



**Ccent. 49/2012  
Versailles/Vemedia**

**Decisão de Não Oposição  
da Autoridade da Concorrência**

[alínea b) do n.º 1 do artigo 50.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio]

23/11/2012

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO  
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA****Processo Ccent. 49/2012 – Versailles/Vemedia****1. OPERAÇÃO NOTIFICADA**

1. Em 29 de outubro de 2012, foi notificada à Autoridade da Concorrência, nos termos dos artigos 37.º e 44.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (doravante “Lei da Concorrência”), uma operação de concentração que consiste na aquisição, indireta, do controlo exclusivo da sociedade Vemedia Pharma N.V. (“Vemedia”), pela sociedade Versailles International s.à.r.l. (“Versailles”).
2. A operação notificada constitui uma operação de concentração, nos termos do artigo 36.º, n.º 1, alínea b) da Lei da Concorrência, e é de notificação obrigatória por preencher a condição prevista na alínea a) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma, referente ao “critério da quota de mercado igual ou acima de 50%”.
3. A operação de concentração foi, igualmente, notificada nos Países Baixos.

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

4. A Versailles é uma sociedade luxemburguesa, constituída para efeitos da presente transação, que controla duas subsidiárias holandesas, a Versailles Netherlands B.V. e a Versailles B.V.. Nenhuma das referidas sociedades dispõe de atividades prévias à operação.
5. A Versailles é, indiretamente, detida por investidores do fundo IK 2007 Fund, sendo, indiretamente, controlada e gerida pela empresa IK 2007 Limited.
6. Por sua vez, o IK 2007 Fund integra a IK Investments Partners, uma empresa europeia de investimento de capital de risco, que investe em médias e grandes empresas europeias.
7. A Versailles não dispõe de subsidiárias em Portugal.
8. Os volumes de negócios da Notificante, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2009, 2010 e 2011, foram os seguintes:

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

<i>Milhões Euros</i>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Portugal</b>	[>5M]	[>5M]	[>5M]
EEE	[>5M]	[>5M]	[>5M]
Mundial	[>5M]	[>5M]	[>5M]

**Fonte:** Versailles/IK.**Nota:** indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial

## 2.2. Empresa Adquirida

9. A Vemedia é uma sociedade multinacional, sediada na Bélgica, que opera no setor da saúde, essencialmente na área da produção e distribuição de medicamentos não sujeitos a receita médica (MNSRM) e de marcas de consumo na Europa. A sua gama de produtos integra, ainda, suplementos alimentares (produtos à base de vitaminas, minerais e plantas), cosmeceúticos<sup>1</sup>, dispositivos médicos e inseticidas.
10. O portfólio de produtos da Vemedia é integrado, sobretudo, por marcas locais e próprias. A Vemedia vende e distribui ainda marcas de terceiros, através de contratos de distribuição.
11. A Vemedia vende igualmente matéria-prima para composição farmacêutica através da sua subsidiária ABC Chemicals, a qual adquire matéria-prima a granel, embalando-a em doses mais pequenas, vendendo-a, posteriormente, no mercado belga.
12. A Vemedia produz, ainda, medicamentos sujeitos a receita médica (MSRM) por via contratual (*contract manufacturing*), através da sua fábrica situada em Diemen, na Holanda.
13. A Vemedia não tem subsidiárias em Portugal, pelo que as suas vendas em território nacional são efetuadas pela subsidiária espanhola, a sociedade Vemedia Pharma Hispania SAU (“Vemedia Espanha”) **[CONFIDENCIAL – identificação de canais de escoamento]**. **[CONFIDENCIAL – identificação de canais de escoamento]** à distribuição dos produtos adquiridos a grossistas que, por sua vez, os vendem a farmácias.
14. Os volumes de negócios da Adquirida, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2009, 2010 e 2011, foram os seguintes:

