



**Ccent. 5/2015
JML / Serraleite**

**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]

09/03/2015

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA****Processo Ccent. 5/2015 – JML / Serraleite****1. OPERAÇÃO NOTIFICADA**

1. Em 22 de janeiro de 2015, foi notificada à Autoridade da Concorrência (doravante “AdC”), 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 do controlo exclusivo de um conjunto de ativos detidos pela empresa Serraleite – Cooperativa Agrícola dos Produtores de Leite de Portalegre, C.R.L. (“Ativos Serraleite”) pela empresa Jerónimo Martins – Lacticínios de Portugal, S.A. (“JML”), através de trespasse.
2. A operação notificada configura uma concentração de empresas na aceção da alínea b) do n.º 1 do artigo 36.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 c) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.

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

3. A JML é uma empresa do Grupo Jerónimo Martins (“Grupo JM”), criada em 2014, tendo em vista a prossecução da atividade de produção e transformação de leite e derivados, o que tenciona implementar com a presente operação de concentração.
4. O Grupo JM dedica-se fundamentalmente à produção, distribuição e venda de géneros alimentícios e de outros produtos de grande consumo. O Grupo tem vindo a investir no desenvolvimento de novos projetos, tais como serviços de restauração e de *take away* nos estabelecimentos Pingo Doce, em postos de abastecimento de combustível e em lojas de bem-estar, estando também presente no setor do vestuário e calçado.
5. Os volumes de negócios realizados pela Notificante, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, em Portugal, no Espaço Económico Europeu (“EEE”) e a nível mundial, referentes a 2013, foram os constantes da tabela em seguida apresentada.

Tabela 1 – Volume de negócios da Notificante em 2013

<i>Milhões Euros</i>	2013
Portugal	[>100]
EEE	[>100]
Mundial	[>100]

Fonte: Notificante.

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

2.2. Ativos Adquiridos

6. Os Ativos Serraleite, a adquirir, correspondem a um conjunto de ativos constituído por um estabelecimento industrial de transformação de leite e produção de derivados lácteos, localizado no concelho de Portalegre, e pelos bens corpóreos e incorpóreos que são parte integrante desta, detidos pela empresa Serraleite.
7. Os volumes de negócios realizados pelos Ativos Serraleite, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, em Portugal, no EEE e a nível mundial, referentes a 2013, foram os constantes da tabela em seguida apresentada.

Tabela 2 – Volume de negócios dos Ativos Serraleite em 2013

<i>Milhões Euros</i>	2013
Portugal	[>5]
EEE	[>5]
Mundial	[>5]

Fonte: Notificante.

3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

8. **[CONFIDENCIAL - ACORDO]**, as Partes celebraram um Contrato de Trespasse Condicional com Arrendamento **[CONFIDENCIAL - ACORDO]**, em que se estabelece os termos da presente operação de concentração.
9. A operação notificada configura uma concentração de empresas na aceção da alínea b) do n.º 1 do artigo 36.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 c) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.
10. Uma vez que a operação corresponde a uma aquisição de ativos a montante, *i.e.*, a um produtor/fornecedor – os Ativos Serraleite – por um grupo empresarial que opera, no momento anterior à presente concentração, na distribuição e venda de géneros alimentícios e de outros produtos de grande consumo – o Grupo JM – a operação assume uma natureza vertical.

4. MERCADOS RELEVANTES

4.1. Mercado do Produto Relevante

11. Uma vez que a operação corresponde a uma integração vertical, constituem mercados relevantes os mercados de aprovisionamento e/ou produção, em que atuam fornecedores/produtores como a Serraleite.

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial. 3

12. De acordo com a prática decisória europeia e nacional¹, a atividade do aprovisionamento e da produção tem sido analisada por referência a categorias de produtos, cuja homogeneidade é função da finalidade no consumo e do grau de substituíbilidade ou complementaridade entre os produtos.
13. Ora, no setor leiteiro estão compreendidos três estádios: (i) a produção e recolha de leite cru; (ii) a sua transformação em produtos para consumo ou para armazenamento (nos quais atua a Serraleite) e (iii) a sua distribuição para posterior aquisição pelos consumidores finais (em que atua o Grupo JM).

