

**Ccent. 31/2010**  
**COMPUTER 2000 / ACTIVOS DLI**

**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]

23/08/2010

**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. 31/2010– Computer 2000 /Activos DLI

### 1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 15 de Julho de 2010, 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 Computer 2000 Portuguesa, Lda. (“Computer 2000”), do controlo exclusivo da actividade de distribuição grossista de produtos de tecnologias de informação da empresa DLI – Distribuição Logística para Informática, S.A., em Portugal, mediante a aquisição de activos (“Activos DLI”).
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 b), do n.º 3, do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, por preencher a condição enunciada na alínea b), do n.º 1, do artigo 9.º do mesmo diploma.

### 2. AS PARTES

#### 2.1. Empresa Adquirente

3. A Computer 2000 é a subsidiária portuguesa da empresa multinacional *Tech Data Corporation*, pertencente ao grupo *Tech Data*, que se encontra activa na distribuição grossista de equipamento e software informático (“produtos de tecnologias de informação”) e na prestação de serviços relacionados.
4. O modelo de negócio da empresa consiste na aquisição de equipamento e software informático a fornecedores de soluções tecnológicas e fabricantes, sem que os referidos produtos sejam submetidos a quaisquer processos de transformação ou inovação<sup>1</sup>.
5. Os produtos adquiridos são posteriormente vendidos na modalidade de gama de produtos de tecnologias de informação a clientes retalhistas generalistas e retalhistas especializados, revendedores orientados para particulares, pequenas e médias empresas e revendedores

---

<sup>1</sup> A Computer 2000 distribui um conjunto de produtos de fabricantes vários, tais como, a *Acer, Adobe, Autodesk, Cisco, HP, Intel, Kingston, Logitech, Microsoft, LG, IBM, Toshiba e Xerox*.

orientados para empresas de maior dimensão (soluções empresariais), bem como a integradores de sistemas informáticos.

6. Os serviços relacionados com a distribuição de tecnologias de informação prestados pela Computer 2000 são essencialmente serviços de logística, serviços financeiros (crédito) e suporte pré e pós-venda, os quais, segundo a Notificante, representam uma actividade verdadeiramente marginal relativamente ao seu *Core-Business*<sup>2</sup>.
7. Os volumes de negócios realizados pelo Grupo *Tech Data*, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2007, 2008, e 2009, foram os seguintes:

**Tabela 1 – Volume de negócios do Grupo Tech Data, nos anos de 2007, 2008 e 2009**

<i>Milhões Euros</i>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>Portugal</b> <sup>3</sup>	[>150]	[>150]	[>150]
<b>EEE</b>	[>150]	[>150]	[>150]
<b>Mundial</b>	[>150]	[>150]	[>150]

**Fonte:** Notificante.

## 2.2. Activos a adquirir

8. Os activos a adquirir estão relacionados com a actividade de distribuição grossista de produtos de tecnologia de informação em Portugal, detidos pela empresa DLI – Distribuição e Logística para a Informática, S.A., activa na distribuição grossista de produtos de Sistemas de Informação e na prestação de serviços relacionados.
9. Segundo a Notificante, a actividade desenvolvida pela DLI é análoga à desenvolvida pela Computer 2000, sendo os respectivos modelos de negócios equivalentes<sup>4</sup>, embora não sejam necessariamente coincidentes os seus fornecedores de produtos TI.
10. Os volumes de negócios correspondentes à actividade de distribuição grossista de produtos de tecnologia de informação da DLI, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2007, 2008, e 2009, foram os seguintes:

<sup>2</sup> Segundo a Notificante, esta actividade corresponde a menos de **[0-5]**% do seu volume de negócios.

<sup>3</sup> A Notificante não realizou qualquer volume de negócios fora de Portugal, pelo que os volumes de negócios apresentados ao nível do EEE e a nível mundial resultam das vendas efectuadas pelo Grupo Tech Data.

<sup>4</sup> A DLI mantém vínculos contratuais com fabricantes como a *Asus*, a *Dell* e a *Lexmark*, os quais não têm contratos de distribuição com a Computer 2000.

**Tabela 2 – Volume de negócios correspondentes ao Negócio Alvo, nos anos de 2007, 2008 e 2009**

<i>Milhões Euros</i>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>Portugal</b>	[>2]	[>2]	[>2]
<b>EEE</b>	[>2]	[>2]	[>2]
<b>Mundial</b>	[>2]	[>2]	[>2]

**Fonte:** Notificante.

### 3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

11. A presente operação consiste na aquisição, pela Computer 2000, do controlo exclusivo da actividade de distribuição grossista de produtos de tecnologia de informação da empresa DLI – Distribuição Logística para Informática, S.A., em Portugal, mediante a aquisição de activos<sup>5</sup>, nos termos estabelecidos pelas partes no âmbito do Acordo [**CONFIDENCIAL- Natureza do Acordo**], em 13 de Julho de 2010.
12. A operação é de natureza horizontal atendendo a que tanto a Notificante, como a actividade adquirida, se encontram presentes na distribuição grossista de produtos de tecnologias de informação e na prestação de serviços relacionados.
13. A operação notificada configura uma operação de concentração, nos termos da alínea b), do n.º 1, do artigo 8.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea b), do n.º 3, do mesmo artigo, e encontra-se sujeita a obrigatoriedade de notificação prévia, por preencher a condição prevista na alínea b), do n.º 1, do art. 9.º do mesmo diploma.

