

Ccent. 23/2015
Alphabeta 4 / PT Investissements

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]

17/06/2015

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA**

Processo Ccent. 23/2015 – Alphabet 4 / PT Investissements

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 22 de maio de 2015, 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 pela Alphabet 4 International S.à.r.l. (doravante “Alphabet 4” ou “Notificante”) do controlo exclusivo sobre a PT Investissements SAS (“PT Investissements” ou “Adquirida”), a holding do Grupo Cérélia.
2. As atividades das partes envolvidas na operação de concentração são as seguintes:
 - **Alphabet 4:** Sociedade comercial registada no Luxemburgo e controlada, em última instância, por uma empresa europeia de *private equity*, a IK Investment Partners, a qual é constituída por fundos que investem em médias e grandes empresas com forte potencial de crescimento, ativas em setores como saúde e bem-estar, produtos industriais, bens de consumo e consultoria a empresas. Em Portugal, o *portfolio* da IK Investment Partners abrange setores de atividade variados, como a indústria farmacêutica, soluções para indústria e o setor alimentar. A Notificante realizou, em 2014, um volume de negócios de €[<100] milhões em Portugal, €[>100] milhões no Espaço Económico Europeu (“EEE”) e €[>100] milhões a nível mundial.
 - **PT Investissements:** Empresa de direito francês, holding do grupo Cérélia. O grupo Cérélia está ativo no fabrico e fornecimento de massa refrigerada para utilização na preparação de produtos finais feitos em casa, como *pizzas*, tartes, bolos ou folhados, e destinados a serem distribuídos pelo retalho moderno de base alimentar. Em Portugal, a Cérélia realiza vendas diretas a retalhistas e vendas através de um distribuidor exclusivo sob a marca própria deste “*Pasta do Dia*”. A Adquirida realizou, em 2014, um volume de negócios de €[<5] milhões em Portugal, €[>5] milhões no EEE e €[>5] milhões a nível mundial.
3. 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 a) do n.º 3, do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, por preencher a condição enunciada na alínea a) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.

2. MERCADOS RELEVANTES E AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

2.1. Mercado do Produto e Geográfico Relevante

4. Tal como referido supra, a PT Investissements, através do grupo Cerélia, está ativa no fabrico e fornecimento de massa refrigerada (0º a 4ºC) para utilização na preparação de produtos finais feitos em casa, como *pizzas*, tartes, bolos ou folhados. Em Portugal, o grupo Cerélia distribui estes produtos ao retalho moderno de base alimentar diretamente

ou através de um distribuidor independente¹ que comercializa esses produtos, em regime de *co-packing* com a Cerélia, sob a marca do produtor “*Pasta do Dia*”.

5. A massa refrigerada é um produto de panificação pronto a utilizar que compreende várias categorias de produtos (massa folhada, massa para *pizza* e massa para bolos), sendo utilizada na preparação de diversos produtos finais (v.g. pizzas, tartes, quiches).
6. A AdC já teve a oportunidade de se pronunciar sobre este mercado², considerando que, dentro da categoria dos produtos prontos a confeccionar (*ready-to-bake/bake-off products*), o segmento das massas refrigeradas deveria ser definido como um mercado de produto separado.
7. Nesse processo, a Notificante avançou a possibilidade de segmentar o mercado, por via da avaliação da substituíbilidade do lado da procura, de acordo com as múltiplas aplicações (massa folhada, massa para *pizzas* e massa batida para bolos).
8. No entanto, no que diz respeito à substituíbilidade do lado da oferta, não existiam operadores especializados numa determinada categoria de massa refrigerada, pelo que todas as categorias de produtos no segmento de massas refrigeradas prontas a confeccionar eram consideradas como substituíveis entre si.
9. Considerando que, com base nas informações apresentadas pela Notificante, no presente momento e no essencial, as características referidas *supra* se mantêm face à decisão de 2011, a AdC entende não haver razões para alterar o seu entendimento.
10. Importa ainda referir que, tal como em 2011, estão envolvidos, na presente operação, dois canais de distribuição distintos — os produtos de marca do distribuidor são comercializados através de vendas diretas e os produtos de marca do produtor são comercializados através de um distribuidor local.
11. Para efeitos da avaliação da presente operação de concentração, atenta a substituíbilidade do lado da oferta, a AdC considera que o mercado do produto relevante corresponde à *produção e comercialização de massa refrigerada para a distribuição retalhista de base alimentar moderna*.
12. No que respeita ao âmbito geográfico, a Notificante propõe que o mercado tenha um âmbito nacional baseando-se, mais uma vez, na prática decisória da AdC.
13. Considerando que, de facto, quer as principais cadeias de distribuição retalhista de base alimentar, quer o distribuidor independente que comercializa a marca “*Pasta do Dia*” apenas operam ao nível nacional, e considerando ainda que a avaliação jusconcorrencial não seria distinta caso se considerasse um âmbito geográfico mais lato, a AdC aceita para os presentes efeitos a delimitação proposta pela Notificante.
14. Assim, considerando o exposto *supra*, aceita-se que o mercado relevante, para efeitos da presente operação de concentração, corresponde ao *mercado nacional da produção e comercialização de massa refrigerada para a distribuição retalhista de base alimentar moderna*.