Posição da Notificante

14. Atendendo ao exposto, e tendo em conta as atividades da Serraleite, a Notificante propõe que sejam definidos para efeitos da análise da operação, os seguintes mercados do produto relevantes: (i) mercado da recolha, produção e aquisição de leite cru; (ii) mercado da produção e comercialização de leite UHT; e (iii) mercado da produção e comercialização de outros produtos da indústria de lacticínios, no caso, apenas de natas.
15. No **mercado da recolha, produção e aquisição de leite cru**² a oferta corresponde aos produtores de leite, individualmente ou organizados em cooperativas, e a procura à indústria transformadora do leite e produtora de lacticínios, que utiliza este produto como matéria-prima.
16. A atividade da recolha é desempenhada tanto pela própria indústria transformadora que vai buscar o leite aos seus fornecedores, como pelas cooperativas de produtores de leite cru que fazem a recolha junto dos seus cooperantes e o transportam até às fábricas dos clientes.
17. No âmbito deste mercado, a Notificante considera a hipótese de autonomização de um mercado de produção e comercialização de leite termizado³. Não obstante, refere que, pelas suas características e funcionalidades, este leite é, do ponto de vista da procura e da oferta, substituível por leite cru.
18. Acrescenta ainda que a Serraleite (única das Partes que vende leite termizado) “vende apenas pequenas quantidades de leite para indústrias de lacticínios, em função de excedentes ou de necessidades particulares destas entidades”, sendo “o peso da Serraleite no abastecimento de leite termizado [...] absolutamente residual”. Como tal, a Notificante considera desnecessário fornecer uma avaliação mais precisa deste mercado no quadro da presente notificação.
19. No que respeita à **produção e comercialização de leite UHT**⁴ a oferta é efetuada pelos fornecedores, como a Serraleite, sendo o leite vendido a empresas, grupos de

¹ A Notificante indica, quanto à prática decisória europeia, a decisão da Comissão de 10.6.2003 no caso COMP/M.3130 – Arla Foods/Express Dairies e, relativamente à prática nacional, a decisão da AdC de 15.1.2007 no processo Ccent. 38/2006 – Lactogal / International Dairies, em que se admite que cada um dos produtos lácteos constitua um mercado próprio.

² O leite cru corresponde ao leite que não tenha sido aquecido a uma temperatura superior a 40° C, nem submetido a um tratamento de efeito equivalente, sendo, segundo a Notificante, maioritariamente afeto à produção de leite, em especial, UHT.

³ Leite termizado é o leite sujeito a um tratamento térmico a 65°C durante 15 segundos para destruição da maior parte da carga microbiana do leite e inativação de enzimas.

⁴ O leite UHT caracteriza-se por ser sujeito a um tratamento que corresponde a um aquecimento rápido a uma temperatura elevada (cerca de 140 ° C), seguido de uma refrigeração também rápida, designada **Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato 4 haja sido considerado como confidencial.**

distribuição alimentar e outros retalhistas, incluindo cash & carry e canal HORECA⁵. Posteriormente, o leite é comercializado junto do consumidor final com marca própria (marca do produtor, marca comercial ou MC), ou com marca do distribuidor (MDD). Com referência a esta atividade, a Notificante propõe que seja definido como mercado relevante do produto o mercado da produção e comercialização de leite UHT.

20. Relativamente à **produção e comercialização de outros produtos da indústria de lacticínios**, a Serraleite apenas se encontra presente no mercado da produção e comercialização de natas, e dentro destas, unicamente de natas UHT líquidas. Assim, a Notificante propõe que seja definido como relevante o mercado *“da produção e comercialização de outros produtos da indústria de lacticínios, no caso, apenas e exclusivamente, de natas”*.

Posição da AdC

21. Atentas as atividades desenvolvidas pela Serraleite no estágio da recolha, produção e aquisição de leite cru, e na sequência da prática anterior⁶, a AdC considera como mercado relevante do produto o mercado da **aquisição de leite cru**.
22. No que respeita a uma eventual autonomização do mercado do leite termizado, atento o facto de a Serraleite ter um peso no abastecimento de leite termizado *“residual”* e de a Notificante não se encontrar presente nesta atividade, verifica-se que o resultado da análise não seria diverso, caso se autonomizasse o mercado do leite termizado do mercado do leite cru. Nestes termos, considera-se que a definição do mercado pode, quanto a este aspeto, permanecer em aberto quanto a uma eventual autonomização do leite termizado.
23. Atendendo à atividade da Serraleite na **produção e comercialização de leite UHT**, considera-se que a estas atividades corresponde um mercado relevante do produto.
24. Não obstante na prática decisória da AdC tenha já sido equacionada uma eventual segmentação deste mercado entre leite UHT com marca da indústria (“MDI”) e com marca do distribuidor (“MDD”), no âmbito da presente operação de concentração e, nomeadamente, atenta a natureza vertical da mesma, os resultados da análise não seriam distintos em função da mesma. Como tal, considera-se no mercado da produção e comercialização de leite UHT, o leite MDI e o leite MDD⁷.
25. Em conclusão, considera-se como mercado relevante do produto nos termos e para os efeitos da presente operação de concentração, o mercado da produção e comercialização de leite UHT.

