cerâmica*; e (ii) ao *mercado da produção e distribuição de artigos utilitários e decorativos em vidro e cristal*.
11. O mercado do fabrico de cerâmica utilitária e decorativa, tal como proposto pela notificante, engloba os artigos que dizem respeito à confecção, apresentação, serviço e consumo de alimentos (*tableware*) e os artigos de mero efeito estético ou decorativo. De acordo com proposta da Notificante, enquadram-se neste mercado relevante os produtos em porcelana, em faiança, em barro vermelho, em grés e outros materiais análogos, obtidos através de diferentes composições e processos de fabrico.
12. Ainda assim, a Notificante não exclui a possibilidade de os artigos utilitários em grés (subproduto de cerâmica, comumente utilizado na fabrico de “louça de forno”), ao nível do qual a Cerutil se encontra activa, representar um mercado relevante autónomo. Este entendimento prende-se com as características funcionais dos artigos fabricados em grés, designadamente, a sua elevada resistência a choques térmicos.

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

13. A Autoridade da Concorrência considera não se justificar esta autonomização, como mercado relevante, da actividade de produção de louça de forno em grés, relativamente à actividade mais abrangente da produção e distribuição de artigos utilitários e decorativos em cerâmica, pelos motivos que se seguem.
14. As características funcionais inerentes àquele subproduto da cerâmica, ainda que tornem os seus produtos diferenciados face aos restantes, dificilmente os tornarão únicos ou insubstituíveis por quaisquer outros. De facto, a própria notificante aponta a louça de forno em porcelana, ou em barro vermelho, como produtos cujas características funcionais de elevada resistência a choques térmicos os tornam substituíveis relativamente aos produtos de louça de forno em grés.
15. Acresce que as conclusões da avaliação jusconcorrencial da operação de concentração não seriam distintas caso se optasse por autonomizar a produção de porcelana em grés. Sendo aquele o único segmento no qual existe sobreposição entre as actividades das partes, também não seriam distintas caso se optasse por uma delimitação mais lata para aquele mercado, como por exemplo, autonomizando a “louça de forno”.
16. Também no que concerne à actividade da *produção e distribuição de artigos utilitários e decorativos em vidro e cristal*, a AdC não se opõe à definição proposta pela notificante. De facto, atendendo a que não existe sobreposição horizontal das actividades da notificante e da adquirida naquele tipo de produtos (a Cerutil não está activa neste segmento), as conclusões jusconcorreciais relativas ao impacto da operação de concentração não se alterariam, caso se optasse por segmentações adicionais no âmbito destes produtos.
17. Em face de todo o exposto, a AdC aceita como mercados do produto relevantes para efeitos da presente operação de concentração, o (i) *mercado dos artigos utilitários e decorativos em cerâmica* (incluindo louça de forno em grés); e o (ii) *mercado dos artigos utilitários e decorativos em vidro e cristal*.

4.2 Definição de Mercado do Geográfico Relevante

18. A notificante considera que ambos os mercados do produto definidos *supra* têm dimensão nacional.
19. Com efeito, entende que, sem prejuízo das necessidades e preferências dos consumidores e o tipo de produto serem relativamente idênticas em termos mundiais, a satisfação da sua procura implica, quase inevitavelmente, a presença de uma estrutura de distribuição de base nacional.
20. De facto, a AdC não diverge da notificante no entendimento de que, ao nível da distribuição, a importância da rede de distribuição de base nacional pode determinar que o mercado não seja mais lato que o território nacional.
21. No entanto, de acordo com a informação submetida pela notificante, entre 2003 e 2007, as empresas produtoras, em Portugal, exportaram mais de metade da sua produção. Por outro lado, ainda de acordo com as estimativas da notificante, cerca de 18 a 23% das vendas nacionais tiveram origem em importações. Marcas como a Rosenthal, a Villeroy & Boch, que pertencem a produtores estrangeiros, são identificados pelas Partes como importantes concorrentes. A própria adquirente, a Cerutil, de acordo com a informação submetida, exporta mais de [90-100]% da sua produção.
22. Como tal, não é de excluir, no que concerne à produção de artigos de cerâmica, que o mercado relevante possa assumir uma dimensão supra nacional, sendo que, em todo o caso, importaria sempre analisar os efeitos da presente operação ao nível do território nacional. De forma a aferir dos exactos limites do mercado, seria necessário proceder a uma avaliação mais aprofundada dos fluxos comerciais e da representatividade dos custos de transporte no preço unitário do produto. No entanto, dada a ausência de preocupações jusconcorrenciais associadas à presente operação de concentração, qualquer que seja a delimitação geográfica adoptada (nacional ou supra nacional), tal investigação não se revela necessária.

