

**Ccent. 32/2009**  
**NESTLÉ WATERS DIRECT/COOL POINT**

**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]

14/09/2009

## DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

Ccent. 32/2009- NESTLÉ WATERS DIRECT / COOL POINT

### 1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 13 de Agosto 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, por parte da NESTLÉ WATERS DIRECT PORTUGAL – COMÉRCIO E DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTARES, S.A. (doravante “NESTLÉ WATERS DIRECT”), de um conjunto de activos da COOL POINT – REPRESENTAÇÕES e FRANCISING, Lda., afectos à comercialização de máquinas dispensadoras de água e respectivos consumíveis (doravante “Activos Cool Point”).
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, 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.

### 2. AS PARTES

#### 2.1. Empresa adquirente

3. A empresa adquirente, NESTLÉ WATERS DIRECT, é uma empresa integrada no Grupo Nestlé, e controlada directamente pela Nestlé Waters Powwow (Denmark) Holdings, A/S., não existindo, contudo, qualquer relação de controlo directo por parte da empresa Nestlé Portugal.
4. A NESTLÉ WATERS DIRECT exerce a actividade de exploração, produção e engarrafamento de águas e comercialização de máquinas dispensadoras e respectivos acessórios e consumíveis. Em 2005, iniciou a comercialização de águas engarrafadas em pequenos formatos e máquinas de café torrado, café torrado e chá.
5. Os volumes de negócios do Grupo Nestlé, calculados de acordo com o disposto no artigo 10.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2006, 2007 e 2008, foram os seguintes:

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

**Tabela 1 – Volume de negócios do Grupo Nestlé, em Portugal, para os anos de 2006 a 2008**

<i>Milhões de Euros</i>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Portugal	[>150]	[>150]	[>150]

Fonte: Notificante.

## 2.2. Activos a Adquirir

6. Conforme referido, os Activos Cool Point correspondem àqueles activos afectos à actividade de distribuição e comercialização de água através de máquinas dispensadoras, designadamente [Confidencial – segredo de negócio].
7. Os volumes de negócios gerados pelos Activos Cool Point, calculados de acordo com o disposto no artigo 10.º da Lei da Concorrência, para o ano de 2008, foram os seguintes:

**Tabela 2: Volumes de negócios dos Activos Cool Point, em Portugal, para os anos de 2006 a 2008**

<i>Milhões de Euros</i>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Portugal	[<2]	[<2]	[<2]

Fonte: Notificante.

## 3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

8. A operação de concentração configura uma concentração de empresas na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei da Concorrência, e na definição de controlo dada pela alínea b) do n.º 3 do mesmo artigo, tendo sido notificada pelo facto de se encontrar preenchida a alínea a) do artigo 9.º do mesmo diploma.
9. Tal como referido no ponto 7, os Activos Cool Point, objecto da presente operação de concentração, compreendem todos aqueles afectos à actividade de comercialização de máquinas dispensadoras de água, [Confidencial – segredo de negócio].
10. Dada que a notificante, NESTLÉ WATERS DIRECT, se encontra activa na comercialização de máquinas dispensadoras de água, estamos perante uma operação de concentração de natureza horizontal.

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

## 4. MERCADOS RELEVANTES

### 4.1. Mercado do Produto Relevante

11. Segundo a notificante, o mercado do produto relevante corresponde ao mercado da comercialização de máquinas dispensadoras de água e respectivos consumíveis.
12. As máquinas dispensadoras de água consistem em unidades que dispensam água para consumo – água fria/natural e, em alguns modelos, água quente –, sendo constituídas por uma base equipada com um sistema de refrigeração.
13. As máquinas dispensadoras apresentam-se em dois formatos diferentes: (i) sem ligação à água da rede pública, através de garrafão, designadas de BWC (“*Bottled Waters Cooler*”); (ii) com ligação à água da rede pública, designadas nestes casos por POU (“*Point of Use*”) – os quais poderão ter, ou não, um sistema de filtração e/ou purificação.
14. De acordo com um estudo da Zenith International <sup>1 2</sup> (doravante “Zenith”), 93,7% do mercado nacional é, actualmente, dominado por máquinas dispensadoras do formato BWC, tendo o formato POU registado, nos últimos anos, um forte crescimento. Enquanto nos BWC, a prática adoptada é o do aluguer da máquina refrigeradora de água por um custo de cerca de €8-10/mês, ao qual acrescerá o custo médio de € pela compra de garrafões de cerca de 19 litros, o procedimento usualmente praticado no caso dos POU é o do aluguer da máquina por €18-20/mês, ao qual acrescerá o seu custo de manutenção (higienização) a cada 6-9 meses.
15. De um ponto de vista da substituíbilidade do lado da procura, verifica-se existir uma elevada substituíbilidade entre os dois tipos de dispensadores, nomeadamente entre as máquinas dispensadoras de água com garrafão e as máquinas dispensadoras com ligação à água da rede pública, com sistema de filtração e/ou purificação.
16. Com efeito, ambas visam a satisfação das mesmas necessidades dos consumidores, podendo qualquer utilizador de um determinado formato passar a utilizar o outro formato, já que os mesmos facilmente podem ser reconvertidos.