**Tabela 2 – Volume de negócios da Adquirida, para os anos de 2009, 2010 e 2011**

<i>Milhões Euros</i>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Portugal</b>	<b>[&lt;5M]</b>	<b>[&lt;5M]</b>	<b>[&lt;5M]</b>
EEE	<b>[&gt;5M]</b>	<b>[&gt;5M]</b>	<b>[&gt;5M]</b>
Mundial	<b>[&gt;5M]</b>	<b>[&gt;5M]</b>	<b>[&gt;5M]</b>

**Fonte:** Vemedia.

## 3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

15. A operação de concentração em causa consiste na aquisição, indireta, do controlo exclusivo da sociedade Vemedia, pela sociedade Versailles.
16. A concentração tem por base um contrato de compra e venda de ações (“Contrato”) representativas de cerca de 78,43% do capital social da Vemedia, celebrado entre a Versailles e os acionistas mais representativos daquela sociedade: Damier NV, Infundin Capital Partners S.A, Sicar e Leeward Ventures Sicar SCA.

<sup>1</sup> A cosmeceútica representa um casamento entre a cosmética e a farmacêutica, constituindo um segmento em rápido crescimento na indústria dos cuidados pessoais naturais.

17. Nos termos do Contrato, **[CONFIDENCIAL – contém informação sobre a estrutura da operação, de acesso limitado às partes contratantes]**.
18. A Versailles pretende, assim, adquirir o controlo exclusivo da Vemedia, nos termos e condições fixados.
19. Trata-se de uma operação em que não se verifica sobreposição de atividades entre as partes na transação, nem se verificam efeitos de natureza vertical, com impacto negativo na concorrência, conforme se verá mais adiante.

## 4. MERCADOS RELEVANTES

### 4.1. Mercados dos Produtos Relevantes

#### Posição da Notificante

20. Conforme já *supra* referido, a atividade da Vemedia, em Portugal, está focada na venda de MNSRM, essencialmente na área de produtos indutores do sono e calmantes à base de plantas, sob a marca própria VALDISPERT<sup>2</sup>, marca fitoterapêutica anti-stress e insónia, de um produto natural à base de plantas (raiz de valeriana).
21. A Vemedia comercializa, ainda, em Portugal, os seguintes produtos: (i) produtos medicamentosos para cuidados dos pés, com a marca própria PODOSAN<sup>3</sup> e (ii) produtos calmantes e indutores de sono à base de melatonina, com a marca própria MELATOMATINE<sup>4</sup>.
22. A Vemedia distribui, ainda, em Portugal, produtos de marcas de três operadores, por força de contratos de distribuição celebrados com: (i) **[CONFIDENCIAL - identificação dos fornecedores da empresa]**, para a distribuição de produtos para o desconforto urinário, com a marca URELL; (ii) **[CONFIDENCIAL - identificação dos fornecedores da empresa]**, para a distribuição de produtos para queimaduras solares, com a marca FLAMMASPRAY; e (iii) **[CONFIDENCIAL - identificação dos fornecedores da empresa]**, para a distribuição de produtos de higiene feminina, sob a marca MELAGYN.
23. Baseando-se em anteriores decisões da Comissão Europeia<sup>5</sup> e da AdC<sup>6</sup> relacionadas com a produção, distribuição e comercialização de produtos farmacêuticos, a

<sup>2</sup> As vendas de Valdispert, em Portugal, representam **[90%-100%]** das vendas totais da Vemedia em território nacional.

<sup>3</sup> Os produtos PODOSAN são comercializados sob diversas formas (meias esfoliantes, pedra pomes, cremes, saquetas), como dispositivos médicos (tratamento de fungos das unhas e das infeções fúngicas conhecidas por “pé de atleta”) e como cosméticos ou produtos para cuidados da pele (para calos/pele endurecida e transpiração).

<sup>4</sup> A MELATOMATINE é uma marca de produtos à base de melatonina, hormona humana que melhora a qualidade do sono e, por conseguinte, indicada para problemas de sono.

