

**Ccent. 45/2009
GOLDCUP / ISABERG**

**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]

24/12/2009

DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

Processo Ccent. 45/2009 - GOLDCUP / ISABERG

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. A 17 de Novembro de 2009, foi notificada à Autoridade da Concorrência (doravante “AdC”), 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 empresa GOLDCUP 5115 AB (doravante “Goldcup”), e cuja designação social será alterada para Esselte Innehav AB, do controlo exclusivo sobre a empresa ISABERG HOLDING AB (doravante “Isaberg”).
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 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.

2. AS PARTES

2.1. Empresa Adquirente

3. A Goldcup é uma sociedade integralmente detida pela Esselte AB, sociedade de direito sueco activa, mundialmente, na produção e comercialização de material de escritório.
4. Esta empresa é, por sua vez, detida pelo fundo de capital de risco JW Childs Associates LP (doravante Grupo JWChilds), com sede nos Estados Unidos da América, que controla diversas empresas, das quais são de referir a NutraSweet Company¹ e a Sunny Delight² por se encontrarem activas em Portugal.
5. Refira-se que a Esselte AB se encontra presente, directamente em Portugal, através da sua filial Esselte Portugal – Comercialização de Equipamento de Escritório, Lda..
6. Os volumes de negócios do Grupo JWChilds, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2006 a 2008, foram os seguintes:

¹ Empresa que comercializa o produto “aspartame”, um adoçante de baixas calorias, com vendas de cerca [CONFIDENCIAL], no ano de 2008.

² Empresa que activa na área de negócios de bebidas/sumos, com vendas de cerca €[CONFIDENCIAL], no ano de 2008.

Tabela 1 – Volume de negócios do Grupo JWChilds, para os anos de 2006, 2007 e 2008

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

Fonte: Notificante.

2.2. Empresa Adquirida - Isaberg

7. A empresa Adquirida é uma sociedade sueca que se encontra activa, através de subsidiárias, num número bastante significativo de países, destacando-se a nível europeu a Dinamarca, Reino Unido, Países Baixos, Alemanha, França, Espanha e Itália.
8. A Isaberg produz e comercializa, a nível mundial, material de escritório que, de uma forma geral, se podem identificar como agraphadores, furadores, removedores de agraphos, pastas, material de arquivo, entre outros tipos de produtos. Produz, ainda, ferramentas destinadas à indústria de construção, em particular para manuseamento de materiais de construção incluindo agraphadores industriais, pistolas de cola e de ar quente, e furadores industriais, entre outros utilizados por fabricantes de fotocopiadoras e impressoras.
9. As vendas da empresa Adquirida, no território nacional, são efectuadas através do seu distribuidor, a empresa [CONFIDENCIAL – Identificação do distribuidor].
10. Os volumes de negócios da Adquirida, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2006 a 2008, foram os seguintes:

Tabela 2 – Volume de negócios da Isaberg, para os anos de 2006, 2007 e 2008

<i>Milhões Euros</i>	2006	2007	2008
Portugal	[<2]	[<2]	[<2]
EEE	[<150]	[<150]	[<150]
Mundial	[<150]	[<150]	[<150]

Fonte: Notificante.

3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

11. Conforme já mencionado *supra*, a operação de concentração em apreço consiste na aquisição, pela empresa Goldcup, do controlo exclusivo sobre a empresa Isaberg.
12. Do exposto, resulta que 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 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.
13. A operação de concentração será, segundo informações da Notificante, objecto de notificação às autoridades nacionais de concorrência de Espanha, Alemanha, Rússia, Turquia e Ucrânia.

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

14. De acordo com a Notificante, a operação consubstancia uma concentração de natureza horizontal, na medida em que se verifica sobreposição nas actividades desenvolvidas pelas empresas participantes, nomeadamente, no mercado relevante por si delimitado, como correspondendo ao mercado de produtos para o espaço de trabalho (*workspace products*), no território nacional.