### 4. MERCADOS RELEVANTES

#### 4.1. Mercado do Produto Relevante

14. Tal como referido anteriormente, a empresa Notificante e os activos adquiridos dizem respeito à actividade de distribuição grossista de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados, estando ambos presentes ao nível do território nacional.

<sup>5</sup> Os activos a adquirir, no estrito âmbito da actividade de distribuição grossista de produtos de tecnologias de informação da DLI, incluem [**CONFIDENCIAL- Segredo de Negócio**].

15. Como decorre da prática decisória da Comissão Europeia<sup>6</sup>, a actividade de distribuição grossista de produtos de tecnologia de informação caracteriza-se pela oferta de um portefólio alargado de produtos (*software e hardware*)<sup>7</sup>, a retalhistas e revendedores (não sendo os mesmos os clientes finais), num período de tempo muito curto, normalmente até 24 horas depois do pedido ser efectuado.
16. A procura dirigida aos distribuidores grossistas de tecnologias de informação é composta por diferentes categorias de clientes, tais como: (i) revendedores de valor acrescentado (“VARs”) e integradores de sistema, que desenvolvem um serviço, ou aplicação nos produtos de forma a acrescentar-lhes valor para, posteriormente, serem revendidos a clientes finais; (ii) revendedores *corporate*, que revendem os produtos a clientes de grande e média dimensão; (iii) outros revendedores, incluindo os tradicionais vendedores de produtos de TI; e (iv) retalhistas que operam em grandes superfícies comerciais.
17. Em várias situações, a oferta do portefólio de produtos é efectuada em conjunto com a prestação de serviços relacionados com os mesmos, como sejam a consultoria de apoio (“*consulting support*”), serviços de logística, soluções financeiras, entre outros.
18. Assim, esta actividade implica a existência de capacidade logística, por parte dos seus operadores, de um portefólio alargado de produtos que são adquiridos aos fabricantes dos mesmos, sendo que os distribuidores grossistas disponibilizam aos seus clientes um serviço único/integrado e uma disponibilidade de *stock* complementar dos diferentes fabricantes (“*one-stop-shop*” *facility*).

#### ***Posição da Notificante***

19. A Notificante considera como mercado do produto relevante, para efeitos da presente operação de concentração, o mercado da distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados, o qual integra, segundo a mesma, por um lado, todas as categorias de produtos de tecnologias de informação e, por outro lado, as vendas directas efectuadas pelos fabricantes a retalhistas, revendedores e grandes clientes finais, e as vendas indirectas, efectuadas pelos distribuidores e revendedores grossistas e retalhistas.

---

<sup>6</sup> Cfr. Decisões da Comissão Europeia nos processos COMP/M.5162- Avnet/Horizon, de 26.06.2008, COMP/M.5099 – Arrow Electronics/ Logix, de 19.05.2008, COMP/M.5091- Tech Data/ Scribona, de 28.04.2008, COMP/M. 4868 – Avnet/ Magirus EID, de 5.10.2007, COMP/M.3107 – Tech Data/ Azlan Group, de 24.03.2003, COMP/M. 2223 *Getronics/Hagemeyer/JV.*, de 02.04.2001 e VI/M. 1179 Tech Data/Computer 2000, de 03.06.1998.

<sup>7</sup> Onde se incluem, por exemplo, computadores pessoais (“PCs”), servidores, impressoras, *scanners*, e pacotes de *software*.

20. Segundo a Notificante, os distribuidores grossistas são apenas uma das várias categorias de operadores presentes no mercado, estando sujeitos a uma concorrência efectiva exercida, por um lado, pelos fabricantes de produtos de tecnologias de informação e, por outro, pelos distribuidores retalhistas/revendedores.
21. De forma a sustentar este entendimento, a Notificante refere que o modelo tradicional da cadeia de distribuição, no qual os distribuidores grossistas adquiriam portefólios de produtos a fabricantes com presença internacional<sup>8</sup>, distribuindo-os subsequentemente aos seus clientes retalhistas e revendedores (as chamadas vendas indirectas) e estes, por sua vez, a clientes finais, tem vindo a alterar-se na última década, assistindo-se em Portugal, à semelhança do que sucede em outros Estados-Membros, ao desenvolvimento de novos modelos de comercialização onde coexistem vários canais de distribuição distintos para estes produtos.
22. Serão inúmeras as situações, no entendimento da Notificante, em que os fabricantes de produtos de tecnologias de informação se substituem aos distribuidores grossistas e vendem directamente a distribuidores retalhistas, revendedores, e clientes finais de maior dimensão (vendas directas).
23. Assim, afirma ser comum encontrar fabricantes que vendem determinadas famílias de produtos de forma indirecta e outras de forma directa, assim como situações em que o mesmo produto é vendido directamente por fabricantes a determinados clientes de grande dimensão, nomeadamente a grandes retalhistas, mas não a outros retalhistas que são concorrentes dos primeiros.
24. Com efeito, entende a Notificante que a estratégia comercial dos principais fabricantes tem evoluído de forma díspar e, segundo estimativas que apresenta, alguns fabricantes internacionais com uma importante presença no mercado nacional, como sejam a **[CONFIDENCIAL- Informação de Mercado]**, efectuam mais de 70% das suas vendas através de vendas directas, embora, simultaneamente, outros fabricantes, tais como a **[CONFIDENCIAL- Informação de Mercado]**, privilegiem os canais de distribuição tradicionais.
25. De forma a ilustrar esta realidade, a Notificante refere ainda o exemplo do fabricante **[CONFIDENCIAL- Informação de Mercado]**, que criou a sua estratégia de negócio com base nas vendas directas a retalhistas e consumidores finais, e o caso do fabricante **[CONFIDENCIAL- Informação de Mercado]**, que transferiu uma importante parcela do seu portefólio de produtos, anteriormente vendidos com recurso a vendas indirectas, passando a