<sup>5</sup> Vide, entre outros, os processos COMP/M.4198, Bayer/Schering, de 24 de maio, §§6 e ss.; COMP/M. 5530, Glaxo Smith Kline/Stiefel Laboratoires, de 17 de julho de 2009, § 7 e ss.; COMP/M 5865 Teval/Radiopharm, de 3 de agosto de 2010, §§ 10-15; COMP/M. 5953 Reckitt Benckiser/SSL, de 25 de outubro de 2010, §§ 10-16.

<sup>6</sup> Vide, entre outros, os processos Cent 72/2005 – Actavis/Alpharma, de 23 de novembro de 2005, §26 e ss; Ccent 46/2006 – Recordati/Jaba, de 16 de novembro de 2006, § 21 e ss; Ccent 20/2009 – Bioval/Negócio Medicamento TBZ, de 3 de julho de 2006, § 14 e ss; Ccent 6/2010 Cephalon/Mepha, de 11 de março de 2010, § 12 e ss.

Notificante adotou o mesmo nível de referência, o nível ATC3<sup>7</sup>, como o ponto de partida para a definição dos mercados relevantes em causa, na presente operação de concentração.

24. Na sua prática decisória, a Comissão Europeia tem ainda adotado um outro nível de segmentação em função dos produtos farmacêuticos que exigem prescrição médica (MSRM)<sup>8</sup> e aqueles que não estão sujeitos a receita médica (MNSRM ou OTCs<sup>9</sup>).
25. A Vemedia não distribui MSRM no mercado nacional.
26. Pelas razões acima expostas e, seguindo a prática decisória da Comissão Europeia, a Notificante considera que, no caso dos produtos indutores de sono, a definição de mercado relevante pode basear-se nos níveis ATC3 aplicáveis quanto (i) aos hipnóticos/sedativos (N5B), no que respeita aos produtos com a marca VALDISPERT (à base de plantas), e (ii) às outras hormonas e preparações com ações similares (H4X), no que respeita aos produtos com a marca MELATOMATINE (à base de melatonina, hormona humana que melhora a qualidade do sono).
27. Ainda que os produtos comercializados sob as marcas acima identificadas pertençam a diferentes categorias ATC3, a Notificante considera que os mesmos poderiam ser incluídos no mesmo mercado relevante do produto, uma vez que ambos são MNSRM, com efeitos calmantes e indutores de sono, que contêm na sua composição barbitúricos ou benzodiazepinas.
28. Contudo, considera a Notificante que a exata delimitação do mercado do produto pode ser deixada em aberto, uma vez que as conclusões da avaliação jusconcorrencial não se alterariam qualquer que fosse a delimitação de mercado adotada, atendendo a que as empresas que integram o portfólio dos *IK Funds* não são titulares de qualquer marca incluída neste mercado.
29. De acordo com o referido no ponto 21 *supra*, a Vemedia comercializa, em Portugal, produtos medicamentosos para cuidados dos pés, indicados para o tratamento de fungos das unhas e de infeções fúngicas conhecidas por “pé de atleta”.
30. Segundo a Notificante, a delimitação de mercado pode basear-se no nível ATC3 aplicável aos antifúngicos e dermatológicos (D1A), o qual poderá, ainda, ser subdividido nas seguintes categorias: antifúngicos dermatológicos para aplicação tópica (D1A1); antifúngicos dermatológicos para uso sistémico (D1A2); e antifúngicos para aplicação tópica no couro cabeludo (D1A3).
31. Refere a Notificante que a exata delimitação do mercado do produto, nomeadamente, a possibilidade do mesmo ser delimitado de forma mais segmentada, em particular, ao nível D1A1 - a antifúngicos dermatológicos para aplicação tópica, pode ser deixada em aberto, uma vez que as conclusões da avaliação jusconcorrencial não se alterariam qualquer que fosse a delimitação de mercado adotada, atendendo a que nenhuma das empresas que integram o universo da adquirente é titular de qualquer marca incluída neste mercado.

