



**Ccent. 22/2012
NESTLÉ / Negócio da PFIZER NUTRITION**

**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]

31/05/2012

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA****Processo Ccent. 22/2012 – NESTLÉ / Negócio da PFIZER NUTRITION****1. OPERAÇÃO NOTIFICADA**

1. Em 3 de maio de 2012, 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 Nestlé, S.A. (“Nestlé”), da totalidade do negócio global da Pfizer Nutrition (“Negócio da Pfizer Nutrition”), através da aquisição do capital social de certas entidades societárias e de outros ativos e passivos que compõem a Pfizer Nutrition em diversos países.
2. A operação notificada configura uma concentração de empresas nos termos 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 as condições enunciadas nas alíneas a) e b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.

2. AS PARTES**2.1. Empresa Adquirente**

3. A Nestlé é uma sociedade de direito suíço, de dimensão global, que se dedica fundamentalmente à produção, comercialização e venda de uma grande variedade de produtos alimentares e bebidas, incluindo produtos de nutrição para bebés, produtos lácteos, chocolates, cafés, águas, cereais, produtos culinários, entre muitos outros.
4. Os volumes de negócios realizados pela Nestlé, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2009, 2010 e 2011, foram os seguintes:

Tabela 1 – Volume de negócios da Nestlé, para os anos de 2009, 2010 e 2011

<i>Milhões Euros</i>	2009	2010	2011
Portugal	[>150]	[>150]	[>150]
EEE	[>150]	[>150]	[>150]
Mundial	[>150]	[>150]	[>150]

Fonte: Notificante.

2.2. Empresa Adquirida

5. A Pfizer Nutrition é uma empresa global de produtos de nutrição pediátrica, que detém uma carteira de marcas que incluem fórmulas normais e especializadas, bem como fórmulas de transição para produtos de nutrição para bebés e produtos de nutrição materna. Em Portugal, a carteira de produtos da Pfizer Nutrition é exclusivamente composta por leites infantis.
6. Os volumes de negócios realizados pelo Negócio da Pfizer Nutrition, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2009, 2010 e 2011, foram os seguintes:

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

Tabela 2 – Volume de negócios do Negócio da Pfizer Nutrition, para os anos de 2009, 2010 e 2011

<i>Milhões Euros</i>	2009	2010	2011
Portugal	[>2]	[>2]	[>2]
EEE	[<150]	[<150]	[<150]
Mundial	[>150]	[>150]	[>150]

Fonte: Notificante.

3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

7. A operação de concentração projectada tem por base um contrato (“Stock and Asset Purchase Agreement”) celebrado entre as partes, em 21 de abril de 2012, nos termos do qual a Nestlé irá adquirir à Pfizer Inc. a totalidade do negócio global da Pfizer Nutrition, através da aquisição do capital social de certas entidades societárias e de outros ativos e passivos que compõem a Pfizer Nutrition em diversos países.
8. A operação de concentração em causa configura, por conseguinte, 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.
9. A operação de concentração reveste uma natureza horizontal, verificando-se sobreposição nos mercados de produto relevante em causa, tal como melhor se explicará *infra*.

4. MERCADOS RELEVANTES

4.1. Mercado do Produto Relevante

10. A Notificante, tomando por base a atividade do Negócio da Pfizer Nutrition objeto de aquisição, em Portugal, que se desenvolve na área dos leites infantis, considerou como relevantes (i) o mercado das fórmulas para lactentes e de transição (para bebés entre os 0 e 12 meses), e (ii) o mercado das fórmulas de crescimento (para bebés entre os 1 e 3 anos).
11. A delimitação proposta pela Notificante encontra-se em linha com a análise efetuada pela Comissão Europeia¹ em matéria de leites infantis.
12. Os leites infantis podem ser subdivididos em quatro categorias: (i) fórmulas para lactentes (Etapa 1), que inclui fórmulas em pó e em líquido destinadas a bebés normalmente entre o nascimento e os 6 meses; (ii) fórmulas de transição (Etapa 2), que inclui fórmulas em pó e em líquido destinadas a bebés normalmente entre os 6 meses e os 12 meses; (iii) fórmulas de crescimento (Etapa 3), que inclui fórmulas em pó e em líquido destinadas a bebés normalmente entre 1 e os 3 anos; e (iv) fórmulas especiais, que inclui fórmulas para bebés com necessidades especiais.
13. A Comissão Europeia entendeu, no âmbito da análise referida, que, embora as fórmulas para lactentes e as de transição sejam distintas, tanto em termos de