---

<sup>8</sup> Nomeadamente, a fabricantes, tais como, a *Microsoft*, a *HP*, a *Acer*, a *Intel*, a *IBM*, entre outros.

utilizar o canal das vendas directas, vendendo actualmente uma parte relevante dos seus produtos a retalhistas exclusivos e a clientes finais através das **[CONFIDENCIAL- Informação de Mercado]**.

26. Adicionalmente, defende a Notificante que as vendas efectuadas por retalhistas e revendedores deverão ser incluídas no mesmo mercado da distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados, uma vez que os retalhistas e revendedores de maior dimensão, por terem acesso e capacidade para adquirirem quantidades elevadas dos produtos de tecnologia de informação a preços suficientemente competitivos, revendem esses produtos a retalhistas de menor dimensão, substituindo-se, assim, aos distribuidores grossistas.
27. A título de exemplo, a Notificante refere o programa E.ESCOLA no qual se verificou que determinados revendedores, como a **[CONFIDENCIAL- Informação de Mercado]**, assumiram a função de distribuidor grossista, posicionando-se entre o fabricante e o operador de telecomunicações. Os distribuidores grossistas terão sido apenas integrados neste modelo de negócio posteriormente, uma vez que os revendedores não detinham, nomeadamente, capacidade adequada para gerir o serviço pós-venda, nem de garantir disponibilidade de *stock* da mesma forma que os grossistas.
28. A Notificante considera, ainda, que o mercado da distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados deverá incluir todas as categorias de produtos de tecnologias de informação, considerando que o mesmo não deverá ser segmentado por tipo de produto, nomeadamente por *hardware*, *software* e serviços.
29. Entende, assim, que a concorrência neste mercado se efectuará com relação a conjuntos de produtos e serviços e não relativamente a um produto específico, sendo que o portefólio apresentado e a variedade desse portefólio se revelam como um dos factores determinantes na escolha do distribuidor grossista, por parte dos seus clientes.

### ***Posição da AdC***

#### ***Vendas directas e vendas indirectas***

30. No que respeita à inclusão de vendas directas e de vendas indirectas no âmbito de um mercado mais lato da distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados, tal como proposto pela Notificante, a posição da Comissão Europeia, a este respeito, tem sido

cautelosa, admitindo essa possibilidade, tem optado, no entanto, por deixar em aberto a exacta delimitação do mercado do produto, no âmbito da sua prática decisória<sup>9,10</sup>.

31. A título de exemplo, mencione-se a decisão da Comissão, no âmbito do processo COMP/M.5864 – Avnet/Bell Micro<sup>11</sup>, em que a Comissão refere que a investigação de mercado levada a cabo no âmbito daquele processo não permitiu concluir pela existência de um mercado mais lato para a venda de produtos tecnologias de informação, incluindo vendas directas e vendas indirectas, uma vez que foram identificadas vantagens subjacentes à compra destes produtos aos distribuidores grossistas, em termos de oferta de um portefólio de produtos, de serviços de logística, de tempo de entrega, de serviços de financiamento, assim como, de serviços de assistência com instalação e marketing.
32. Algumas destas características - (i) a oferta de um alargado portefólio de produtos, (ii) distribuição rápida (em 24h), e (iii) capacidade logística - já tinham sido anteriormente identificadas pela Comissão, tendo-se concluído que as mesmas são típicas da distribuição grossista, e não das vendas directas por parte dos fabricantes de tecnologias de informação.
33. Também a investigação de mercado levada a cabo, pela Comissão, nos países nórdicos (Noruega, Suécia e Finlândia)<sup>12</sup>, para além de permitir identificar os factores *supra* mencionados, revelou que um número significativo de revendedores e retalhistas não podiam ser directamente fornecidos por fabricantes de produtos de tecnologias de informação, uma vez que não procuravam grandes quantidades dos produtos. Adicionalmente, verificou-se que nem todos os fabricantes de produtos de tecnologias de informação detinham capacidades logísticas e armazéns suficientes para aumentar consideravelmente as suas vendas directas no curto prazo.
34. Em Portugal, e tal como referido pela Notificante, tem-se verificado uma tendência crescente, por parte de alguns fabricantes, na adopção de estratégias comerciais tendo por base a utilização do canal de vendas directas, admitindo-se a possibilidade dos preços praticados pelos fabricantes poderem, de algum modo, condicionar ou exercer uma pressão concorrencial sobre os preços praticados pelos distribuidores no canal de vendas indirectas.