---

<sup>7</sup> A Classificação Anatómica de produtos farmacêuticos, também designada por Terapêutica Química Anatómica - *Anatomical Therapeutic Chemical (ATC)*, divide os medicamentos segundo a sua utilização terapêutica e é organizada segundo uma hierarquia de quatro níveis, sendo o primeiro nível (ATC 1) o mais genérico, e o quarto nível (ATC 4) o mais pormenorizado.

<sup>8</sup> No caso dos MSRM é o médico que escolhe o medicamento a prescrever tornando-se este e os hospitais respetivos, os alvos das campanhas de *marketing* para venda de medicamentos. Os preços destes produtos também são influenciados pelas regras dos sistemas de saúde públicos, nomeadamente pela comparticipação e reembolso (parcial) das despesas em medicamentos.

<sup>9</sup> *Over the Counter*.

32. Também, como já referido no ponto 21 *supra*, a Vemedia comercializa, em Portugal, produtos medicamentosos para cuidados dos pés, indicados para o tratamento da pele (calos, pele endurecida), também sob a marca PODOSAN, tendo passado a comercializar, igualmente, a partir de 2012, produtos indicados para o tratamento de pele (queimaduras solares) sob a marca de terceiros FLAMMASPRAY.
33. De acordo com a Notificante, os produtos atrás referidos não estão contemplados na classificação ATC. Porém, atendendo à utilização final específica de cada um deles, é convicção da Notificante que ambos integram diferentes mercados relevantes do produto: (i) o mercado dos produtos para o tratamento de calos e pele endurecida e (ii) o mercado dos produtos para tratamento de queimaduras solares.
34. Uma vez que a Adquirente não comercializa estes tipos de produtos, é entendimento da Notificante que a exata delimitação destes mercados pode ser deixada em aberto, na medida em que qualquer delimitação de mercados adotada não alteraria a avaliação jusconcorrencial.
35. A Vemedia comercializa, igualmente, em Portugal, desodorizantes e anti-transpirantes para pés, produtos que, segundo a Notificante, também não estão contemplados na classificação ATC. O mercado de desodorizantes e anti-transpirantes já foi objeto de análise por parte da Comissão Europeia<sup>10</sup> tendo esta, em decisões posteriores<sup>11</sup>, considerado que estes mercados poderiam ser objeto de uma segmentação adicional em função do género do utilizador final (masculino/feminino).
36. Uma vez que os desodorizantes e anti-transpirantes comercializados pela Vemedia se destinam aos cuidados com pés, sendo genericamente utilizados quer por homens, quer por mulheres, considera a Notificante pouco apropriado restringir a delimitação de mercado do produto, ao género do utilizador final.
37. Contudo, considera que a exata delimitação do mercado pode ser deixada em aberto, uma vez que as conclusões da avaliação jusconcorrencial não se alterariam qualquer que fosse a delimitação de mercado adotada, atendendo a que nenhuma das empresas que integram o universo da adquirente é titular de qualquer marca incluída neste mercado.
38. A Vemedia comercializa também, em Portugal, suplementos alimentares à base de plantas, indicados para o desconforto urinário, sob a marca de terceiros URELL, produtos estes que, segundo a Notificante, não se encontram contemplados na classificação ATC.
39. Atendendo à utilização final específica destes produtos (desconforto urinário), a Notificante considera que os mesmos constituem um mercado relevante do produto distinto.
40. Contudo, considera que a exata definição do mercado pode ser deixada em aberto, uma vez que as conclusões da avaliação jusconcorrencial não se alterariam, independentemente da concreta definição de mercado que fosse adotada, na medida em que as empresas que integram o portfólio dos IK Funds não são titulares de qualquer marca incluída neste mercado.
41. A Vemedia comercializa, ainda, no mercado nacional, produtos de higiene íntima, sob a marca de terceiros MELAGYN.