4. MERCADOS RELEVANTES

15. Conforme referido *supra*, o objecto da presente operação de concentração diz respeito à actividade de produção e comercialização de material de escritório e de ferramentas, tendo a Notificante considerado como mercado do produto relevante, o mercado de material de escritório (*workspace products*), fundamentando a sua posição nos seguintes aspectos:
- A empresa adquirida encontra-se presente na produção de uma gama variada de produtos de material de escritório (agrafadores, agrafos, removedores de agrafos, pastas para documentos, mapas de secretária, copos para lápis e canetas, contra-capas, bandejas para cartas, encadernações, separadores, furadores, máquinas para encadernação, guilhotinas, entre outros);
 - Os fabricantes de material de escritório produzem “linhas completas de produtos”, para o espaço de trabalho;
 - Todas as empresas concorrentes comercializam, igualmente e de forma integrada, toda a gama destes produtos;
 - Os principais grossistas, as cadeias de retalho de bens de consumo corrente, as empresas de papelaria e os grandes consumidores finais (grandes empresas) adquirem grandes quantidades, agregadas nas respectivas “linhas completas de produtos”, não sendo valorizada a negociação individual de cada um dos produtos.
16. A par deste, a Notificante considera, ainda, um outro mercado de produto relevante, distinto do anterior, que designa como de “ferramentas”, e que inclui ferramentas destinadas a outros fins que não os especificadamente destinados a escritórios ou espaços de trabalho, tais como, alicates industriais, agrafadores eléctricos de grande capacidade, furadores de grande capacidade, pistolas de colas, pistolas de ar quente, grampos, agrafos especiais, entre outras.
17. Do atrás exposto, conclui-se que cada uma das definições de mercados propostas pela Notificante foi baseada, fundamentalmente, em critérios do lado da oferta, por entender que a substituíbilidade do lado da procura, no caso concreto, não constitui um critério adequado para aferir da exacta delimitação deste mercado.
18. De facto, existe uma razoável incapacidade, ou mesmo impossibilidade, de utilizar os critérios subjacentes ao lado da procura pelas especificidades do funcionamento e organização destas actividades, em particular do mercado de material de escritório (*workspace products*), conforme *supra* indicado no ponto 15.
19. Efectivamente, tal como a Notificante afirma expressamente, os tipos de produtos afectos a cada um dos mercados identificados são comercializados pelos fabricantes “em linhas completas de produtos”, embora, individualmente, cada um deles, numa óptica da procura, tenha utilizações, preços e características completamente distintas.

20. Neste sentido, e considerando que a posição da Notificante encontra sustentação na prática decisória nacional relativa à delimitação dos mercados do produto relevante nos sectores de actividade em apreço³, a AdC aceita a delimitação proposta.
21. No que se refere à delimitação do âmbito geográfico do mercado de material de escritório, a Notificante argumenta que o mesmo será, pelo menos, de âmbito comunitário⁴, fundamentando a sua posição no facto de a procura, neste mercado, corresponder às grandes cadeias de retalho, papelarias e grandes empresas, as quais actuam globalmente.
22. Sobre este aspecto, a Notificante faz notar que os grandes grossistas e as cadeias de retalho de material de escritório, tais como a *Staples*, a *Office Depot* e a *Lyreco*, procuram os seus produtos globalmente, havendo uma tendência crescente para que os contratos de fornecimento sejam feitos de forma centralizada a nível europeu, ou até mesmo a nível mundial.
23. A AdC reconhece que o mercado de material de escritório poderá ter um âmbito geográfico mais lato do que o território nacional, atendendo, em particular, aos argumentos da Notificante *supra* apresentados, os quais deveriam, no entanto, ter sido acompanhados de elementos que quantificassem a representatividade dos clientes que se encontram em condições de se aprovisionarem de forma centralizada, a nível europeu ou a nível mundial.
24. De facto, a AdC aceitaria que o âmbito geográfico do mercado em causa seria mais lato do que o território nacional, caso a representatividade daquele tipo de clientes, na estrutura de procura do mercado, fosse significativa. Esta informação não se encontra, no entanto, disponível nos elementos que fazem parte do presente processo.
25. Não obstante, e atendendo a que a exacta delimitação do âmbito geográfico do mercado de material de escritório não afectará as conclusões da avaliação jus-concorrencial (*cf.* análise *infra*, nos pontos 28 e seguintes), considera a AdC que, para efeitos do presente procedimento, a exacta delimitação do âmbito geográfico do referido mercado poderá ser deixada em aberto.
26. Já no que se refere ao mercado de ferramentas, atendendo a que a empresa adquirente não se encontra activa na produção e comercialização deste tipo de produto, considera a AdC que, para efeitos do presente procedimento, a exacta delimitação do âmbito geográfico deste mercado poderá ser deixada em aberto.
27. Face ao exposto, para efeitos da operação de concentração em apreço, a Autoridade da Concorrência considera, como relevantes, (i) o mercado de material de escritório (*workspace products*) e (ii) o mercado de ferramentas, tendo o âmbito geográfico dos referidos mercados sido deixado em aberto.