---

<sup>9</sup> Vide processo COMP/M.5091 – Tech Data/Scribona, de 28 de Abril de 2008 (§19); processo COMP/M.5099 – Arrow Electronics/Logix, 19 de Maio de 2008 (§17); e processo COMP/M.5162 – Avnet/Horizon Technology, 26 de Junho de 2008 (§12).

<sup>10</sup> Refira-se, porém, que no processo COMP/M.2223- Getronics/Hagemeyer/JV (§18) tendo em conta a investigação de mercado efectuada, a Comissão concluiu, no caso da distribuição de servidores, que as vendas directas e as vendas indirectas pertenciam ao mesmo mercado do produto relevante.

<sup>11</sup> Vide Decisão da Comissão, de 2.7.2010, no âmbito do processo COMP/M.5864 – Avnet/Bell Micro, § 16 e seguintes.

<sup>12</sup> *Cfr.* Decisão da Comissão no processo COMP/M.5091 – Tech Data/Scribona, de 28 de Abril de 2008, §15.

35. No entanto, com base em dados da [CONFIDENCIAL- Informação de mercado].
36. Assim, as características próprias da actividade de distribuição grossista (*vide* pontos 31 e 32), por um lado, e o peso das vendas indirectas em Portugal (superior à média europeia), por outro, poderão indiciar que estes dois canais de distribuição, as vendas directas e as vendas indirectas, não integrem, eventualmente, o mesmo mercado do produto, podendo não exercer uma pressão concorrencial suficiente entre si.
37. Contudo, para efeitos da presente operação de concentração, considera-se que a exacta delimitação do mercado da distribuição grossista de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados poderá permanecer em aberto, já que, tal como se verá adiante, as conclusões jus-concorrenciais não se alterariam qualquer que fosse a delimitação adoptada.

*Vendas indirectas e vendas dos retalhistas e revendedores*

38. No que respeita à inclusão de vendas efectuadas pelos retalhistas e revendedores no âmbito do mercado da distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados, tal como proposto pela Notificante, considera-se que as mesmas não integram o mesmo mercado do produto relevante, uma vez que estes operadores se situam num estágio da cadeia de distribuição distinto, encontrando-se a jusante dos operadores grossistas.
39. De facto, verifica-se que os operadores retalhistas e revendedores integram a procura dirigida aos distribuidores grossistas, conforma já explicitado no ponto 16, sendo que os mesmos, ao contrário dos distribuidores grossistas, vendem os seus produtos a clientes finais.
40. Assim, verifica-se que a procura que é dirigida a cada um destes operadores é claramente distinta, não se considerando que os distribuidores retalhistas e revendedores exerçam uma pressão concorrencial sobre os distribuidores retalhistas.
41. Mesmo que se verifiquem situações em que os distribuidores retalhistas desempenhem funções de distribuidores grossistas, tal como as descritas pela Notificante referindo-se ao programa E.ESCOLA, entende-se que as mesmas serão pontuais e restritas a alguns retalhistas e revendedores, uma vez que, nem todos estes operadores terão capacidade, nomeadamente em termos logísticos e de prestação de serviços complementares, que lhes permita exercer a sua actividade ao nível da distribuição grossista.
42. Decorre do supra exposto que, para efeitos da presente operação de concentração, as vendas efectuadas distribuidores retalhistas e revendedores não integram o mercado do produto

relevante da distribuição grossista de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados.

Da delimitação por tipo de produto (software vs hardware)

43. Tal como referido anteriormente, a actividade de distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados não diz respeito à distribuição de um produto específico mas de uma gama de produtos, a qual não é estanque, uma vez que vai sendo alterada, tanto em função da oferta (novos produtos que os fabricantes vão lançando no mercado), como da procura (cada cliente procura abastecer-se de uma gama de produtos que convenha à sua actividade ou à actividade dos seus clientes).
44. Em decisões precedentes, referentes à distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados, a Comissão tem considerado desnecessário segmentar o mercado do produto, uma vez que a procura de mercado se dirige a uma variedade de produtos de tecnologias de informação (i) apresentados aos clientes em portfolio; (ii) mediante a entrega standard das 24 horas que caracteriza o canal da distribuição grossista; e (iii) cuja actividade se caracteriza pela manutenção de um stock de inventário abrangente<sup>13</sup>.
45. Acresce que a Comissão já admitiu, designadamente, que as condições de distribuição no canal de vendas indirectas são globalmente homogéneas entre as várias categorias de produtos<sup>14</sup>.
46. Também a AdC<sup>15</sup>, no seu precedente decisório, concluiu que, relativamente à venda de produtos e prestação de serviços de tecnologias de informação, muito embora os produtos *software* *hardware* pudessem não ser considerados substitutos do ponto de vista da procura, o facto das empresas prestarem o mesmo tipo de serviços e oferecerem o mesmo tipo de produtos, conduziu a que fosse considerado a substituíbilidade do lado da oferta como critério mais adequado para a definição do mercado relevante da procura.
47. Uma vez que os operadores deste mercado não concorrerem uns com os outros relativamente à oferta de produtos específicos, mas sim, no que respeita a um portefólio de produtos e serviços, e sendo as condições de distribuição no canal de vendas indirectas globalmente homogéneas entre as várias categorias de produtos, aceita-se, para efeitos da presente operação de concentração,

---

<sup>13</sup> *Cfr.*, por exemplo, o § 12 da decisão da Comissão no processo VI/M. 1179 Tech Data/Computer 2000, de 3.06.1998.

