

**Ccent. 08/2010**  
**Companhia das Sandes/Sopas e Companhia**

**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]

01/04/2010

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

## DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

**Processo Ccent. 08/2010 – Companhia das Sandes/Sopas e Companhia**

### 1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 5 de Março de 2010, 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 Companhia das Sandes, S.A. (doravante “Companhia das Sandes”), das acções representativas da totalidade do capital social da sociedade Sopas e Companhia Systems Restaurante, S.A. (doravante “Sopas e Companhia”), detidas pela sociedade The Eat Out Group, S.L. (doravante “The Eat Out Group”).
2. No âmbito desta operação, a Companhia das Sandes adquirirá ainda à sociedade Pans & Company International, S.L. (doravante “Pans & Company”), controlada pela sociedade The Eat Out Group, a marca, a designação comercial e o know-how relacionado com o negócio da “Loja das Sopas”.
3. Será ainda celebrado um acordo de franquia com os vendedores relativamente à exploração das lojas com a marca Frec Co, controlada pelo The Eat Out Group.
4. 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 as condições enunciadas na alínea b), n.º 1, do artigo 9.º, do mesmo diploma.

### 2. AS PARTES

#### 2.1. Empresa Adquirente

5. A Companhia das Sandes dedica-se, em especial, à actividade de restauração rápida e informal, tendo por objecto social o comércio de sandes e outros produtos alimentares, actividades hoteleiras e similares.

**Nota: indicam-se entre parêntesis rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.** 1

6. Esta sociedade é detida pelo Fundo Explorer II, fundo de capital de risco cujo património se destina a ser investido na aquisição de participações no capital de outras sociedades. Este fundo, juntamente com o Fundo Explorer I, é gerido pela sociedade Explorer Investments – Sociedade de Capital de Risco, S.A..
7. Os volumes de negócios do Grupo Explorer, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, para o ano de 2008, foram os seguintes:

**Tabela 1 – Volume de negócios do Grupo Explorer<sup>1</sup>, no ano de 2008**

<i>Milhões de Euros</i>	<b>Portugal</b>	EEE	Mundial
<b>Grupo Explorer</b>	[>150] milhões	[>150] milhões	[>150] milhões

Fonte: Notificante

## 2.2. Empresa Adquirida

8. A Sopas e Companhia tem por objecto social a exploração de restaurantes em sistemas de franchising, compra e venda, cedência de licenças de utilização de marcas, franquias, consultadoria e apoio de gestão e marketing aos franchisados, compra e venda de equipamentos e produtos no âmbito da exploração de franchising.
9. A adquirida é uma sociedade de direito português controlada pela sociedade The Eat Out Group, empresa com presença internacional, que representa algumas marcas ligadas à restauração informal, entre as quais, a Loja das Sopas e a Fresc Co.
10. Segundo a notificante, o volume de negócios da Sopas e Companhia, calculado nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, foi, no ano de 2008, em Portugal, de [>2] milhões<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Os volumes de negócios referidos na tabela incluem o volume de negócios das sociedades Gascan – Gases Combustíveis, S.A e Vale Montanha – Serviços de Engenharia, S.A., ambas adquiridas pelo Fundo Explorer II, em Maio de 2009 e Setembro de 2009, respectivamente, e excluem o volume de negócios da sociedade Crioestaminal entretanto alienada pelo Fundo Explorer I, em Setembro de 2009.

<sup>2</sup> A Sopas e Companhia não realizou volume de negócios fora das fronteiras nacionais.

### 3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

11. A operação de concentração consiste na aquisição, pela Companhia das Sandes, das acções representativas da totalidade do capital social da sociedade Sopas e Companhia<sup>3</sup>, à sociedade The Eat Out Group.
12. A Companhia das Sandes adquirirá ainda à sociedade Pans & Company, sociedade igualmente controlada pela sociedade The Eat Out Group, a marca, a designação comercial e o *know-how* relacionado com o negócio da “Loja das Sopas”.
13. A operação em causa tem natureza horizontal, uma vez que se verifica sobreposição de actividades entre as empresas adquirente e adquirida.
14. Não obstante a notificante identificar o mercado da produção e distribuição de café torrado, onde o grupo Explorer se encontra activo através da sociedade Nutricafés – Cafés e Restauração, S.A., como mercado relacionado, considera-se que a relação vertical estabelecida na sequência da realização da presente operação de concentração não tem efeitos nefastos para a concorrência, atento, em particular, as quotas de mercado da entidade resultante da presente operação nos mercados onde a Nutricafés e a Sopas e Companhia actuam.

