

Ccent. 14/2009
DOMINO / LABELJET

Decisão de Inaplicabilidade
da Autoridade da Concorrência

[alínea a) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho]

DECISÃO DE INAPLICABILIDADE DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

Processo Ccent. 14/2009 – DOMINO / LABELJET

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 28 de Abril 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 que consiste na aquisição, pela Domino Printing Sciences, plc (doravante “Domino”, “Notificante” ou “Adquirente”), do controlo exclusivo da Labeljet – Comércio e Indústria de Etiquetas, S.A. (doravante “Labeljet” ou “Adquirida”) e da sua subsidiária Marque TDI – Tecnologias de Codificação S.A (doravante “Marque TDI”).
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, no entender da Notificante, está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, por se encontrar preenchido o critério da alínea a) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma legal.

2. AS PARTES

2.1 Empresas Participantes

2.1.1. Empresa Adquirente

3. A Domino é uma empresa com sede em Cambridge, Reino Unido, que se dedica à produção de equipamentos de codificação e impressão (a laser, jacto de tinta e térmica) e de produtos e serviços conexos. Em Portugal, a Domino não detém subsidiárias activas, sendo os seus produtos distribuídos através de um importador / distribuidor independente, a Marque TDI, sociedade detida integralmente pela Labeljet.
4. O volume de negócios da Notificante, calculado nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, consta da seguinte tabela:

Tabela 1 – Volume de negócios do Domino, para os anos de 2006 a 2008

<i>Milhões Euros</i>	2006	2007	2008
Portugal	[<150]	[<150]	[<150]
EEE	[<150]	[<150]	[<150]
Mundial	[<150]	[<150]	[<150]

Fonte: Notificante

2.1.2. Empresa Adquirida

5. A Labeljet, através da sua subsidiária Marque TDI, comercializa equipamentos de codificação e impressão e produtos e serviços conexos. A gama de produtos comercializados engloba máquinas de codificação e impressão com tecnologia laser, jacto de tinta e térmica, bem como produtos e serviços conexos.
6. A Marque TDI distribui em Portugal os equipamentos da Notificante, bem como os equipamentos de outros produtores, tais como a [Confidencial], a [Confidencial] e a [Confidencial].
7. O volume de negócios da Adquirida, calculado nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, consta da seguinte tabela:

Tabela 2 – Volume de negócios da Labeljet, para os anos de 2006 a 2008

<i>Milhões Euros</i>	2006	2007	2008
Portugal	[<150]	[<150]	[<150]
EEE	[<150]	[<150]	[<150]
Mundial	[<150]	[<150]	[<150]

Fonte: Notificante

3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

8. Nos termos do Contrato de Compra e Venda de Acções, celebrado no dia 17 de Abril de 2009, os dois accionistas da Labeljet obrigam-se a vender à Domino a totalidade das acções representativas do capital social da Labeljet. A Domino adquire, por este meio, o controlo exclusivo da Labeljet e da sua subsidiária Marque TDI.

9. Esta aquisição constitui uma operação de concentração, nos termos e para os efeitos do artigo 8.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

4. MERCADOS RELEVANTES

4.1. Mercado do Produto Relevante

10. Como atrás referido, a Domino desenvolve e produz, à escala mundial, equipamentos para codificação industrial e sistemas de marcação para a identificação de produtos, com base em diversas tecnologias. Os produtos da Domino são fabricados maioritariamente no Reino Unido e na Suécia. Esta empresa não exerce quaisquer actividades em Portugal, sendo a distribuição dos seus produtos, neste território, realizada exclusivamente pela Marque TDI.
11. A Labeljet, através da Marque TDI, comercializa equipamentos para codificação industrial e sistemas de marcação para a identificação de produtos, incluindo software de integração, produtos acessórios, consumíveis, serviços conexos e serviços de assistência técnica pós-venda, sendo distribuidora em Portugal dos produtos da Notificante e de outras empresas referidas no para. 6. *supra*.
12. Tais equipamentos destinam-se à codificação e impressão de diversos tipos de informação (por exemplo, datas de validade em embalagens de produtos alimentares, códigos de barras, números de série em componentes automóveis, etc.) em embalagens comerciais (embalagens primárias¹, secundárias² e terciárias³), donde se destacam as embalagens destinadas a alimentos, bebidas, medicamentos e cosméticos.
13. A Marque TDI comercializa equipamentos que incorporam as tecnologias de base a jacto de tinta, a laser e térmica, subdivididas em função do preciso método de marcação (CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL)⁴. Cada uma das referidas tecnologias pode ser utilizada genericamente em qualquer equipamento de impressão.