<sup>14</sup> *Cfr.* decisão da Comissão no processo COMP/M.5162- Avnet/Horizon, de 26.06.2008, §14., em que apenas alguns distribuidores optam por uma especialização em certos produtos específicos.

<sup>15</sup> Decisão da Autoridade da Concorrência no processo Ccent 2/2005 - Portugal Telecom/Weblab de 7.03.2005.

incluir no mercado do produto relevante as várias categorias de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados, sem prejuízo de outras delimitações de mercado que, no futuro, a AdC venha a entender adequadas.

## 4.2. Mercado Geográfico Relevante

### *Posição da Notificante*

48. A Notificante entende que o mercado geográfico relevante, para efeitos da presente operação de concentração, poderá ser mais abrangente que o território nacional, uma vez que a entrega de produtos de tecnologias de informação pode ser efectuada em 24 horas a partir de outro Estado-Membro da União Europeia.
49. A Notificante refere, por exemplo, que a *Tech Data* não dispõe de armazém em todos os Países onde opera, sendo que, relativamente à actividade desenvolvida em Portugal, cerca de [80-90]% dos produtos procedem de Espanha, onde o grupo económico *Tech Data* dispõe de um armazém e capacidade logística, abastecendo Portugal e Espanha, sendo os produtos transportados através de infra-estrutura logística contratada junto de prestadores deste tipo de serviços.
50. No entanto, e considerando que, independentemente da exacta delimitação geográfica do mercado relevante, a AdC se encontra adstrita ao disposto no artigo 12.º da LdC, que dispõe que, para efeitos de apreciação dos efeitos jus-concorrenciais das operações de concentração, revela o território nacional, a *Computer 2000* apresenta os dados respeitantes ao mercado do produto relevante apenas para Portugal.

### *Posição da AdC*

51. A prática decisória da Comissão Europeia relativamente à delimitação geográfica do mercado da distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados tem sido a de admitir que este mercado é nacional<sup>16</sup>, nomeadamente, devido às características específicas desta actividade, relacionadas com a entrega dos produtos num curto espaço de tempo (24 horas) e a necessidade de uma presença nacional para a prestação dos serviços relacionados, como sejam a

---

<sup>16</sup> *Cfr.*, a este propósito, as decisões da Comissão Europeia nos processos, VI/M. 1179 *Tech Data/Computer 2000*, de 03.06.1998, §§16-17; COMP/M. 2223 *Getronics/Hagemeyer/JV*, de 02.04.2001, §19; COMP/M. 4868 – *Avnet/ Magirus EID*, de 5.10.2007, §13; COMP/M. 4866 *Arques/Actebis*, de 27.09.2007, §11; e COMP/M.5091-*Tech Data/ Scribona*, de 28.04.2008, §27.

formação e o suporte técnico. Acresce que, para além destas características, a Comissão identificou que, quer os distribuidores, quer os revendedores, tendem a organizar a sua actividade em termos nacionais.

52. A Comissão Europeia já admitiu igualmente que, em determinadas circunstâncias, nomeadamente, quando a oferta da gama de produtos é homogénea em todos os Estados-Membros, podendo os mesmos ser adquiridos numa base ampla nesses países, estes mercados poderão ter características geográficas supra-nacionais<sup>17</sup>, não deixando, porém, de sublinhar a importância e a necessidade da presença local dos distribuidores, não só ao nível da prestação de serviços de apoio aos seus clientes, como também, na captação de novos clientes.
53. Em face do *supra* exposto, considera-se que o mercado da distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados têm âmbito tendencialmente nacional, não obstante entender-se que a exacta delimitação do mesmo possa permanecer em aberto, tomando-se por base, para efeitos de avaliação jus-concorrencial da presente operação de concentração, a delimitação geográfica mais restrita, uma vez que as conclusões jus-concorrenciais não se alterariam caso se optasse por uma delimitações geográfica mais lata.

#### 4.3. Conclusão

54. Em face do exposto, considera-se que, para efeitos da presente operação de concentração, o mercado relevante corresponde ao *mercado da distribuição de produtos de tecnologia de informação e serviços relacionados*, no território nacional, deixando em aberto a sua exacta delimitação.

### 5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

#### 5.1. Estrutura da oferta

55. Segundo a Notificante, com base nos dados fornecidos pela IDC, a dimensão total do mercado da distribuição de produtos tecnologia de informação e serviços relacionados em Portugal ascendeu,

---

<sup>17</sup> *Cfr.* decisão da Comissão Europeia no processo COMP/M.3107 – Tech Data/ Azlan Group, de 24.03.2003, §14.

no ano de 2009, a 1250,8 milhões de euros, considerando apenas as vendas indirectas e a 2752 milhões de euros, quando consideradas as vendas directas e as vendas indirectas<sup>18</sup>.

56. Analisa-se, *infra*, a estrutura da oferta no mercado do produto relevante em causa, incluindo e excluindo vendas directas ao nível do território nacional, uma vez que, como já referido, não se apresentou uma conclusão definitiva sobre o âmbito do mercado do produto.