---

<sup>10</sup> Vide, os processos COMP/M. 3732 - Procter & Gamble, de 15 de julho de 2005, §11 e COMP/M. 5658 - Unilever/Sara Lee, de 17 de novembro de 2010, § 37; COMP/M.6221 - Colgate Palmolive/Sanex Business, de 6 de junho de 2011, §26.

<sup>11</sup> Vide, o processo COMP/M. 5658 - Unilever/Sara Lee, de 17 de novembro de 2010, §§ 39 e 40.

42. A Notificante considera que a classificação ATC poderá não ser a mais adequada para definir o mercado relevante para os produtos de higiene íntima, uma vez que estes não estão contemplados na classificação ATC.
43. Seguindo a prática decisória comunitária<sup>12</sup>, a Notificante considera que o mercado do produto relevante corresponde ao mercado dos produtos de higiene íntima.
44. Por último, acresce que a Vemedia se encontra ainda presente no mercado da produção de medicamentos por via contratual<sup>13</sup>, através da sua fábrica na Holanda, a qual produz comprimidos, comprimidos revestidos, cápsulas disponíveis em frascos ou blisters, embaça pós em saquetas e enfrasca líquidos. Contudo, a Vemedia não registou, a este nível, qualquer volume de vendas, em Portugal, em 2011, conforme nos foi indicado pela Notificante.

#### Posição da AdC

45. Face a todo o *supra* exposto, e atendendo à natureza conglomeral da operação em causa, a AdC considera, para efeitos da presente operação de concentração, e sem prejuízo de futuras delimitações de mercado que vierem a ser adotadas, poder aceitar os mercados tal como definidos pela Notificante, deixando em aberto a exata delimitação dos mesmos, atendendo a que a avaliação jusconcorrencial não se alteraria qualquer que fossem as definições adotadas.

## 4.2. Mercados Geográficos Relevantes

#### Posição da Notificante

46. Seguindo a prática decisória comunitária e nacional, acima já identificadas<sup>14</sup>, a Notificante considera que os mercados dos produtos em causa dispõem de dimensão nacional, à exceção do mercado da produção de medicamentos por via contratual, cuja abrangência corresponderá, pelo menos, ao E.E.E..
47. Com efeito, vem a Notificante identificar que a Comissão Europeia e a AdC têm considerado<sup>15</sup>, de forma sistemática, que o mercado geográfico no setor dos medicamentos (MSRM e MNSRM) tem dimensão nacional (embora reconhecendo a existência de uma tendência para uma normalização a nível europeu), essencialmente devido ao facto de a comercialização de medicamentos ser baseada em autorizações nacionais e porque os produtos são adquiridos no próprio país.
48. Já quanto ao setor dos produtos de cuidado pessoal e produtos cosméticos, a Notificante destaca a prática decisória comunitária<sup>16</sup>, no sentido de a Comissão ter deixado a definição do seu âmbito geográfico em aberto, embora tendo analisado os

---

<sup>12</sup> Decisão da Comissão Europeia no processo COMP/M.4007, *Reckitt Benckiser/Boots Healthcare International*, de 6 de janeiro de 2006, § 30.

<sup>13</sup> Segundo a Notificante, o mercado da produção de medicamentos por via contratual tem sido definido pela Comissão Europeia como o mercado da produção de doses farmacêuticas finalizadas, através de um contrato, em nome de farmacêuticas terceiras, que podem ou não incluir a embalagem final.

<sup>14</sup> Vide, notas de rodapé 5, 6, 10 e 12 *supra*.

<sup>15</sup> *Idem*.