5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

5.1. Mercado de material de escritório (*workspace products*)

28. A estrutura da oferta do mercado de material de escritório (*workspace products*), para o território nacional, no ano 2008, é a que se apresenta na tabela *infra*.

³ Vide Ccent. .º 63/2006 – *Segulah/Isaberg*, decisão do Conselho de 19 de Janeiro de 2007.

⁴ A Notificante refere que outras autoridades de concorrência europeia têm definido este mercado como sendo de âmbito europeu. Assim, por exemplo, o *Servício de Defesa de la Competencia* (actualmente, *Comisión Nacional de la Competencia*) concluiu que os mercados para o fornecimento de material de escritório serão de âmbito europeu, no caso N-250 – *J.W. Childs Associates, L.P./Esselte A.B.*

Tabela 3: Estrutura de oferta de material de escritório (*workspace products*), em 2008 (em volume)

Goldcup (Esselte)	[10-20]%
Isaberg	[10-20]%
Goldcup (Esselte)+ Isaberg	[30-40]%
Acco	[0-10]%
Maped	[0-10]%
Fellowes	[0-10]%
Peach	[0-10]%
Novus	[0-10]%
Outros	[40-50]%
TOTAL	100%

Fonte: Estimativas da Notificante.

29. Constata-se, assim, uma sobreposição horizontal entre as actividades das empresas participantes, em que a quota da empresa resultante da concentração corresponderá, no território nacional e segundo as estimativas da Notificante, a [30-40]%, razão pela qual a operação é de notificação obrigatória.
30. Não obstante existir um número relevante de empresas a operar no território nacional, sobressai o facto de a entidade líder (a Adquirente), a nível nacional, reforçar a sua liderança na comercialização de material de escritório no território nacional, sendo que os restantes concorrentes, embora em número significativo, têm individualmente quotas de mercado pouco expressivas (inferiores a 10%), resultando, deste facto, que a quota das duas maiores empresas (C2⁵), num cenário pós-operação, corresponderá a cerca de [40-50]% no território nacional.
31. Nesta medida, e tendo por referência os dados para o território nacional indicados na Tabela 3 *supra*, o índice de *Herfindahl-Hirschman* (IHH)⁶ pós-operação seria de [1000-2000] pontos⁷, sendo o delta igual a [>250] pontos, reflectindo o aumento na concentração de mercado a nível do território nacional que resultaria da presente operação⁸.
32. No entanto, e caso se viesse a concluir que o âmbito geográfico do mercado em análise corresponde ao território nacional, importaria notar que os índices e as quotas de mercado são

⁵ C2 – designação para a quota das duas maiores empresas a operar em dado mercado.