**Tabela 3 – Estrutura da oferta do mercado da distribuição grossista de produtos de tecnologia de informação e serviços relacionados, em Portugal, em 2009**

Empresas	Quotas em % (2009)	
	Incluindo Vendas Directas	Excluindo Vendas Directas
Computer 2000	[5-10]	[10-20]
DLI	[0-5]	[5-10]
<b>Quota Conjunta</b>	<b>[10-20]</b>	<b>[20-30]</b>
CPCDI	[10-20]	[20-30]
JP Sá Couto *	[0-5]	[5-10]
Databox	[0-5]	[5-10]
Outros	[60-70]	[20-30]
Total	100	100

**Fonte:** Notificante.

\* Por rigor de análise, as estimativas apresentadas excluem as vendas dos computadores MAGALHÃES (estimativas da entidade Notificante)

57. Tal como resulta da leitura da tabela acima identificada, em 2009, a Computer 2000 apresenta-se, ao nível do território nacional, como o segundo operador grossista no mercado, com uma quota de cerca de [10-20]% (excluindo vendas directas) e de [5-10]% (incluindo vendas directas), sendo a CPCDI a empresa líder de mercado.
58. A DLI apresenta, em 2009, uma quota de mercado igual a [5-10]% (excluindo vendas directas) e de [0-5]% (incluindo vendas directas), sendo o terceiro maior operador deste mercado, em Portugal.
59. Num cenário pós-operação de concentração, a Computer 2000 passará a deter uma quota de mercado de cerca de [20-30]% (excluindo vendas directas) e de [10-20]% (incluindo vendas directas)<sup>19</sup>, passando a ser o maior distribuidor grossista de produtos de tecnologias de

<sup>18</sup> Refira-se que, uma vez que a IDC apresenta os seus dados em dólares americanos, a Notificante utilizou a taxa de câmbio média anual para o ano de 2009, com base nos elementos disponíveis em [www.oanda.com](http://www.oanda.com).

<sup>19</sup> A Notificante considera, porém, que, após a concentração, não se verificará uma adição automática da quota de mercado da actividade adquirida no mercado relevante. A mesma estima que, na sequência da concretização da presente Transacção, a Computer 2000 não consiga manter mais do que 70% ou 80% da quota de mercado

informação, sofrendo, no entanto, a pressão concorrencial de outros distribuidores grossistas, tais como a CPCDI, com uma dimensão semelhante à sua.

## 5.2. Efeitos horizontais

60. Da análise da estrutura da oferta, quando incluídas as vendas directas, constata-se um cenário jus-concorrencial caracterizado por um índice de *IHH*<sup>20</sup>, após a concentração, inferior a 1000 pontos o que, atendendo à prática decisória da AdC e da Comissão Europeia, bem como às Orientações da Comissão para apreciação das concentrações horizontais<sup>21</sup>, é pouco provável a identificação de problemas em termos de concorrência de tipo horizontal.
61. No entanto, considerando a delimitação do mercado do produto mais estreita, incluindo apenas as vendas indirectas realizadas pelos distribuidores grossistas, da análise da estrutura da oferta, constata-se um cenário jus-concorrencial caracterizado por um índice de *IHH*, após a concentração, entre 1000 e 2000 pontos e um *delta*<sup>22</sup> superior a 250 pontos.
62. Nestes termos, e atendendo à prática decisória da AdC e da Comissão Europeia, bem como às Orientações da Comissão para apreciação das concentrações horizontais, não é possível excluir, à partida, sem outros elementos de avaliação, que a presente operação seja susceptível de gerar preocupações jus-concorrenciais, no mercado do produto em apreço.
63. Importa, no entanto, notar que, mesmo considerando que as vendas directas possam não fazer parte do mesmo mercado do produto das vendas indirectas, verifica-se que estamos perante um mercado em que os clientes dos distribuidores grossistas têm acesso a informação sobre os preços praticados pelos vários distribuidores, podendo optar por aquele que lhe oferece melhores condições comerciais, existindo ainda a tendência crescente dos seus clientes poderem vir a adquirir esses produtos junto de alguns fabricantes.

---

imputável à actividade de distribuição grossista de produtos de tecnologias de informação desenvolvida agora pela DMI, dado que considera expectável vir a ocorrer uma dispersão efectiva de clientes desta última para outros distribuidores.

<sup>20</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 *IHH* para conhecer o nível de concentração global existente num mercado – neste sentido, vão as Orientações para apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas (*cf.* Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004). O *IHH* após a concentração é calculado no pressuposto de que as quotas de mercado das empresas se mantêm inalteradas.

<sup>21</sup> Orientações para apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas (*cf.* Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004).

<sup>22</sup> O *delta* corresponde à variação no *IHH* antes e após a operação de concentração. No caso presente, o delta corresponde a cerca de [CONFIDENCIAL] pontos.