---

<sup>1</sup> Empresa de consultoria especializada para as indústrias de alimentação e bebidas.

<sup>2</sup> *Zenith Report – West Europe Point of Use Coolers*, Junho de 2004, estudo que foi submetido pela Notificante.

17. Nesse sentido e de acordo com os estudos da *Zenith*, em Portugal, estima-se que cerca de 70% das instalações de novas máquinas dispensadoras com ligação à rede de água pública através de sistemas de filtragem e/ou purificação (POU) resultem de conversões de máquinas de água com garrafão.
18. Assim, a notificante, dado o elevado grau de substituíbilidade entre as máquinas dispensadoras de água com e sem ligação à rede pública, define, para efeitos desta operação de concentração, o mercado do produto relevante como o da *comercialização de máquinas dispensadoras de água e respectivos consumíveis*.
19. A AdC, em linha com a prática decisória nacional<sup>3</sup>, considera que as máquinas dispensadoras com garrafão, ou BWC, e as máquinas ligadas à rede pública, ou POU, devem integrar um mesmo mercado relevante do produto, atento o demonstrado elevado grau de substituíbilidade na óptica da procura.
20. Face ao exposto, a AdC concorda com a notificante que o mercado relevante, para a análise da presente operação de concentração, corresponde ao *mercado da comercialização de máquinas dispensadoras de água*.

#### 4.2. Mercado Geográfico Relevante

21. A notificante define o mercado geográfico como tendo âmbito nacional, atendendo à preferência dos portugueses por águas de baixa mineralização e por marcas nacionais, como a Selda Beagua (actual Nestlé Selda) e a Fonte Viva.
22. A AdC aceita a definição proposta pela notificante e delimita o mercado geográfico ao território nacional, atendendo, também, ao facto da maioria das máquinas dispensadoras serem instaladas ao abrigo de contrato de aluguer e /ou de comodato, exigindo que cada operador disponha de um serviço que garanta a distribuição logística, a prestação de assistência técnica e o fornecimento dos respectivos consumíveis<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Decisão da AdC de 17 de Outubro de 2005, relativa à *Ccent. 49/2005 – NESTLÉ WATERS / PEYROTEO & CARAVELA, LDA*.

<sup>4</sup> Este foi, igualmente, o entendimento adoptado na Decisão da AdC relativa à *Ccent. 49/2005 – NESTLÉ WATERS / PEYROTEO & CARAVELA, LDA*.

23. Neste contexto, a Autoridade da Concorrência entende que o mercado geográfico, para a análise dos efeitos da presente concentração, corresponde ao *mercado nacional*.

#### 4.3. Conclusão

24. Face ao supra exposto, a AdC considera como relevante, para efeitos do presente procedimento, o *mercado nacional da comercialização de máquinas dispensadoras de água*.

### 5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

25. O mercado nacional das máquinas dispensadoras de água registou, em 2008, vendas de cerca de €26,3 milhões. Em termos de instalação de unidades, o ano de 2008 registou um volume de cerca de 103,9 mil unidades, das quais 97,4 mil correspondem ao formato BWC e 6,5 mil ao formato POU.
26. Por sua vez, dos elementos constantes do Processo, verifica-se tratar-se de um mercado em expansão, com taxas de crescimento médias anuais registadas na ordem dos 4%, prevendo a notificante que, para o período de 2009 a 2013, o mercado cresça 3% ao ano.
27. A tabela *infra* ilustra a estrutura de oferta do mercado nacional das máquinas dispensadoras de água, para o ano de 2008.