¹ Recipiente, pacote ou envoltório destinado a garantir a conservação e facilitar o transporte e manuseio de um dado produto.

² Embalagem destinada a conter a(s) embalagens(s) primária(s).

³ Embalagem destinada a conter uma ou várias embalagens secundárias.

⁴ Para melhor descrição deste tipo de tecnologias *vide* Processo AdC – Ccent. n.º 49/2006 – *Dover Technologies / Markem Corporation*, pp. 4-5.

14. Tendencialmente, estas tecnologias equiparam-se no que diz respeito à velocidade e formato de impressão e substrato, sendo a escolha dos clientes finais determinada essencialmente por factores relacionados com a fiabilidade, a qualidade de impressão e características ambientais.
15. A Notificante faz notar que, apesar de o preço dos equipamentos, que incorporam as diversas tecnologias, variar relativamente entre si, tendencialmente, os equipamentos de preço mais baixo acarretam custos mais elevados em consumíveis. Ao invés, os equipamentos cujo preço de venda é mais elevado, proporcionam uma menor despesa nos respectivos consumíveis, o que, associado às diferenças de vida útil dos equipamentos, determina a inexistência de variações significativas entre os custos unitários de utilização de cada equipamento.
16. Nestes termos, o preço do equipamento poderá não ser a principal determinante da escolha dos clientes (tipicamente, empresas multinacionais dos sectores alimentar, das bebidas e farmacêutico, bem como empresas integradoras especializadas em sistemas complexos de linhas de montagem, incluindo sistemas de codificação).
17. No mesmo sentido, também as aplicações de tecnologia a jacto de tinta, com uso do método DOD, ou da tecnologia térmica (seja P&A ou TTOL), são permutáveis com as demais tecnologias identificadas, sendo todas elas tendencialmente substituíveis entre si no embalamento primário, no embalamento secundário e no embalamento terciário.
18. Esta conclusão é corroborada pelo facto de vários clientes considerarem substituíveis os referidos equipamentos e tecnologias, facto que é ilustrado pelas recentes substituições de equipamentos realizadas por alguns clientes⁵.
19. Assim, e no que respeita ao lado da procura, conclui a Notificante que existe um elevado grau de substituíbilidade entre as diferentes tecnologias de impressão.
20. Por outro lado, considera ainda que do lado da oferta, as empresas que comercializam os equipamentos dispõem, em geral, de um portfolio que incorpora todas as diferentes tecnologias anteriormente referidas.

⁵ A título de exemplo refira-se que a empresa [Confidencial] substituiu os seus equipamentos instalados CIJ por equipamentos TTOL; a empresa [Confidencial] substituiu os seus equipamentos instalados P&A por equipamentos Alta Resolução (“Piezo”); a empresa [Confidencial] substituiu os seus equipamentos instalados CIJ por equipamentos TTOL; a empresa [Confidencial] substituiu os seus equipamentos instalados Alta Resolução (“Piezo”) por equipamentos P&A; a empresa [Confidencial] substituiu os seus equipamentos instalados CIJ por equipamentos Laser; A empresa [Confidencial] substituiu os seus equipamentos instalados CIJ por equipamentos Laser; e a empresa [Confidencial] substituiu os seus equipamentos instalados CIJ por equipamentos DOD térmicos.

21. Face ao exposto, considera a Notificante que o mercado relevante do produto deverá ser identificado, pelo menos, como o mercado da comercialização de soluções CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL, incluindo os respectivos acessórios e consumíveis, software de integração e serviços de assistência técnica pós-venda.

4.2. Mercado Geográfico Relevante

22. A Notificante, referindo a prática decisória da Autoridade⁶, considera que o mercado geográfico relevante corresponde, pelo menos, ao Espaço Económico Europeu.
23. Para suportar aquela conclusão, a Notificante aduz, sem no entanto juntar ao processo elementos que o suportem totalmente, os seguintes factores: (i) os clientes mais representativos destes produtos são empresas multinacionais, que centralizam as compras destes equipamentos e negociam os preços e respectivas condições de fornecimento numa base europeia; (ii) não existem restrições ao comércio transfronteiriço; e (iii) os custos de transporte apresentam um peso marginal nas estruturas de custo dos produtos em questão.
24. Adicionalmente, considera a Notificante que as políticas comerciais e de preços são adoptadas numa base europeia, não se verificando qualquer restrição ou política de descontos específica para Portugal, já que os grandes clientes têm uma presença, seguramente, mais alargada do que o território nacional, encontrando-se presentes a nível europeu ou até mundial.