de método UHT, bem como a um embalamento (acondicionamento por máquinas especiais em condições assépticas e em embalagens esterilizadas) específico. O referido tratamento e embalamento permitem a este tipo de leite um período de validade de vários meses sem necessidade de conservação em frio, mantendo todas as suas características organoléticas, o que o diferencia de outros tipos de leite, designadamente do leite pasteurizado.

⁵ HORECA - canal de distribuição que inclui hotelaria, restaurantes e cafés.

⁶ Vide, a título de exemplo, a decisão de 15.1.2007 no processo Ccent. 38/ 2006 – Lactogal/ International Dairies.

⁷ Vide decisão da AdC de 15.1.2007 no processo Ccent. 38/ 2006 – Lactogal/ International Dairies. A AdC analisou ainda este mercado no âmbito do processo Ccent. 31/2011 – Lactogal/Renoldy, tendo sido equacionada uma segmentação entre os níveis na cadeia de abastecimento: a montante, em que o leite UHT é produzido e fornecido aos retalhistas e a jusante, em que é feita a oferta aos consumidores finais.

26. No âmbito da **produção e comercialização de outros produtos da indústria de lacticínios**, a Serraleite apenas produz e comercializa natas e, mais concretamente, natas UHT líquidas.
27. Atendendo, nomeadamente, à natureza vertical da operação, para efeitos da análise da mesma, concorda-se com a definição de mercado proposta pela Notificante.
28. Nestes termos, a AdC considera como mercado relevante do produto, para efeitos da análise da presente operação de concentração, o mercado da produção e comercialização de natas.

4.2. Mercado Geográfico Relevante

29. Na sequência da prática decisória anterior, a AdC considera que o mercado geográfico da aquisição de leite cru não terá um âmbito superior ao nacional correspondendo ao território de Portugal Continental, podendo ter uma dimensão ainda mais reduzida, nomeadamente, regional⁸.
30. Para tanto contribui o facto de o leite cru, mesmo após termização, não poder ser transportado por períodos de tempo longos, ao contrário do que sucede com o leite UHT. Nessa medida, a necessidade de transporte imediato do leite cru, após recolha, para as fábricas onde será transformado, limita o âmbito geográfico do mercado ao território nacional ou mesmo a uma dimensão regional.
31. De acordo com a prática decisória da AdC, o mercado geográfico da produção e comercialização de leite UHT tem sido considerado como correspondendo ao território nacional, ainda que tendo sido equacionada a possibilidade de o mesmo corresponder a uma área geográfica mais alargada, nomeadamente, à Península Ibérica (solução proposta pela Notificante⁹).
32. Atendendo a que as conclusões da análise jusconcorrencial não serão distintas em função de uma delimitação mais lata do mercado geográfico, a AdC considera que a delimitação exata do âmbito geográfico do mercado da comercialização de leite UHT pode ser deixada em aberto, importando, em todo o caso, determinar os efeitos da operação no território nacional, nos termos do artigo 41.º da Lei da Concorrência.
33. Também no que respeita ao mercado da produção e comercialização de natas, uma vez que as conclusões da análise jusconcorrencial não serão distintas em função da delimitação geográfica adotada, a AdC considera que a delimitação exata do mercado geográfico relevante, para efeitos da presente operação de concentração, pode ser

⁸ Vide decisão de 15.1.2007 no processo Ccent. 38/ 2006 – Lactogal/ International Dairies. No que respeita à prática decisória europeia, a Comissão Europeia considerou que o mercado tinha dimensão nacional, respetivamente Países Baixos, França e Reino Unido, nas respetivas decisões nos casos M.5046 — Friesland / Campina (17.12.2008), M.4344 — Lactalis / Nestle / JV (II) (19.09.2006) e M.3130 — Arla Foods / Express Dairies (10.06.2003). Nos casos M.6348 — Arla Foods / Allgauland (7.11.2011), M.6119 — Arla / Hansa (1.4.2011), M.6242 — Lactalis / Parmalat (14.6.2011) e M.5875 — Lactalis / Puleva Dairy (23.08.2010) a Comissão sublinha a sua prática anterior, em que decide que o mercado não é, *in casu*, superior ao nacional, não encerrando, contudo, a definição, em virtude de as conclusões de análise não serem diversas nos vários cenários.