### 4. MERCADOS RELEVANTES

#### 4.1. Mercado do Produto Relevante

15. O negócio da Sopas e Companhia assenta, segundo a notificante, num conceito que reúne as seguintes características: **[CONFIDENCIAL – Especificidades do negócio]**.
16. Apesar de o *core business* da sociedade adquirida ser a confecção de sopas, a Sopas e Companhia não deixa de disponibilizar aos seus clientes um conjunto de outros produtos alimentares que se enquadram num perfil de complementaridade para o consumidor (sandes, saladas, crepes, salgados, tartes, sobremesas, etc.).

---

<sup>3</sup> Proprietária do negócio de restauração “Loja das Sopas”, o qual é desenvolvido através de restaurantes próprios e franchisados.

17. À semelhança da Companhia das Sandes, a Sopas e Companhia actua no sector da restauração rápida. Os seus restaurantes localizam-se em zonas de intensa actividade comercial (centros comerciais e de negócio e zonas de comércio tradicional, onde existe uma elevada rotatividade de pessoas) e estão aptos a oferecer o mesmo tipo de refeições a qualquer hora do dia, sem obedecer ao horário de funcionamento correspondente aos períodos tradicionais das refeições.
18. De acordo com a prática decisória nacional<sup>4</sup> e comunitária<sup>5</sup>, os serviços prestados pelas empresas participantes na presente operação de concentração enquadram-se no mercado de produto relevante dos “restaurantes informais”, os quais incluem os restaurantes de serviço rápido (*fast food*), cadeias de restaurantes informais, restaurantes informais independentes, pizzarias, cafés, “*coffee shops*”, casas de sandes (“*sandwich bars*”), bem como restaurantes “*take-away*” e de entrega ao domicílio.
19. Na esteira da referida prática decisória, aceita-se, para efeitos da presente análise, a definição de mercado de produto relevante tal como definido pela notificante, ou seja, correspondendo ao mercado dos “restaurantes informais”, já que, tal como se verá adiante, as conclusões jus-concorrenciais não se alteram qualquer que seja a delimitação adoptada.

#### 4.2. Mercado Geográfico Relevante

20. As condições homogéneas em que a concorrência se processa em todo o território nacional, fruto de diversos factores, donde se destacam: padrões de consumo de carácter vincadamente nacional; idêntico nível de preços praticado em todo o território nacional (excluindo a pequena restauração tradicional); e a existência de cadeias de restauração informal ao longo de todo o território nacional, levam a concluir pela dimensão nacional do mercado geográfico relevante.

---

<sup>4</sup>Vide Processo Ccent. 58/2008 – Fundo Explorer II/Companhia das Sandes.

<sup>5</sup>Vide decisões da Comissão Europeia de 6 de Junho de 2006, no caso COMP/M.4220 Food Service Project/Telepizza, e de 11 de Outubro de 2002, no caso COMP/M.2940 TGP Advisors III/Goldman Sachs/Bain Capital Investors/Burger King. Em ambos os casos a Comissão referiu a possibilidade de se definir mais finamente o mercado do produto relevante, nomeadamente, autonomizando os mercados dos restaurantes de entrega ao domicílio e de *take away*, das cadeias de restaurantes de serviço rápido e ainda da restauração rápida (*fast food*). No entanto, a definição de mercado do produto relevante foi deixada em aberto, uma vez que, independentemente da definição adoptada, a transacção nunca conduziria a um reforço da posição dominante. Não obstante, com base em inquéritos efectuados aos consumidores, a Comissão concluiu que os restaurantes de serviço rápido, mesmo oferecendo diferentes tipos de refeições, eram vistos como pertencendo ao mesmo mercado do produto, competindo com os restaurantes de *take away* e entregas ao domicílio, e ainda com os restaurantes de serviço rápido pertencentes a cadeias.

21. Esta definição é igualmente sustentada pela Comissão na referida prática decisória, que considera que os hábitos culturais alimentares, as preferências dos consumidores, o nível de preços praticados e a variedade de produtos oferecidos, são relativamente homogéneos em cada país, conferindo-lhes uma realidade distinta das restantes regiões.
22. À semelhança do que foi referido no ponto 19 *supra*, não se afigura necessária uma exacta delimitação do mercado geográfico relevante, aceitando-se, para efeitos da presente operação de concentração, que o mesmo tenha uma dimensão nacional.

#### 4.3. Conclusão

23. Em face do exposto, o mercado relevante considerado, para efeito da presente operação de concentração, será o mercado nacional dos restaurantes informais.