4.3. Entendimento da Autoridade da Concorrência

4.3.1. Do mercado do produto relevante

25. A AdC, no âmbito do processo Ccent n.º 49/2006 - *Dover Technologies / Markem Corporation*, teve a oportunidade de proceder à investigação e análise do *mercado da comercialização de soluções CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL, incluindo os respectivos acessórios e consumíveis*.
26. Ao definir o mercado do produto relevante, a Notificante inclui o serviço de assistência técnica pós-venda no referido mercado da comercialização de soluções CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL, incluindo os respectivos acessórios e consumíveis.
27. Face à referida prática decisória da AdC, para efeitos da presente operação, aceita-se a delimitação do mercado do produto relevante proposta pela Notificante na parte respeitante à

⁶ Cfr. Processo AdC – Ccent. n.º 49/2006, cit.

comercialização de soluções CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL, incluindo os respectivos acessórios e consumíveis. Desta forma, a análise que se segue centrar-se-á na inclusão, ou não, da assistência técnica no referido mercado, tal como proposto pela Notificante.

28. Neste seguimento, cumpre notar que a prática decisória da AdC, no que diz respeito a mercados que envolvam serviços de assistência técnica, tem sido no sentido de autonomizar estes serviços como mercados autónomos do produto relevante⁷.
29. Por outro lado, a integração de serviços de assistência técnica no mercado do produto relevante da comercialização de certos equipamentos tem sido, também, uma matéria largamente abordada pela doutrina⁸. Por seu turno, a Comissão Europeia e outras autoridades da concorrência nacionais, têm considerado que a análise de um mercado do produto secundário (como seria o mercado da assistência técnica), como um mercado do produto autónomo do mercado do produto primário (comercialização de equipamentos), terá de ser realizada numa base casuística⁹.
30. Neste contexto, a Comissão Europeia tem seguido a análise económica vertida na Comunicação da Comissão relativa à definição dos mercados relevantes para efeitos do direito da concorrência¹⁰, ou seja, avalia as respostas dos clientes (com base nas decisões tomadas em matéria de compras) em função das variações relativas dos preços, tomando igualmente em consideração os constrangimentos impostos pelas condições dos mercados primários ou secundários.
31. Passando à análise do caso em apreço, resultou da investigação encetada que (i) se está perante um “sistema integrado” de marcação ou impressão que, para além dos equipamentos, inclui também os respectivos acessórios, consumíveis e assistência técnica, que representam uma importante fatia do custo operacional conexo ao sistema; (ii) a segurança e inter-operacionalidade funcional do sistema é um valor com relevância para o cliente na altura da escolha da assistência técnica; (iii) estes serviços estão incluídos no contrato de venda dos equipamentos; (iv) qualquer concorrente da Marque TDI fornece, igualmente, assistência técnica

⁷ Cfr. Ccent. 42/2004 - MERCEDES BENZ/ C. SANTOS ALVERCA, bem como Ccent 02/2003 - Otis Elevadores/ Ele Vaçores.

⁸ Cfr. Jones & Sufrin, *EC Competition Law – Text, Cases and Materials*, 3.ª Edição, Oxford, pp. 426 e 427 e Whish, *Competition Law*, 5.ª Edição, pp. 37 e 38.

⁹ Comunicação da Comissão Europeia relativa à definição de mercado relevante para efeitos de direito comunitário da concorrência, de 9.12.97, para. 56 e, entre outros, Comunicação da OFT (autoridade da concorrência inglesa) *Market Definition in UK competition policy*, pp. 89 e ss.

¹⁰ Por todos, vide *XXVth Report on Competition Policy*, (Comissão Europeia 1995) para. 87, relativo à análise da queixa da Pelikan contra a Kyocera, que acabou por ser rejeitada.