¹Caso COMP/M.4842 - DANONE / NUMICO, decisão de 30/10/2007

composição, de diferentes requisitos regulatórios, como em termos de tipo de embalagens, não se justificava delimitar mercados relevantes distintos já que se verifica não existir um momento preciso no que respeita à idade dos bebés em que os pais decidam a passagem de uma fórmula para outra, bem como é frequente haver uma fidelização á mesma marca.

14. Por outro lado, foi também analisado, no contexto da análise efectuada pela Comissão Europeia, a possibilidade de se estabelecer uma distinção entre este tipo de fórmulas (leites standard para lactentes e de transição) e fórmulas especiais (leites terapêuticos para bebés com particulares necessidades²), tendo sido considerado não ser necessário proceder-se a uma delimitação mais fina do mercado, nomeadamente, segmentando distintamente as fórmulas especiais das fórmulas standard, dado verificar-se a existência de um elevado grau de substituíbilidade ao nível da oferta na medida em que todos os fabricantes se encontram presentes nos diversos tipos de fórmulas.
15. No que respeita ao mercado relevante das fórmulas para crescimento, a investigação de mercado efectuada no processo identificado levou a Comissão a concluir que o leite de vaca não se apresentava como uma alternativa adequada às fórmulas de crescimento (para bebés entre os 1 e 3 anos), na medida em que o leite de vaca não possui as características/nutrientes apropriados para as necessidades de desenvolvimento e crescimento das crianças que as fórmulas de crescimento contêm, tendo-as assim considerado como um mercado relevante autónomo.
16. A AdC, para efeitos da presente operação de concentração, entende ser de aceitar a proposta da Notificante em linha com a posição da Comissão mencionada *supra*.
17. Ainda relativamente à distribuição dos leites infantis, importa referir que a mesma pode ser efectuada através de retalhistas alimentares (híper/supermercados), farmácias e para-farmácias, verificando-se que existem alguns fabricantes que só utilizam um dos canais, como é o caso da Adquirente.
18. Este aspecto poderia, eventualmente, tornar necessário uma delimitação de mercado relevante em termos dos dois tipos de canais de distribuição utilizados pelas empresas fabricantes. A Notificante não procedeu a uma exata delimitação do mercado por canais de distribuição, na medida em que considerou que a presente operação de concentração não suscita problemas de concorrência, tendo, contudo, apresentado informação detalhada sobre as diversas categorias de leites infantis em referência a cada um dos canais de distribuição.
19. Neste sentido e, para efeitos da presente operação de concentração, a AdC aceita a proposta da Notificante, uma vez que, como se verá adiante, as informações apresentadas permitem concluir que as conclusões da análise jusconcorrencial não seriam diferentes caso se procedesse a uma delimitação de mercado por canais de distribuição.

4.2. Mercado Geográfico Relevante

20. No que concerne ao âmbito geográfico dos mercados relevantes, a Notificante, embora entenda que, do ponto de vista da oferta, o mercado geográfico dos leites

² Nesta categoria de leites incluem-se leites para bebés com problemas digestivos ou problemas de saúde (tais como leites para prematuros, leites antidiarreicos, leites anti-regorgitantes, leites sem lactose, leites anti-alérgicos).

infantis possa ser considerado como tendo uma dimensão global, propõe, em linha com a decisão comunitária já referida, que, para efeitos da presente operação de concentração, seja considerado que os mesmos tenham dimensão nacional.

21. A Notificante relevou para a sua posição o facto dos produtores desenvolverem estratégias de marketing específicas por país e organizarem os seus sistemas de distribuição de forma distinta para cada mercado nacional.
22. A AdC entende ser de aceitar o proposto pela Notificante, tendo em conta as razões atrás elencadas.

4.3. Conclusão

23. Em conclusão e face a tudo o que foi exposto *supra*, a Autoridade da Concorrência, sem prejuízo de futuras delimitações de mercado que possam vir a ser adotadas, considera, para efeitos de análise da presente operação de concentração, os seguintes mercados relevantes: (i) *mercado nacional das fórmulas para lactentes e de transição (para bebés entre os 0 e 12 meses)*; e (ii) *mercado nacional das fórmulas de crescimento (para bebés entre os 1 e 3 anos)*.