## 5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

### 5.1. Análise dos efeitos horizontais

24. A notificante estima que, em 2008, o mercado da restauração informal representou, em Portugal, cerca de [...] milhões de euros.<sup>6</sup>
25. Esse mercado, caracterizado por uma oferta atomizada, é liderado, de acordo com estimativas da notificante, pela sociedade Macdonald's Portugal, com uma quota de [30-40]%, seguida da Pizza Hut ([10-20]%), da Tele Pizza ([5-10]%), da Lojas Tangerina ([0-5]%), da Pans & Company e da Eurest (ambas com quotas de [0-5]%). As quotas de mercado da Companhia das Sandes e da Sopas e Companhia são de [0-5]% e de [0-5]%, respectivamente.
26. Como resulta das quotas acima expressas, o delta, que traduz a variação no nível de concentração de mercado em resultado da operação em apreço, é inferior a [100] ponto, afastando qualquer preocupação de natureza jus-concorrencial.
27. A par com os elementos relativos ao mercado relevante definido, a notificante apresentou, ainda, valores relativos ao subsegmento das refeições rápidas, no qual a Companhia das Sandes e a Sopas e Companhia também se encontram presentes, com o objectivo de evidenciar o reduzido

impacto que a presente operação de concentração teria na estrutura de mercado, caso o mesmo fosse definido de forma mais restrita.

28. Assim, de acordo com as estimativas da notificante<sup>7</sup>, o mercado de *fast-food* em Portugal, no ano de 2008, era liderado pela McDonald's, com uma quota de [50-60]%, seguido da Lojas Tangerina ([5-10]%), da Pans & Company ([5-10]%), do Burger King Holdings Inc. ([0-5]%), do Burger Ranch Sede ([0-5]%), dispendo a Companhia das Sandes e a Sopas Companhia quotas de mercado na ordem dos [0-5]% e [0-5]%, respectivamente.
29. Neste contexto, o delta resultante da concretização da presente operação de concentração (que mede a variação do nível de concentração do mercado) seria de [<100] pontos, o que afasta a existência de preocupações jus-concorrenciais de natureza horizontal.
30. Face ao *supra* exposto, conclui-se que a operação de concentração ora em apreço não resultará em alterações significativas ao nível da estrutura do mercado em causa, e, por conseguinte, não redundará na criação ou reforço de uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva, no território nacional.

## 5.2. Análise de efeitos não horizontais

31. Retomando o *supracitado* no ponto 13, verifica-se que a relação vertical estabelecida entre a Nutricafés – Cafés e Restauração, S.A.<sup>8</sup> e a Sopas e Companhia não tem um impacto negativo na concorrência, na medida em que a entidade resultante da concentração não dispõe de poder de mercado significativo em nenhum dos mercados onde a Nutricafés e a Sopas e Companhia actuam, ou seja, os mercados da produção e distribuição de café torrado e da restauração informal, respectivamente.
32. Nestes termos, concluiu-se pela inexistência de preocupações jus-concorrenciais de natureza vertical.

---

<sup>6</sup> As estimativas da notificante são baseadas no *Consumer Foodservice in Portugal, Euromonitor Internacional*, Agosto de 2009.

<sup>7</sup> Baseadas no *Euromonitor International* de Agosto de 2009.

<sup>8</sup> Em 2007, a Nutricafés ocupava a terceira posição do ranking do sector da torrefacção e distribuição de cafés em Portugal, detendo duas marcas do sector, a Nicola e a Chave de Ouro, com uma quota de mercado de cerca de 10%. Em 2008, a Nutricafés passou a representar uma nova marca, a Inducci, tendo a sua quota de mercado no canal HORECA sido de 9,5% (cfr. Relatórios e Contas da Nutricafés de 2007 e 2008, respectivamente).

### 5.3. Cláusulas restritivas da concorrência

33. No contrato de compra e venda das acções da Sopas e Companhia, as partes acordaram, na cláusula [**CONFIDENCIAL – identificação da cláusula**], uma obrigação de não-concorrência que impende sobre a vendedora (The EatOut Group, S.L.), impedindo-a de, directa ou indirectamente, [**CONFIDENCIAL – Teor material e temporal da Cláusula**].
34. Segundo a notificante, esta cláusula é acessória e necessária à transacção e encontram-se em conformidade com os requisitos da Comunicação *infra* referida, devendo em seu entender ser abrangida pela presente decisão da Autoridade da Concorrência.
35. 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 a referida cláusula restritiva deverá ser apreciada à luz daquela disposição, beneficiando dos princípios orientadores da Comunicação da Comissão Europeia, de 5 de Março de 2005<sup>9</sup>.
36. A Autoridade da Concorrência considera a cláusula identificada directamente relacionada com a operação, sendo necessária e proporcional 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.
37. Nesta medida, a referida cláusula restritiva constitui uma restrição acessória abrangida pela presente decisão, nos termos do n.º 5 do artigo 12.º da Lei da Concorrência.

## 6. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

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

---

<sup>9</sup> 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.

## 7. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

39. 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 reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no *mercado nacional dos restaurantes informais*.

Lisboa, 1 de Abril de 2010

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

---

Manuel Sebastião

Presidente

---

Jaime Andrez

Vogal

---

João Noronha

Vogal