⁹ A Notificante refere a decisão da AdC de 2.5.2013 no processo Ccent. 10/2013 – MCH/Ativos Hiper Sá. Note-se que, não obstante, nesta operação, a AdC ter aceite que os mercados de aprovisionamento eram de âmbito nacional, tal fundou-se no facto de as conclusões da avaliação jusconcorrencial da operação não serem distintas em função da exata delimitação do âmbito geográfico dos mercados.

deixada em aberto, importando, em todo o caso, determinar os efeitos da operação no território nacional, nos termos do artigo 41.º da Lei da Concorrência.

4.3. Conclusão

34. Atento o exposto, a AdC define como mercados relevantes: (i) o mercado da aquisição de leite cru em Portugal Continental, cuja exata definição é deixada em aberto (ii) o mercado da produção e comercialização de leite UHT, cuja exata delimitação geográfica é deixada em aberto e (iii) o mercado da produção e comercialização de natas, cuja exata delimitação geográfica é também deixada em aberto.

5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

35. A presente operação de concentração assume uma natureza vertical atenta a relação existente entre a atividade desenvolvida pelo Grupo Serraleite a montante, na produção e comercialização de leite UHT e natas, e o sector da distribuição, onde se encontra presente o Grupo JM, a jusante.
36. De facto, verifica-se que o Grupo JM é o principal cliente da Serraleite, representando as suas compras, em 2013, cerca de **[80-90]%** e **[70-80]%** do total das vendas da Serraleite de leite UHT e natas, respetivamente. O Grupo JM distribui, para além de produtos fornecidos pela Serraleite, leites e natas de outros fornecedores, sendo que a Serraleite representa cerca de **[5-10]%** e **[0-5]%** do total das suas compras de leite UHT e natas, respetivamente.
37. Em resultado dessa integração vertical poderiam equacionar-se dois efeitos hipotéticos: (i) um efeito de encerramento de fatores de produção, caso a operação de concentração fosse suscetível de aumentar os custos aos concorrentes a jusante, restringindo o seu acesso a um *input* importante e (ii) um efeito de encerramento como cliente, caso a operação de concentração fosse suscetível de encerrar o mercado para os concorrentes a montante, ou seja, nos mercados relevantes da produção e comercialização de leite UHT e de natas, restringindo o acesso a uma base de clientes suficientes mercado da distribuição desses mesmos produtos¹⁰.
38. De acordo com as estimativas da Notificante, as quotas de mercado da Serraleite corresponderam, em 2013, no território nacional, a (i) **[0-5]%** no mercado da aquisição de leite cru, (ii) **[0-5]%** no mercado da produção e comercialização de leite UHT, e (iii) **[0-5]%** no mercado da produção e comercialização de natas.
39. Note-se que, em qualquer um dos mercados relevantes identificados, se encontra presente a Lactogal, empresa destacadamente líder de mercado, com quotas de mercado superiores a 40%, em cada um dos mercados.
40. Uma vez que, em qualquer dos mercados relevantes identificados, as quotas de mercado da Serraleite, são inferiores a 5%, considera-se que se encontram afastadas preocupações jusconcorrenciais decorrentes de um qualquer **efeito de encerramento de fatores de produção**.

¹⁰ Vide ponto 30 das Linhas de Orientação da Comissão para apreciação das concentrações não horizontais nos termos do Regulamento do Conselho relativo ao controlo de concentrações de empresas (*Jornal Oficial da União Europeia*, Série C, 265/11, de 18.10.2008, p. 11).