<sup>16</sup> Vide, os processos COMP/M.4314 - Johnson & Johnson / Pfizer Consumer Healthcare, de 11 de dezembro de 2006; COMP/M.5230 - CAPMAN / LITORINA / CEDERROTH, de 30 de julho de 2008, § 14; COMP/M.6221 - Colgate Palmolive/Sanex Business, de 6 de junho de 2011, § 29; e COMP/M.4007 - Reckitt Benckiser/Boots Healthcare International, de 6 de janeiro de 2006, § 30.

mesmos numa base nacional, atendendo sobretudo aos canais de distribuição serem nacionais e diferirem de país para país, às diferenças de preços existentes entre os Estados-Membros, ao facto de o *marketing* ser feito a nível nacional, à importância das marcas, e das embalagens diferirem muitas vezes consoante o país de comercialização.

#### Posição da AdC

49. Para efeitos da presente operação de concentração, tendo em conta a prática decisória nacional e comunitária a que acima se fez referência, e atendendo, inclusive, à natureza conglomeral da operação em apreço, a AdC considera poder aceitar a delimitação geográfica sugerida pela Notificante relativa a cada um dos mercados relevantes identificados.

#### **4.3. Conclusão dos Mercados Relevantes**

50. Face a todo o *supra* exposto, os mercados relevantes em causa, para efeitos da análise da presente operação de concentração, são os que a seguir se identificam:
- (i) *Mercado nacional dos produtos indutores de sono e calmantes à base de plantas e à base de melatonina, não sujeitos a receita médica;*
  - (ii) *Mercado nacional dos produtos para o tratamento de fungos das unhas e de infeções fúngicas conhecidas por “pé de atleta”;*
  - (iii) *Mercado nacional dos produtos para o tratamento de calos e pele endurecida;*
  - (iv) *Mercado nacional dos desodorizantes e anti-transpirantes para os pés.*
  - (v) *Mercado nacional dos produtos para queimaduras solares;*
  - (vi) *Mercado nacional dos suplementos alimentares à base de plantas indicados para o desconforto urinário;*
  - (vii) *Mercado nacional dos produtos de higiene íntima;*
  - (viii) *Mercado da produção de medicamentos por via contratual, o qual terá uma abrangência geográfica correspondente, pelo menos, ao E.E.E..*

#### **4.4. Mercado Relacionado**

51. A Notificante identificou, como mercado relacionado, o mercado da produção e fornecimento de substâncias farmacêuticas ativas, com âmbito geográfico correspondente ao E.E.E., onde a Adquirente se encontra presente, a montante, na cadeia de valor da produção e comercialização de medicamentos, através da Unipex.
52. A Unipex não realizou, nem realiza, quaisquer vendas de substâncias farmacêuticas ativas para a Vemedia, em Portugal, uma vez que esta não produz nenhum produto no mercado nacional.