64. Segundo a Notificante, a forte concorrência neste mercado exige a adopção de condições comerciais que se revelem efectivamente vantajosas para os clientes, como sejam, o alargamento dos prazos de pagamentos, atribuição de descontos e redução das margens de comercialização.
65. Os factores que podem ser considerados como determinantes para a substituição, por parte de uma cliente, de um distribuidor grossista por outro são, segundo a Notificante: (i) o preço - que é um factor essencial e determinante; (ii) o portefólio de produtos disponíveis (e a sua flexibilidade consoante as necessidades específicas dos distribuidores retalhistas); (iii) o serviço de apoio a clientes; (iv) o tempo de entrega da mercadoria; (v) a possibilidade de obtenção de crédito; e (vi) as condições de pagamento que são oferecidas aos retalhistas/revendedores.
66. Estes factores têm determinado alterações frequentes nas vendas de cada distribuidor junto dos seus clientes, nomeadamente, junto de grandes retalhistas. A título de exemplo, a Computer 2000, [CONFIDENCIAL- Segredo de Negócio].
67. Adicionalmente, os distribuidores grossistas, como a Computer 2000, relacionam-se, a montante, com empresas com um significativo grau de sofisticação e de grande dimensão que recorrem a um ou mais distribuidores, sendo que a entidade Notificante, tal como os restantes distribuidores grossistas, não tem fornecimentos garantidos nem relações de exclusividade, sendo que os fabricantes terão um poder negocial que lhes permitirá, com algum grau de discricionariedade, alterar termos e condições contratuais.
68. Por outro lado, a procura deste mercado encontra-se bastante disseminada e beneficia da circunstância das relações comerciais com os operadores que exercem a actividade de distribuição de produtos de tecnologias de informação ser caracterizada pela ausência de compromissos de exclusividade ou de aquisição de volumes mínimos, sendo estes acordos celebrados, tipicamente, por um período que não ultrapassa um ano<sup>23</sup>.
69. Assim, os distribuidores retalhistas ou revendedores abastecem-se livremente junto de quaisquer distribuidores grossistas (ou, havendo oportunidade, junto dos próprios fabricantes de equipamento), da mesma forma que não existem efeitos de fidelização, pelo que a transferência da procura de um fornecedor para outro pode ser efectuada de forma rápida e sem dificuldade<sup>24</sup>.

<sup>23</sup> Segundo a Notificante, não é comum, nem característico, existirem acordos de distribuição exclusiva entre distribuidores grossistas e os seus clientes.

<sup>24</sup> Vide, a este propósito, a decisão da Comissão no processo VI/M. 1179 Tech Data/Computer 2000, de 3.07.1998; e, ainda, o Estudo “Gfk Channel Survey Europe”, datado de 2007, e elaborado pela Gfk relativamente ao Mercado Europeu, no qual se refere que, em média, um retalhista pode abastecer-se junto de 7 distribuidores.

70. Esta realidade encontra-se reflectida no estudo elaborado pela *Gfk Retail and Technology*, datado de 2007 e intitulado “Gfk Channel Survey Europe”<sup>25</sup>, no qual se verifica que, em Portugal, os retalhistas utilizam vários distribuidores grossistas<sup>26</sup>, adquirindo diversas marcas e que a taxa de mudança de distribuidor apresenta um valor de 31%.
71. Ainda relativamente à procura neste mercado, existem clientes com uma dimensão significativa e que, por isso, beneficiam de um poder negocial relevante. A importância destes clientes e o seu poder negocial reflecte-se, nomeadamente, ao nível de uma frequente adaptação dos portefólios de produtos às necessidades concretas dos mesmos, por parte dos distribuidores grossistas, o que indicia que os mesmos sofrem concorrência do lado da oferta.
72. Acresce que, uma vez que os contratos com os fabricantes são muitas vezes remunerados em função do cumprimento de determinados objectivos comerciais (volume/produto vendido), o poder dos clientes sobre os distribuidores grossistas é reforçado, ao deterem a capacidade de influenciar esses objectivos perante os fabricantes.
73. Adicionalmente, não se verificam custos significativos de entrada de novos operadores, referindo a Notificante que os activos essenciais para o desenvolvimento desta actividade consistem na organização logística (transporte e armazenagem de produtos), embora os mesmos não tenham que ser propriedade da empresa, podendo ser objecto de *outsourcing* a empresas independentes.
74. Também os custos de saída do mercado não são significativos, não existindo qualquer especificidade relativa aos armazéns onde é guardado o equipamento, podendo os mesmos ser utilizados para outros fins, podendo igualmente a frota de veículos de transporte ser alienada a operadores presentes neste mercado ou noutras actividades que impliquem transporte.
75. Em suma, considera-se que a presente operação de concentração não é susceptível de gerar preocupações jus-concorrenciais de natureza horizontal no mercado relevante considerado, ainda que do mesmo se excluam as vendas directas.

### 5.3. Conclusão

76. Face ao exposto, conclui-se que a presente operação de concentração não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à

---

<sup>25</sup> Disponível em [http://www.gfkrt.com/imperia/md/content/rt/2\\_productsandservices/2007-gfk\\_channel\\_survey\\_report-it-b2b.pdf](http://www.gfkrt.com/imperia/md/content/rt/2_productsandservices/2007-gfk_channel_survey_report-it-b2b.pdf), visitado em 9.08.2010.

<sup>26</sup> *Cfr.* pág. 7 do referido estudo.

concorrência efectiva *no mercado da distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados*, no território nacional.