5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

5.1. Mercado das fórmulas para lactentes e de transição

24. A tabela *infra* ilustra a estrutura de oferta do mercado nacional das fórmulas para lactentes e de transição (para bebés entre os 0 e 12 meses), tendo por referência o ano de 2011.

Tabela 3 – Estrutura da oferta de leite infantil “Fórmulas para lactentes e de transição”

EMPRESAS	Quota de mercado (%) 2011
Nestlé (Nan e Nidina)	[20-30]
Negócio Pfizer Nutrition (S26)	[0-10]
Quota agregada	[30-40]
Danone (Aptamil e Blédina)	[30-40]
Alter (Nutribén)	[10-20]
Mead Johnson (Enfalac)	[0-10]
Lab. Vitória (Novalac)	[0-10]
Outros (Miltina, etc)	[0-10]
Total	100

Fonte: Nielsen.

25. Como resulta da tabela, a Notificante passará a deter, em resultado da sobreposição horizontal decorrente da operação de concentração, uma quota de mercado de [30-

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

- 40]%)³, ultrapassando, ainda que de forma ligeira, a quota de mercado da sua principal concorrente, a empresa Danone, que detém uma quota de [30-40]%).
26. A estrutura de oferta deste mercado apresenta um grau de concentração, medido pelo Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH)⁴, de cerca de [>2000] pontos num cenário pós-operação, o que traduz um mercado significativamente concentrado, sendo que, em resultado da operação de concentração projetada, o aumento do grau de concentração, medido pelo *Delta*⁵, é igual a cerca de [>250] pontos. Estes valores não permitem, nos termos da prática decisória da AdC e das Orientações da Comissão em matéria de controlo de concentrações⁶, excluir a ausência de eventuais problemas jus-concorrenciais.
 27. No entanto, os índices e as quotas de mercado são apenas indicadores iniciais utilizados numa avaliação jus-concorrencial, não permitindo presumir a existência de tais preocupações, sem que se analisem outras características do mercado.
 28. Releva que a estrutura do mercado, para além das participantes, integra diversos concorrentes importantes, com marcas estabelecidas e de referência em Portugal, dos quais se destacam a Danone, a Alter e a MeadJohnson, que são grandes operadores internacionais.
 29. Acresce que os produtos oferecidos pelas empresas participantes na operação de concentração não podem ser considerados como os concorrentes mais próximos, por várias razões que se especificam *infra*.
 30. Com efeito, constata-se que as diversas marcas são percepcionadas pelos consumidores de forma diferenciada, especialmente em termos de composição das fórmulas, bem como de posicionamento em termos de preços (*cfr.* pontos seguintes).
 31. Em primeiro lugar, verifica-se uma diferenciação em termos de composição das formulações da marca principal da Notificante (NAN) e da marca da Adquirida (S26) e, em segundo lugar, constata-se que os preços destes produtos são se situam no mesmo nível.
 32. De acordo com informação disponibilizada pela Notificante, os níveis de preços das fórmulas da Notificante (NAN), Danone (APTAMIL) e da Alter (Nutribén) posicionam-se ao mesmo nível, enquanto que a um nível mais elevado, em cerca de [10-20]%, se situam as fórmulas da Adquirida e da sua concorrente Mead Johnson (Enfalac).