⁶ Calculado com base na hipótese de que a produção identificada em “outros” corresponda à produção de 25 empresas.

⁷ No cálculo do IHH, e atendendo à ausência de informação sobre as quotas de mercado das empresas identificadas como “Outros”, considerou-se que a quota de cada um destes operadores é igual à menor das quotas de mercado identificadas. Nestes termos, a quota de mercado identificada como “Outros” seria distribuída por 25 pequenos operadores de mercado, cada um deles com uma quota de mercado de cerca de 2%. Note-se, ainda, que, no presente caso, o *Delta* da operação é independente da forma como se distribui a quota de mercado identificada como “Outros”, dependendo apenas das quotas de mercado das empresas participantes na operação.

⁸ Nos termos das Orientações da Comissão para apreciação de concentrações horizontais (cfr. Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004), este valor do delta é superior ao que a Comissão considera ser susceptível de não levantar preocupações, em termos de concorrência de tipo horizontal, dado que estamos perante um nível de concentração pós-operação superior a 1000 e um Delta superior a 250 pontos.

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 5

apenas indicadores iniciais de eventuais preocupações concorrenciais do tipo horizontal, não permitindo presumir a existência de tais preocupações, sem que se analisem outras características do mercado, nomeadamente a existência de barreiras à entrada ou um eventual contra-poder negocial dos clientes.

33. A procura dos produtos em causa é constituída por grandes clientes – cadeias de retalho organizado, empresas de vendas por catálogo, grandes empresas e empresas do sector da papelaria – que comprem gamas completas de produtos e em grandes quantidades, o que será susceptível de as colocar numa posição de forte poder de negocial perante os fornecedores de material de escritório [**CONFIDENCIAL - identificação dos principais clientes**].
34. De facto, note-se que os dois principais clientes da empresa adquirente, no território nacional – a [**CONFIDENCIAL - identificação de clientes**] –, representam cerca de [40-50]% e [20-30]% das vendas daquela empresa, respectivamente.
35. Atendendo à sua dimensão e características, estes clientes poderão facilmente utilizar o seu poder negocial para fazer face a qualquer tentativa de aumento de preços por parte dos fornecedores, ou face a qualquer outra manifestação de eventual poder de mercado exercido pelos fornecedores.
36. No que se refere às barreiras à entrada, a Notificante salienta que não existem barreiras significativas à entrada no mercado de material de escritório, a nível do território nacional, atendendo, em particular, ao facto das importações representarem uma parcela significativa do consumo de material de escritório no território nacional.
37. Ademais, deverá notar-se que, segundo as estimativas da notificante, as quotas de mercado da Goldcup (Esselte) e da Isaberg, ao nível do território comunitário, seriam iguais a cerca [10-20]% e [0-10]%, respectivamente, resultando da operação uma quota de mercado conjunta de cerca de [10-20]% no espaço económico europeu. Neste caso, e atendendo, em particular, a que o *delta* da operação seria inferior a 150, conclui a AdC que a conclusão da análise jus-concorrencial não seria distinta da apresentada *supra*, nos pontos 28 e seguintes.
38. De toda a factualidade exposta, considera-se que da presente operação de concentração não resultarão preocupações jus-concorrenciais no mercado de material de escritório (*workspace products*).

5.2. Mercado de ferramentas

39. Quanto ao mercado das ferramentas, as estimativas da Notificante permitiram apresentar a seguinte estrutura da oferta respeitante a 2008.

Tabela 4: Estrutura da oferta do mercado das ferramentas, em Portugal, em 2008

GoldCUP (Esselte)	0%
Isaberg	[20-30]%
GoldCUP (Esselte)+ Isaberg	[20-30]%
Stanley Bostitch	[10-20]%
Outros (v.g. Novus, Rexel, Petrus, Hitachi, Prebena)	[20-30]%
Marcas de Distribuição ⁹	[20-30]%
TOTAL	100%

Fonte: Notificante

⁹ AKI, Bricomarché, Mestre Maco (IZI), Maxmat, entre outros.