**5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL**

53. De acordo com a informação prestada pela Notificante, a Vemedia dispõe, em 2011, a nível nacional, de uma quota de **[60-70]**%<sup>17</sup> no (i) *mercado dos produtos indutores de sono não sujeitos a receita médica*, mercado que é partilhado com a Grünenthal, S.A., sob a marca LIVETAN (**[30-40]**%).
54. Segundo a Notificante, no ano de 2012, foi lançado um novo produto neste mercado, pela empresa Korangi Produtos Farmacêuticos, Lda., sob a marca XONKOR, estimando que esta empresa seja detentora de uma quota de mercado de **[0-5]**%.
55. Relativamente aos mercados dos produtos para (iii) *o tratamento de calos e peles endurecidas*, e de (iv) *desodorizantes e anti-transpirantes*, a Vemedia dispõe em ambos os mercados, a nível nacional, de quotas inferiores a **[0-5]**%, em 2011.
56. No mercado dos produtos para (iii) *o tratamento de calos e peles endurecidas*, a Vemedia concorre com a TRANSPIL (**[5-10]**%), a FOOTER (**[5-10]**%) e a AKILEINE (**[70-80]**%), enquanto que no mercado (iv) *dos desodorizantes e anti-transpirantes*, as principais marcas concorrentes são a AKILEINE (**[20-30]**%), a TRANSPIROL (**[20-30]**%) e o DR. SCHOLL (**[10-20]**%).
57. No que respeita ao (ii) *mercado do tratamento de fungos das unhas e de infeções fúngicas conhecidas por “pé de atleta”*, não se verificou quota de mercado da Vemedia, em 2011, em Portugal, atendendo a que não se realizou, neste ano, quaisquer vendas destes produtos, no mercado nacional.
58. Relativamente aos restantes mercados relevantes identificados (v) *dos produtos para queimaduras solares*, (vi) *dos suplementos alimentares à base de plantas indicados para o desconforto urinário* e (vii) *dos produtos de higiene íntima*, a Vemedia registou, a nível nacional, quotas de mercado de **[0-5]**% em todos eles, em 2011, atendendo a que a comercialização daqueles produtos, sob as marcas FLAMMASPRAY, URELL e MELAGYN, apenas começaram a ser distribuídos, em Portugal, em 2012.
59. No que respeita ao (viii) *mercado da produção de medicamentos por via contratual*, com abrangência geográfica correspondente, pelo menos, ao E.E.E., a Notificante estima que a quota da Vemedia, em 2011, seja inferior a **[0-5]**%<sup>18</sup>, existindo, a nível do E.E.E., uma grande variedade de empresas que produzem medicamentos por via contratual, variando entre grandes empresas farmacêuticas internacionais, como a Sanofi-Aventis, a Novartis ou a Bayer Healthcare, a pequenas empresas produtoras, como a Wiwelhoven (Alemanha), a Dragenopharm (Alemanha), a Herkel (Holanda) ou a Rottendorf (Alemanha), bem como a empresas-não europeias, como a Nexpharma (Canadá), tendo, em comum, o facto de fabricarem para clientes em toda a Europa, ou mesmo a nível mundial.
60. Acresce, porém, que ao nível do território nacional, segundo informação da Notificante, a Vemedia nunca produziu nem comercializou, por via contratual, quaisquer produtos, em Portugal, pelo que, atualmente, não se verifica nenhum impacto, no território nacional, em resultado da presente operação de concentração.

<sup>17</sup> Esta quota terá sido realizada, sobretudo, através das vendas do produto líder deste segmento no mercado nacional, com a marca VALDISPERT (**[60-70]**%), sendo a marca MELATOMATINE, responsável pelos restantes **[0-5]**%, uma vez que a sua comercialização, no mercado português, só se iniciou em 2011.

<sup>18</sup> De acordo com estimativas da Notificante, as vendas globais ao nível do EEE correspondem a, pelo menos, € [...]. Por sua vez, a faturação da Vemedia no mercado da produção de medicamentos por via contratual, ao nível do EEE, representou cerca de **[10-20]**% do seu volume de negócios global, em 2011.

61. Atendendo a que:

- (i) Nenhuma empresa do universo da Adquirente está presente nos mercados relevantes identificados, não se verificando, portanto, qualquer sobreposição de atividades entre as partes na operação;
- (ii) A operação de concentração traduz uma mera transferência de quotas, sem impacto na atual estrutura concorrencial dos mercados relevantes em causa;
- (iii) As relações de natureza não horizontal decorrentes da presente operação de concentração não parecem ser de molde a causar um impacto negativo na concorrência, nos mercados relevantes identificados;

considera-se que a operação de concentração notificada não suscita problemas de natureza jus concorrencial.

### **5.1. Conclusão da Avaliação Jus-Concorrencial**

62. Na sequência de todo o exposto, conclui-se que a operação de concentração notificada não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva, nos mercados relevantes analisados.