- integrada com a respectiva comercialização deste tipo de equipamentos; e (v) não existe qualquer concorrente da Marque TDI que forneça isoladamente assistência técnica a este tipo de equipamentos.
32. Em concreto, atento o ciclo de vida, relativamente longo, dos produtos em causa, verificou-se que os clientes tomam as suas decisões de compra dos equipamentos com base, também, nos preços dos acessórios, consumíveis e respectiva assistência técnica.
 33. Face ao exposto, poderá ser considerado que existe um conjunto de factores na actividade em apreço - comercialização de soluções CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL, incluindo os respectivos acessórios e consumíveis - que pode determinar que os referidos serviços de assistência técnica não sejam considerados como um mercado autónomo.
 34. Neste seguimento, a inclusão, ou não, dos serviços de assistência técnica no *mercado da comercialização de soluções CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL, incluindo os respectivos acessórios e consumíveis*, depende, *inter alia*, do comportamento das empresas no mercado secundário ser, ou não, limitado pelo comportamento que se verifica no mercado primário.
 35. Seguindo a *supra* referida metodologia da Comissão Europeia, também o *Office of Fair Trading (OFT)*, num processo relativo ao mercado da comercialização de computadores “*mainframe*” e respectiva assistência técnica¹¹, considerou que este tipo de computadores e a respectiva manutenção deveriam ser incluídos num único e mesmo mercado, uma vez que o mercado da manutenção (mercado secundário) era restringido pelas condições de funcionamento do mercado do equipamento (mercado primário).
 36. Na referida decisão, aquela Autoridade fez depender a existência de mercados secundários autónomos da verificação das seguintes características do mercado primário: (i) o custo agregado durante a vida útil do equipamento; (ii) mobilidade dos clientes; e (iii) reputação.¹²
 37. Importando as referidas características para o caso em apreço, no que concerne ao custo agregado durante a vida útil do equipamento, a investigação realizada pela AdC permitiu concluir que os clientes finais tomam as suas decisões de compra tendo em consideração, como decorre dos para. 15 e 16, os custos unitários de utilização, que incorporam não só o preço do equipamento, mas também, os custos dos acessórios, consumíveis e da assistência técnica, em particular atento o facto de os clientes destes produtos serem, tipicamente, empresas multinacionais com significativo grau de sofisticação nas suas decisões de compra.

¹¹ Cfr. Decisão da OFT no processo n.º CA98/6/2001, ICL/SYNSTAR, de 20 de Julho de 2001.

¹² Cfr. *ibid* pp. 8 e 9.

38. Em termos da capacidade dos clientes para mudar de fornecedor, embora não tenham sido coligidos elementos que demonstrem tal capacidade, a substituição de equipamentos que se observa no mercado¹³, conjugada com o grau de sofisticação dos clientes em causa, evidencia a possibilidade e facilidade de os clientes trocarem de fornecedor. A este aspecto, acresce a rápida e crescente evolução tecnológica que caracteriza estes equipamentos, o que também contribui para mitigar eventuais efeitos de fidelização aos produtores no mercado primário.
39. Por último, não é indiferente, em termos da reputação da empresa, a qualidade dos serviços de assistência técnica necessários ao bom desempenho dos equipamentos durante a sua vida útil, não se podendo, assim, dissociar a qualidade dos equipamentos da qualidade dos serviços de assistência técnica. Nestes termos, um aumento de preços, ou a redução da qualidade, dos segundos também terá necessariamente efeitos no mercado primário da comercialização dos equipamentos, onde as questões da reputação assumem particular relevância.
40. Face ao exposto, entende a AdC, para efeitos da presente operação de concentração, ser de aceitar a definição do mercado do produto relevante proposto pela Notificante e que corresponde ao *mercado da comercialização de soluções CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL, incluindo os respectivos acessórios e consumíveis, software de integração e serviços de assistência técnica pós-venda*.

4.3.2. Do mercado geográfico relevante

41. Relativamente ao mercado geográfico, a AdC entende que o mesmo poderá ter um âmbito mais restrito do que o proposto pela Notificante. Com efeito, tendo a presente operação efeitos unicamente ao nível da distribuição de equipamentos e respectivas tecnologias, importaria considerar que (i) ao nível da distribuição, a proximidade do cliente assume particular relevância; (ii) as redes de distribuição, tipicamente, não têm uma abrangência supra-nacional; (iii) *in casu*, os distribuidores detêm a exclusividade de distribuição de determinadas marcas no território nacional; e (iv) os produtores recorrem a diferentes distribuidores, em cada Estado-Membro.
42. Estas características apontam para que o âmbito geográfico do *mercado da comercialização de soluções CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL, incluindo os respectivos acessórios e consumíveis, software de integração e dos serviços de assistência técnica pós-venda* seja nacional¹⁴.

¹³ Cfr. Nota de rodapé n.º 5.