40. Quanto a este mercado, salienta-se que apenas a adquirida *Isaberg* se encontra presentemente activa na produção e comercialização de ferramentas, consubstanciando a presente operação uma mera transferência de quota de mercado da empresa adquirida para a empresa adquirente, independentemente da exacta delimitação do âmbito geográfico deste mercado.
41. Por outro lado, e no que se refere ao território nacional, releva-se que a quota estimada neste mercado relevante se terá situado, em 2008, em cerca de **[20-30]**%, valor inferior ao limiar de notificabilidade relativamente à quota de mercado (30%).
42. Nestes termos, entende a AdC que, no que concerne o mercado das ferramentas, da presente operação não resultará qualquer alteração à estrutura concorrencial do mercado, pelo que a mesma não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no mercado das ferramentas, não se afigurando necessárias quaisquer considerações adicionais, atendendo nomeadamente ao carácter conglomeral das actividades e de não se terem identificado relações verticais que infirmem tais conclusões.

5.3. Das Cláusulas Restritivas

43. Nos termos do n.º 5 do artigo 12.º da Lei da Concorrência, a decisão que autoriza uma operação de concentração abrange igualmente as restrições directamente relacionadas com a realização da mesma e a ela necessárias, pelo que as referidas cláusulas restritivas e o Acordo deverão ser apreciados à luz daquela disposição, beneficiando dos princípios orientadores da Comunicação da Comissão Europeia, de 5 de Março de 2005¹⁰.
44. A Autoridade da Concorrência entende que, para que as cláusulas sejam consideradas abrangidas pela presente decisão devem ser necessárias e proporcionais ao objectivo de preservação do valor do negócio a transferir, estando o seu âmbito temporal dentro dos limiares normalmente aceites pela prática decisória nacional e comunitária.
45. Nos termos do *Share Purchase Agreement* (doravante “SPA”), celebrado entre a Segulah III, L.P. and Others e a GOLDCUP 5115 AB p.c.n., subjacente à realização da presente operação de concentração e relativa à venda da *Isaberg Holding AB and Subsidiaries*, foram estipuladas uma Cláusula de não Concorrência (Cláusula [**CONFIDENCIAL – Identificação da cláusula contratual**]) e uma Cláusula de não Angariação (Cláusula [**CONFIDENCIAL – Identificação da cláusula contratual**]), nos termos das quais [**CONFIDENCIAL – Teor da cláusula contratual**].
46. Segundo a Notificante, estas cláusulas são acessórias à transacção e encontram-se em conformidade com os requisitos da Comunicação *supra* referida, devendo em seu entender ser abrangidas pela presente decisão da Autoridade da Concorrência.
47. Nesta medida e atendendo aos critérios *supra* expostos, entende a AdC considerar as referidas cláusulas como necessárias e directamente relacionadas com a operação, e, como tal, abrangidas pela presente decisão de não oposição, nos termos do n.º 5 do artigo 12.º da Lei da Concorrência.

5.4. Conclusão

48. Em conclusão, considera-se que a presente operação não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no: (i)

¹⁰ Vide Comunicação da Comissão sobre as restrições directamente relacionadas e necessárias às operações de concentração (2005/C 56/03), J.O. C 56/24, de 5.03.2005, especialmente, pontos 17 a 35.

mercado nacional de material de escritório (*workspace products*); e no (ii) mercado nacional das “ferramentas”.

6. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

49. 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 o sentido da decisão, que é de não oposição.

7. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

50. 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, delibera, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 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 *no mercado de material de escritório (workspace products) e no mercado das ferramentas*, no território nacional.

Lisboa, 24 de Dezembro de 2009

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

Manuel Sebastião

Presidente

Jaime Andrez

Vogal

João Noronha

Vogal