**Tabela 3 - Mercado nacional das Máquinas Dispensadoras de água, em 2008**

EMPRESAS	Vendas (mil €) 2008	Quota de mercado (%) 2008
Nestlé Waters Direct	[...]	[50-60]
Fonte Viva	[...]	[20-30]
ELIS	[...]	[0-5]

Activos Cool Point	[...]	[0-5]
Fonte Fresca	[...]	[0-5]
Folio Waters	[...]	[0-5]
Outros	[...]	[0-10]
<b>Total</b>	<b>26.300</b>	<b>100</b>

Fonte: Notificante

28. Da Tabela 3, verifica-se que, em resultado da presente operação de concentração, a NESTLÉ WATERS DIRECT verá a sua quota de mercado actual ser reforçada de [50-60]% para [50-60]%.  
 29. Igualmente, constata-se tratar-se de um mercado com uma estrutura de oferta muito concentrada, sendo o respectivo índice de concentração IHH<sup>5</sup>, no cenário pós-operação, igual a cerca de [>2000], resultando, da operação em apreciação, um *delta*<sup>6</sup> igual a cerca de [<150] pontos.  
 30. Não obstante a notificante vir a reforçar a sua já elevada quota de mercado actual – superior a 50% –, assim como o facto do mercado apresentar um nível de concentração elevado, verifica-se estar-se perante um mercado sem barreiras significativas à entrada, nomeadamente ao nível do segmento dos dispensadores de água de formato POU, o qual, aliás, corresponde ao segmento de mercado com taxa de crescimento mais elevada.  
 31. Com efeito, e sem prejuízo de, no caso dos operadores de BWC, a necessidade de acesso a uma fonte de água e a uma rede logística de distribuição de garrações, poder ser susceptível de constituir uma barreira à entrada no mercado, o acesso ao mercado dos operadores que comercializam máquinas dispensadoras de formato POU encontra-se facilitado, uma vez que a necessidade de acesso a uma fonte de água e a uma rede logística de distribuição não se coloca –

<sup>5</sup> IHH é o Índice de Herfindahl-Hirschman, calculado como a soma dos quadrados das quotas das empresas a operar no mercado relevante, assim traduzindo o grau de concentração nesse mercado, e variando entre 0 e 10 000. A Comissão Europeia aplica frequentemente 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 (cfr. Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004).

<sup>6</sup> Por Delta entende-se a diferença entre o valor do IHH pós-concentração e o valor do IHH pré-concentração.

- já que o equipamento encontra-se ligado à rede pública de abastecimento de água, sendo, apenas, necessário respeitar as normas de higiene da legislação em vigor.
32. Importa ainda observar que se trata de um mercado em expansão, o que, associado ao forte crescimento do segmento das máquinas dispensadoras de água de formato POU<sup>7</sup>, e a ausência de barreiras de mercado significativas à entrada neste segmento, reforça as condições de contestabilidade do mercado.
33. Ainda no que concerne à temática das condições de contestabilidade do mercado, importa notar que, segundo dados fornecidos pela notificante, as empresas que comercializam máquinas dispensadoras de água perdem anualmente, em média, cerca de [Confidencial – segredo de negócio]% dos seus clientes antigos, o que será susceptível de revelar uma elevada contestabilidade do mercado na perspectiva da procura.
34. Neste contexto, a operação de concentração em causa não é susceptível de conduzir à criação ou reforço de uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência no mercado relevante considerado, o *mercado nacional da comercialização de máquinas dispensadoras de água*.

## 6. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

35. 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 uma vez que a presente decisão é de não oposição.

## 7. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

36. 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 respectivos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003 de 18 de Janeiro, decidiu adoptar uma decisão de não oposição à

---

<sup>7</sup> Com efeito, os estudos da Zenith Intemacional demonstram que as *water coolers* irão continuar a crescer cerca de 4,1% ao ano, ate 2013, enquanto que os dispensadores de água de formato POU irão crescer cerca de 10% ao ano.

presente operação de concentração, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 Junho, uma vez que a mesma não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no *mercado nacional da comercialização de máquinas dispensadoras de água*.

Lisboa, 14 de Setembro de 2009

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

---

Manuel Sebastião  
(Presidente)

---

Jaime Andrez  
Vogal

---

João Noronha  
Vogal