¹⁴ Este entendimento não contraria a decisão da AdC no processo Ccent. n.º 49/2006 - Dover Technologies / Markem Corporation uma vez que, nesse caso, ambas as empresas participantes actuavam ao nível da produção.

43. Contudo, para efeitos do presente processo, entende esta Autoridade não se justificar uma investigação adicional sobre a exacta delimitação do âmbito geográfico do mercado relevante, na medida em que tal facto não alterará, como melhor se verá *infra*, as conclusões relativas à notificabilidade da operação.

4.3.3. Conclusão

44. De todo o exposto, conclui esta Autoridade que, para efeitos da presente operação de concentração, o mercado relevante corresponde ao *mercado da comercialização de soluções CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL, incluindo os respectivos acessórios e consumíveis, software de integração e dos serviços de assistência técnica pós-venda*, cujo exacto âmbito geográfico pode ser deixado em aberto.

5. DA OBRIGATORIEDADE DE NOTIFICAÇÃO

45. A obrigatoriedade de notificação prévia de uma concentração de empresas decorre do preenchimento de, pelo menos, uma das condições previstas no n.º 1 do artigo 9.º da Lei da Concorrência, a saber:

- a) Em consequência da sua realização se crie ou se reforce uma quota superior a 30% no mercado nacional de determinado bem ou serviço, ou numa parte substancial deste;
- b) O conjunto das empresas participantes na operação de concentração tenha realizado em Portugal, no último exercício, um volume de negócios superior a 150 milhões de euros, líquido dos impostos com este directamente relacionados, desde que o volume de negócios realizado individualmente em Portugal por, pelo menos, duas dessas empresas seja superior a dois milhões de euros.

46. Conforme resulta das Tabelas 1 e 2 *supra*, a operação projectada não preenche o requisito de aplicação da alínea b), do n.º 1, do art. 9.º, da Lei da Concorrência, condição relativa “ao limiar do volume de negócios”, atendendo a que o conjunto das empresas participantes na operação de concentração realizou, em Portugal, no ano de 2008, um volume de negócios inferior a 150 milhões de euros.

47. Por outro lado, e conforme se verá de seguida, a operação projectada também não preenche o requisito de aplicação da alínea a), do n.º 1, do art. 9.º, da Lei da Concorrência, condição relativa “à quota de mercado”, atendendo a que, em consequência da realização da operação projectada,

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

não resulta a criação ou reforço de uma quota superior a 30% no território nacional no *mercado da comercialização de soluções CIJ, DOD, Laser, P&A e TTOL, incluindo os respectivos acessórios e consumíveis, software de integração e os serviços de assistência técnica pós-venda.*

48. Com efeito, a Notificante estima que a dimensão do mercado correspondeu, em 2008, a [Confidencial], sendo que as vendas da Adquirida atingiram, nesse mesmo ano, o montante de [Confidencial]¹⁵. Verifica-se assim que a quota de mercado da Adquirida, que é de [<30]%, não ultrapassa o limiar estabelecido na alínea a) do n.º 1 do artigo 9.º da Lei da Concorrência.
49. Face ao exposto, entende a Autoridade da Concorrência que não se encontram preenchidos as condições de notificação enunciadas no artigo 9.º da Lei da Concorrência.

6. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

50. Nos termos do n.º 2 da alínea b) do artigo 103.º do Código do Procedimento Administrativo, *ex vi* do artigo 30.º da Lei da Concorrência, e tendo em conta o estipulado no n.º 2 do artigo 38.º da mesma Lei e que a presente decisão é de inaplicabilidade, foi dispensada a audiência prévia da Notificante, uma vez que a presente decisão não lhe é desfavorável e verifica-se a ausência de contra-interessados.

¹⁵ Este valor foi apurado descontando ao volume de negócios das Adquiridas em 2008 (€[Confidencial]) o valor de €[Confidencial] correspondente às vendas, em 2008, de impressoras *desktop*, e €[Confidencial] correspondente a um equipamento comercial de alto débito, segmentos onde a Adquirida, no território nacional, tem uma posição marginal. Estes ajustamentos foram, igualmente, reflectidos na determinação da dimensão do mercado relevante.

7. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

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 a) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, 11 de Junho, que a presente operação de concentração não se encontra abrangida pela obrigação de notificação prévia a que se refere o artigo 9.º deste diploma.

Lisboa, 4 de Junho de 2009

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

Jaime Andrez

Vogal

João Noronha

Vogal