23. Assim, para efeitos da presente operação de concentração, a AdC não se opõe à definição de mercado geográfico proposta pela notificante, considerando que os mercados de produto relevantes para efeitos da presente operação de concentração assumem dimensão nacional.

4.3 Conclusão dos Mercados Relevantes

24. De todo o exposto resulta que se consideram, para efeitos da presente operação de concentração, como mercados relevantes, o (i) *mercado nacional dos artigos utilitários e decorativos em cerâmica*, e o (ii) *mercado nacional dos artigos utilitários e decorativos em vidro e cristal*.

4.4 Avaliação Jusconcorrencial

4.4.1 Mercado nacional dos artigos utilitários e decorativos em cerâmica (incluindo louça de forno em grés)

25. Neste mercado estão presentes ambas as empresas participantes na operação de concentração, ainda que a actividade da adquirente, Cerutil, se limita à produção e comercialização de louça em grés. Assim, apesar de se verificar sobreposição horizontal da actividade das Partes neste mercado relevante, a expressividade desta sobreposição ao nível do mercado nacional dos artigos utilitários e decorativos em cerâmica (incluindo louça de forno em grés) é diminuta, tal como se pode constatar na tabela seguinte:

Tabela 3: Quota de mercado da adquirente e adquirida nos artigos utilitários e decorativos em cerâmica

	2007
VAA	[10-20]%
Cerutil	[<1]%
Quota Pós-Operação	[10-20]%

Fonte: Notificante.

26. Mesmo que se tivesse optado por autonomizar a louça de forno em grés face aos restantes artigos utilitários e decorativos em cerâmica, a representatividade da Cerutil não ultrapassaria os [0-10]%, sendo que a VAA assumiria, ao nível daquele produto, uma representatividade de [0-10]%, segundo estimativas da Notificante.
27. Como tal, considera a AdC que a presente operação de concentração não suscita preocupações jusconcorrenciais ao nível do mercado relevante dos artigos utilitários e decorativos em cerâmica.

4.4.2 Mercado nacional dos artigos utilitários e decorativos em vidro e cristal.

28. A adquirente - Cerutil - não está activa ao nível da produção e distribuição de artigos utilitários e decorativos em vidro e cristal, sendo que a quota da VAA, neste mercado, em 2007, não ultrapassou os 10%.
29. Uma vez que não existe sobreposição horizontal das actividades da adquirente e da adquirida neste mercado relevante, e tendo também em consideração a reduzida representatividade da VAA, conclui a Autoridade da Concorrência que a operação de concentração em causa não suscita preocupações jusconcorrenciais no mercado relevante dos artigos utilitários e decorativos em vidro e cristal.

V – Audiência Dos Interessados

30. Nos termos do n.º 2 do artigo 38.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, foi dispensada a audiência prévia dos autores da notificação, dada a ausência de contra-interessados e por a presente decisão ser de não oposição.

VI – Deliberação Do Conselho

31. 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 se afigura susceptível de criar ou de reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência no (i) *mercado nacional dos artigos utilitários e decorativos em cerâmica* (incluindo louça de forno em grés); e no (ii) *mercado nacional dos artigos utilitários e decorativos em vidro e cristal*.

Lisboa, 19 de Fevereiro de 2009

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

Jaime Andrez
(Vogal)

João Noronha
(Vogal)