³Conforme referido, caso se tivesse adoptado uma segmentação mais estreita do mercado relevante, em qualquer dos cenários possíveis, as quotas de mercado resultantes da operação não se afastariam significativamente dos valores indicados, não alterando as conclusões da análise jusconcorrencial. De facto, de acordo com os dados disponibilizados pela Notificante, as quotas de mercado conjuntas das empresas envolvidas na operação, segmentado por tipos de fórmulas, em 2011, seriam de: [30-40]%) (Nestlé [30-40]%) + Negócio da Pfizer Nutrition [0-10]%) para as fórmulas lactentes; [30-40]%) (Nestlé[30-40]%) + Negócio da Pfizer Nutrition[0-10]%) para as fórmulas de transição e [20-30]%) (Nestlé [10-20]%) + Negócio da Pfizer Nutrition [0-10]%) para as fórmulas especiais. Em termos de canais de distribuição, no canal retalhista não existiria sobreposição, já que o Negócio da Pfizer Nutrition não actua neste canal; e as quotas de mercado conjuntas das empresas envolvidas na operação, no canal farmácia e para-farmácia, seriam as seguintes: [20-30]%) (Nestlé [10-20]%) + Negócio da Pfizer Nutrition [10-20]%). Também por canal de distribuição, o cenário mais gravoso seria resultar da operação da concentração, para 2011, uma quota de mercado de [30-40]%) (Nestlé [10-20]%) + Negócio Pfizer Nutrition [10-20]%) por referência às fórmulas para lactentes no canal farmácia e para-farmácia (ou seja, excluindo os outros tipos de fórmulas).

⁴IHH 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 apreciação de concentrações nos termos do Regulamento de controlo de concentrações (cf. Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004).

⁵Por *Delta* entende-se a diferença entre o valor do IHH pós-concentração e o valor do IHH pré-concentração.

⁶ Nos termos das Orientações da Comissão para apreciação de concentrações horizontais (2004/C 31/03), 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.

33. Para melhor fundamentar que as marcas da Adquirida e as da Notificante não se podem considerar como os concorrentes mais próximos no mercado, a Notificante apresentou um documento⁷ donde se conclui que as marcas da Notificante (Nan) e da Danone (Aptamil) são percebidas pelos consumidores como as marcas de maior notoriedade, com um perfil e características semelhantes, nomeadamente, quanto a aspectos como a relação qualidade/preço, melhor composição nutricional e confiança. Acresce que a Alter surge no mesmo grupo das empresas anteriores com a marca Nutriben.
34. Por sua vez, e de acordo como o referido documento, a marca da Adquirida (S26) situa-se como a concorrente mais próxima da marca da Mead Johnson (Enfalac), tanto na perspectiva da composição das fórmulas como do preço e até da utilização exclusiva do canal de distribuição (farmácias e para-farmácias).
35. Acresce que, embora neste grupo esteja também incluída a marca da Notificante (NIDINA), o impacto concorrencial da sobreposição horizontal decorrente da operação de concentração será pouco significativo, a este nível, na medida em que esta marca representa apenas uma quota de mercado de [0-10]%.
36. Assim, num cenário pós-concentração, continua a verificar-se que cada um dos tipos de fórmulas das participantes continua a sofrer uma pressão concorrencial das respectivas marcas concorrentes mais próximas, ou seja, no caso da NESTLÉ (marca NAN), a Danone (marca APTAMIL) e a Alter (Nutribén) e, no caso do Negócio da Pfizer Nutrition (marca S26), a Mead Johnson (marca Enfalac) e Laboratórios Vitória (marca Novalac”). Resultando assim que, da operação, não resulta a concentração entre duas empresas que sejam percebidas como concorrentes próximos, o que contribui para a ausência de preocupações de natureza jus-concorrencial decorrentes da concentração em apreço.
37. Face ao exposto, a AdC conclui que da operação de concentração não resultará a criação ou reforço de uma posição dominante suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado em causa.

5.2. Mercado das Fórmulas de crescimento

38. A tabela *infra* ilustra a estrutura de oferta do mercado nacional de leites infantis, fórmulas de crescimento, tendo por referência o ano de 2011.

Tabela 4 – Estrutura da oferta de leite infantil “Fórmulas de crescimento”

EMPRESAS	Quota de mercado (%) 2011
Nestlé (Nan e Nidina)	[20-30]
Negócio Pfizer Nutrition (S26)	[0-10]
Quota agregada	[20-30]
Lactogal (Mimosa Crescimento – 1 a 3 anos)	[50-60]
Danone (Aptamil e Blédina)	[0-10]
Alter (Nutribén)	[0-10]

⁷ “BHT Babies - Leites Infantis” - Inquérito aos consumidores/Fev.-março 2011, efetuado pela GfKGroup.