41. Ainda que os distribuidores de leite UHT e de natas se vissem privados do fornecimento dos produtos da Serraleite (*total foreclosure*), dificilmente tal cenário afetaria a possibilidade de os mesmos atuarem no mercado de forma significativa, uma vez que continuariam a poder contratar com os restantes produtores de leite UHT e de natas, que representam mais de 90% dos mercados da produção e comercialização destes produtos.
42. Adicionalmente, e tal como referido anteriormente, o facto de o Grupo JM ser o principal cliente da Serraleite no cenário pré-concentração, contribui igualmente para afastar um possível efeito de encerramento de mercado aos restantes distribuidores no mercado a jusante. Como se observou, cerca de **[80-90]%** e **[70-80]%** do total das vendas da Serraleite de leite UHT e natas, respetivamente, já eram absorvidas pelo Grupo JM.
43. No que respeita a um possível **efeito de encerramento como cliente**, importará avaliar em que medida é que a presente operação de concentração é suscetível de restringir o acesso a uma base de clientes suficiente aos fornecedores concorrentes da Serraleite (atuais ou potenciais) nos mercados relevantes da produção e comercialização de leite UHT e de natas.
44. Ora, a esse nível, importa referir que os produtores e fornecedores de bens de consumo corrente, nomeadamente, de leite UHT e natas, oferecem os seus produtos a um conjunto diversificado de clientes, entre os quais, grossistas, retalhistas ou clientes finais, os quais poderão encontrar-se agregados em cadeias de retalho ou centrais de compras (como é o caso, por vezes, do canal HORECA), localizados em território nacional ou sedeados no exterior¹¹.
45. Com efeito, atuam do lado da procura, empresas de grande dimensão e empresas que dispõem de uma capacidade logística suficiente que lhes permite abastecerem-se diretamente junto dos fornecedores.
46. De acordo com as estimativas da Notificante, a posição relativa do Grupo JM na distribuição por grosso e retalho, de lacticínios, incluindo leite UHT¹², e na distribuição por grosso e retalho de natas correspondeu, em 2013, a **[20-30]%** e a **[20-30]%**, respetivamente. Por outro lado, e como se observou acima, a Serraleite apenas representa **[5-10]%** do total das suas compras de leite UHT e **[0-5]%** do total das compras de natas, do Grupo JM.
47. Assim, considera-se ser igualmente pouco provável que da presente operação de concentração resultem preocupações jusconcorrenciais no que respeita a um potencial encerramento de mercado como cliente, a fornecedores de leite UHT e de natas. Qualquer estratégia de encerramento pressuporia a substituição de mais de 90% das compras atuais do Grupo JM (a concorrentes da Serraleite) apenas por leite da Serraleite. Por outro lado, sempre os fornecedores concorrentes da Serraleite continuariam a poder vender aos distribuidores concorrentes do Grupo JM, que distribuem cerca de **[70-80]%** destes produtos.
48. Tendo em conta o exposto *supra*, e uma vez que as quotas de mercado das empresas em causa, quer nos mercados a montante, quer nos mercados a jusante, são inferiores a 30%, considera-se que da presente operação de concentração não resultam

¹¹ Vide a decisão da AdC no caso Ccent. 1/2008 – Pingo Doce, relativamente à caracterização da atividade de aprovisionamento.

¹² De forma a determinar a posição relativa do Grupo JM, a Notificante inclui na sua base de cálculo as bebidas à base de leite. No entanto, caso as mesmas fossem excluídas da análise, considerando apenas o leite UHT, a posição relativa do Grupo JM seria sempre inferior a 30%.

quaisquer efeitos verticais relevantes, não sendo a mesma suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva em Portugal¹³.

6. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

49. Nos termos do n.º 3 do artigo 54.º da Lei da Concorrência, foi dispensada a audição prévia dos autores da notificação, dada a ausência de terceiros que se tenham manifestado contra a realização da operação de concentração e o sentido da decisão, que é de não oposição.

7. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

50. Face ao exposto, o Conselho da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea d) do n.º 1 do artigo 19.º dos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 125/2014, de 18 de agosto, 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 *mercados (i) da aquisição de leite cru, em Portugal Continental, cuja exata definição é deixada em aberto, (ii) da produção e comercialização de leite UHT, cuja exata delimitação geográfica é deixada em aberto e (iii) da produção e comercialização de natas, cuja exata delimitação geográfica é também deixada em aberto.*

Lisboa, 9 de março de 2015

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

X

António Ferreira Gomes
Presidente

X

Nuno Rocha de Carvalho
Vogal

X

Maria João Melícias
Vogal

¹³ Vide Linhas de Orientação da Comissão Europeia para apreciação das concentrações não horizontais identificadas na nota de rodapé n.º 10.

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

Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. AS PARTES	2
2.1. Empresa Adquirente.....	2
2.2. Ativos Adquiridos	3
3. NATUREZA DA OPERAÇÃO	3
4. MERCADOS RELEVANTES.....	3
4.1. Mercado do Produto Relevante	3
4.2. Mercado Geográfico Relevante	6
4.3. Conclusão	7
5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL	7
6. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	9
7. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	9

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Volume de negócios da Notificante em 2013	2
Tabela 2 – Volume de negócios dos Ativos Serraleite em 2013.....	3