#### 5.4. Análise das Cláusulas Restritivas e Acessórias

##### 5.4.1. Identificação das Cláusulas

77. A adquirente notifica, a título de cláusulas restritivas e acessórias, as cláusulas **[CONFIDENCIAL- Identificação e teor da Cláusula]**;
78. A adquirente notifica ainda as cláusulas constantes do Acordo **[CONFIDENCIAL- Identificação e teor da Cláusula]**;

##### 5.4.2. Posição da Notificante

79. No entendimento da Notificante, sendo o objectivo destas cláusulas o de proteger o investimento financeiro efectuado pela adquirente, por um período **[CONFIDENCIAL- Âmbito temporal]**, garantindo, assim a transferência efectiva e material do valor integral da actividade adquirida, poderão as mesmas ser aceites como necessárias e directamente relacionadas com a operação, nos termos e para os efeitos previstos no n.º 5 do artigo 12.º da Lei Concorrência.

##### 5.4.3. Posição da AdC

80. Em linha com a prática decisória nacional<sup>27</sup> e comunitária,<sup>28</sup> a decisão que autoriza uma operação de concentração abrange igualmente as «restrições directamente relacionadas<sup>29</sup> com a realização da mesma e a ela necessárias»<sup>30</sup>, nos termos e para os efeitos previstos no n.º 5 do artigo 12.º da Lei da Concorrência.

---

<sup>27</sup> Processo Ccent. 39/2009 – Unicer/NewCoffee II, decisão de 30 de Outubro de 2009; Processo Ccent. 21/2010 – Newrest/Servirail, decisão de 1.7.2010; Processo Ccent. 26/2010 – Yanmar/Amman-Yanmar, decisão de 22.7.2010.

<sup>28</sup> Comunicação da Comissão relativa às restrições directamente relacionadas e necessárias às concentrações, JOCE 2005/C 56/03, de 5 de Março.

<sup>29</sup> Para que as restrições sejam consideradas «directamente relacionadas com a realização da concentração» devem estar estreitamente ligadas à concentração propriamente dita. As restrições directamente relacionadas com a concentração estão economicamente relacionadas com a transacção principal e destinam-se a permitir uma transição harmoniosa para a estrutura alterada da empresa após a concentração. Neste sentido, vide Comunicação da Comissão Europeia Relativa a Restrições Acessórias de 2005 (§12).

<sup>30</sup> Por outro lado, os acordos devem ser «necessários à realização da concentração» o que significa que, na ausência de tais acordos, a concentração não poderia realizar-se ou realizar-se-ia apenas em condições consideravelmente mais aleatórias, a custos substancialmente mais elevados, num prazo consideravelmente maior ou com muito mais dificuldades. Neste sentido, para determinar se uma restrição é necessária, deve assegurar-se que a sua duração, alcance material (obrigações economicamente ligadas com a transacção) e geográfico (neste **Nota: indicam-se entre parêntesis rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial** 16

81. Neste sentido, a AdC deverá analisar o escopo material, geográfico e temporal das cláusulas constantes do Acordo[**CONFIDENCIAL – Natureza do acordo**] identificadas pela Notificante, de modo a aferir se os mesmos se encontram directamente relacionados com o negócio principal objecto da operação de concentração notificada, revelando-se necessários à prossecução do mesmo.
82. Para efeitos da presente operação de concentração, considera-se que as cláusulas, nos termos identificados pela adquirente, poderão ser aceites e consideradas directamente relacionadas e necessárias à operação de concentração, na medida em que têm por efeito assegurar a transferência para o adquirente do valor integral dos activos cedidos, restringindo-se, nesta óptica i) aos produtos e serviços que constituem actualmente a actividade económica realizada pela DLI, no estrito âmbito da sua actividade de distribuição grossista<sup>31</sup>; ii) aos trabalhadores que mantenham relações contratuais actuais com a adquirente (ou suas subsidiárias)<sup>32</sup>; iii) aos territórios actualmente cobertos pela actividade a alienar<sup>33</sup>, não obstante a avaliação da AdC se restringir ao território nacional, abrangendo a presente decisão, no que se refere às cláusulas descritas, o âmbito territorial nacional.
83. Nestes termos, considera-se que as cláusulas se encontram abrangidas pela presente decisão, nos termos do n.º 5 do artigo 12.º da Lei da Concorrência, pelo período temporal de [**CONFIDENCIAL- Âmbito temporal**] a contar da data de implementação da operação.

## 6. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

84. Nos termos do n.º 2 do artigo 38.º da Lei da Concorrência, 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.

---

caso, ao nível de um impacto no território nacional) não ultrapassam o exigido razoavelmente para a realização da operação de concentração. Cfr. Comunicação da Comissão Europeia Relativa a Restrições Acessórias de 2005 (§13).

<sup>31</sup> Comunicação da Comissão relativa às restrições directamente relacionadas e necessárias às concentrações, JOCE 2005/C 56/03, de 5 de Março (§23).

<sup>32</sup> Comunicação da Comissão relativa às restrições directamente relacionadas e necessárias às concentrações, JOCE 2005/C 56/03, de 5 de Março (§23 e 26).

<sup>33</sup> Comunicação da Comissão relativa às restrições directamente relacionadas e necessárias às concentrações, JOCE 2005/C 56/03, de 5 de Março (§22).

## 7. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

85. 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 da distribuição de produtos de tecnologias de informação e serviços relacionados*, no território nacional.

Lisboa, 23 de Agosto de 2010

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

---

Manuel Sebastião

Presidente

---

João Espírito Santo Noronha

Vogal