## **6. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS**

63. Nos termos do Contrato, a Damier NV acordou, com a Versailles, uma cláusula de não concorrência, limitada na sua duração [**CONFIDENCIAL – identificação de cláusula**] (pelos períodos alternativos, consoante o evento que se verificar primeiro, de: (i) 36 meses [**CONFIDENCIAL – instrumentos contratuais relativos à operação, de acesso limitado às partes contratantes**] (ii) [**CONFIDENCIAL – instrumentos contratuais relativos à operação, de acesso limitado às partes contratantes**](sendo que tal não se verificará nos 24 meses [**CONFIDENCIAL – instrumentos contratuais relativos à operação, de acesso limitado às partes contratantes**]) e de âmbito geográfico limitado a certos territórios.
64. Para além da cláusula de não concorrência identificada *supra*, a Infundin Capital Partners S.A. Sicar e a Leeward Ventures Sicar SCA e a Versailles e cada uma das empresas do Grupo Vemedia acordaram, nos termos do Contrato, numa cláusula de confidencialidade, por um período de 3 anos [**CONFIDENCIAL – identificação de cláusula**], após a concretização da presente operação de concentração.
65. Adicionalmente, também, nos termos do Contrato, foi acordada entre os vendedores e a Notificante, uma cláusula de não angariação, limitada a trabalhadores-chave, pelo período de 3 anos [**CONFIDENCIAL – identificação de cláusula**], após a concretização da presente operação de concentração.
66. Atendendo a que as cláusulas acima identificadas têm por finalidade garantir a proteção do investimento efetuado, conferindo proteção ao Grupo IK contra a concorrência dos vendedores em mercados dos produtos nos quais a empresa adquirida está ativa no momento da operação, estando em linha com a Comunicação da Comissão Europeia relativa às restrições diretamente relacionadas e necessárias às concentrações<sup>19</sup>, conclui-se, portanto, que as cláusulas em referência, sendo restritivas da concorrência, podem, não obstante, considerar-se como diretamente

<sup>19</sup> Vide, JOUE, C 56, de 5 de março de 2005.

relacionadas e necessárias à concentração, nos termos e para os efeitos do artigo 41.º, n.º 5 da Lei da Concorrência.

## **7. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS**

67. Nos termos do n.º 3 do artigo 54.º da Lei da Concorrência, foi dispensada a audiência prévia da autora da notificação, dada a ausência de interessados que se tenham manifestado contra a realização da operação e o sentido da decisão, que é de não oposição.

## **8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO**

68. 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 50.º da Lei da Concorrência, uma vez que a mesma não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva nos seguintes mercados relevantes: *(i) mercado nacional dos produtos indutores de sono e calmantes à base de plantas e à base de melatonina, não sujeitos a receita médica; (ii) mercado nacional dos produtos para o tratamento de fungos das unhas e de infeções fúngicas conhecidas por “pé de atleta”; (iii) mercado nacional dos produtos para o tratamento de calos e pele endurecida; (iv) mercado nacional dos desodorizantes e anti-transpirantes para os pés; (v) mercado nacional dos produtos para queimaduras solares; (vi) mercado nacional dos suplementos alimentares à base de plantas indicados para o desconforto urinário; (vii) mercado nacional dos produtos de higiene íntima; e (viii) mercado da produção de medicamentos por via contratual, no território nacional.*

Lisboa, 23 de novembro de 2012

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

---

Manuel Sebastião  
Presidente

---

Jaime Andrez  
Vogal

---

João Espírito Santo Noronha  
Vogal

## **Índice**

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. AS PARTES .....	2
2.1. Empresa Adquirente.....	2
2.2. Empresa Adquirida.....	3
3. NATUREZA DA OPERAÇÃO .....	3
4. MERCADOS RELEVANTES.....	4
4.1. Mercados dos Produtos Relevantes.....	4
4.2. Mercados Geográficos Relevantes.....	7
4.3. Conclusão dos Mercados Relevantes .....	8
4.4. Mercado Relacionado .....	8
5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL .....	9
5.1. Conclusão da Avaliação Jus-Concorrencial .....	10
6. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS .....	10
7. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	11
8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO .....	11

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1 – Volume de negócios da Notificante, para os anos de 2009, 2010 e 2011 .....	2
Tabela 2 – Volume de negócios da Adquirida, para os anos de 2009, 2010 e 2011 .....	3