Retalhistas (marcas próprias)	[0-10]
Outros	[0-10]
Total	100

Fonte: Nielsen

39. Como resulta da tabela, a Notificante passará a deter, em resultado da sobreposição horizontal decorrente da operação, uma quota de mercado de [20-30]%, tendo como principal e destacado concorrente a empresa Lactogal, com uma quota de mercado de [50-60]%.
40. Neste mercado, o *Delta*⁸ é igual a cerca de [<150] pontos, o que, nos termos da prática decisória da AdC e das Orientações da Comissão em matéria de controlo de concentrações⁹, indicia que a operação não é suscetível de resultar em preocupações jus-concorrenciais.
41. O fato da empresa resultante da operação continuar a sofrer a concorrência da Lactogal, a qual representa uma quota de mercado de [50-60]%, é mais um elemento que leva a AdC a concluir pela inexistência de preocupações jus-concorrenciais, neste mercado, resultantes da operação de concentração em apreço.
42. Importa realçar que as fórmulas para crescimento são, em cerca de 90%, comercializadas no canal retalhista (hipers e supermercados), onde a Notificante continua a sofrer a pressão concorrencial das marcas identificadas como suas concorrentes mais próximas, a Danone e a Alter.
43. Por sua vez, com referência ao canal de distribuição farmácia e para-farmácia, a quota de mercado conjunta das empresas envolvidas na operação seria de [20-30]% (Nestlé [0-10]% + Negócio da Pfizer Nutrition [20-30]%), posicionando-se a empresa Alter como principal concorrente da Notificante, com uma quota de mercado de [30-40]%, a qual continuará a exercer idêntica pressão concorrencial à anterior à presente operação de concentração.
44. Face ao exposto, a AdC conclui que da operação de concentração não resultará a criação ou reforço de uma posição dominante suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado em causa.

6. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS

45. 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 diretamente relacionadas com a realização da mesma e a ela necessárias.
46. Nos termos previstos contratualmente a Pfizer Inc. e as suas filiadadas assumiram uma obrigação de não concorrência durante um período de [CONFIDENCIAL – Prazo] após a concretização da transação, relativamente [CONFIDENCIAL – Conteúdo da cláusula].

⁸ Por *Delta* entende-se a diferença entre o valor do *IHH* pós-concentração e o valor do *IHH* pré-concentração.

⁹ Nos termos das Orientações da Comissão para apreciação de concentrações horizontais (2004/C 31/03), 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.

47. Para efeitos da presente operação, a Autoridade da Concorrência considera a cláusula identificada diretamente relacionada com a operação, considerando-a necessária e proporcional ao objetivo de preservação do valor do negócio a transferir, pelo que será considerada parte integrante da presente decisão, para os efeitos do n.º 5 do artigo 12.º da Lei da Concorrência.

7. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

48. Nos termos do n.º 2 do artigo 38.º da Lei da Concorrência, foi dispensada a audiência prévia dos autores da notificação, dada a ausência de contrainteressados e o sentido da decisão, que é de não oposição

8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

49. 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 adotar uma decisão de não oposição à presente operação de concentração, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei da Concorrência, uma vez que a mesma não é suscetível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efetiva nos: (i) *mercado nacional das fórmulas para lactentes e de transição (para bebés entre os 0 e 12 meses)* e (ii) *mercado nacional das fórmulas de crescimento (para bebés entre os 1 e 3 anos)*.

Lisboa, 31 de maio de 2012

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

Manuel Sebastião
Presidente

Jaime Andrez
Vogal

Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. AS PARTES	2
2.1. Empresa Adquirente.....	2
2.2. Empresa Adquirida.....	2
3. NATUREZA DA OPERAÇÃO	3
4. MERCADOS RELEVANTES.....	3
4.1. Mercado do Produto Relevante.....	3
4.2. Mercado Geográfico Relevante.....	4
4.3. Conclusão	5
5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL	5
5.1. Mercado das fórmulas para lactentes e de transição.....	5
5.2. Mercado das Fórmulas de crescimento.....	7
6. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS	8
7. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	9
8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	9

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Volume de negócios da Nestlé, para os anos de 2009, 2010 e 2011	2
Tabela 2 – Volume de negócios do Negócio da Pfizer Nutrition, para os anos de 2009, 2010 e 2011	3
Tabela 3 – Estrutura da oferta de leite infantil “Fórmulas para lactentes e de transição”	5
Tabela 4 – Estrutura da oferta de leite infantil “Fórmulas de crescimento”	7