¹ DHC - Produtos Alimentares, S.A.

² Cfr. o processo Ccent. 42/2011 - *Sagard / Negócio de Massa Refrigerada da Sara Lee*, objeto de decisão de não oposição em 15 de dezembro de 2011.

2.2. Avaliação Jusconcorrencial

15. O mercado da produção e comercialização de produtos de massa refrigerada registou, em Portugal, em 2014, vendas em quantidade e valor de 3.080 toneladas e €7 milhões, respetivamente.
16. Das diversas empresas controladas pelos fundos geridos pela IK Investment Partners (“IK”), sociedade que controla a Alphabet 4, apenas o Grupo Solina, ativo no setor alimentar, tem vendas em Portugal. No entanto, este último não está ativo nem no mesmo mercado relevante que a PT Investissements nem em mercados relacionados, a montante ou a jusante.^{3,4}
17. Por sua vez, em 2014 a Adquirida foi o principal operador no mercado da produção e comercialização de massa refrigerada, a nível nacional, com uma quota de mercado em valor e volume de, respetivamente, [50-60]% e [50-60]%⁵. Os principais concorrentes foram as empresas Wewalka GmbH Nfg.Kg (Áustria) com uma quota de mercado em valor e volume de, respetivamente, [30-40]% e [30-40]% e a empresa Hans Henglein & Sohn GmbH (Alemanha) com uma quota de mercado em valor e volume ambas de [10-20]%.
18. Assim, considerando que a Notificante não desenvolve atividade no mercado relevante identificado ou em mercados com este relacionados, a operação resulta numa mera transferência de quotas da adquirida para a Notificante, não se perspetivando, portanto, quaisquer efeitos da operação de concentração notificada, quer a nível horizontal, quer a nível não horizontal.

2.3. Cláusulas Restritivas e Acessórias

19. O artigo 10.10 da minuta do Contrato de Compra de Títulos (*Securities Purchase Agreement*) (“CCT”) prevê uma cláusula que **[CONFIDENCIAL – INFORMAÇÃO CONTRATUAL]**. Ambas as cláusulas aplicam-se por um período de **[CONFIDENCIAL – PRAZO CONTRATUAL]** a partir da data de fecho do contrato (*closing date*).
20. Trata-se de um conjunto típico de obrigações de não-solicitação e confidencialidade que a AdC considera, em linha com a sua própria prática decisória da AdC e da Comissão

³ O Grupo Solina vende três tipos de produtos: (i) soluções culinárias e aromáticas (fundos, extratos culinários e aromas, bases para molhos, preparações de queijo, marinadas, temperos, revestimentos, pão ralado e composições de especiarias) para venda à indústria agroalimentar e empresas de *catering*; (ii) soluções técnicas e aromáticas personalizadas (aplicações para salgar e marinar, aplicações para assegurar textura e estabilidade, gelificantes, aplicações para charcutaria seca, queijo ralado, soluções de conservação, corantes e aplicações para produtos vegetarianos) para venda à indústria agroalimentar, em particular às indústrias da carne processada e charcutaria e; (iii) produtos dietéticos e soluções nutricionais para os segmentos de controlo de peso, desporto, saúde e nutricosméticos, tais como produtos altamente proteicos para controlo de peso (em pó ou prontos a usar), bebidas desportivas instantâneas (em pó) e suplementos nutricionais líquidos para reidratação, para venda a marcas líderes de mercado nesta área de atividade

⁴ Adicionalmente, outras duas empresas do *portfolio* de investimentos da IK estão ativas no setor alimentar, mas não só não têm vendas em Portugal, como não estão presentes no mercado relevante nem em mercados relacionados, a montante ou a jusante: a “L+M”, empresa dinamarquesa que vende especialidades gastronómicas de mercearia fina e a “Agros Nova”, empresa polaca especializada em produtos alimentares processados a partir de fruta e vegetais.

⁵ A quota de mercado do grupo Cérélia inclui as vendas à DHC, distribuidor da marca Pasta do Dia. Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial. 4

Europeia⁶ e não obstante restritivas da concorrência, se encontram diretamente relacionadas com a realização da operação de concentração, sendo necessárias à mesma.

21. Com efeito, uma vez que os âmbitos pessoal, material (limitado), geográfico (aplica-se aos territórios onde os ativos estão presentes), e temporal (limitado a **[CONFIDENCIAL – PRAZO CONTRATUAL]**) das referidas obrigações se encontram fundamentados e, destinam-se a assegurar a transferência efetiva e material do valor integral dos ativos e da atividade alienada, a AdC considera-as abrangidas pela presente decisão de não oposição, nos termos e para os efeitos do n.º 5 do artigo 41.º, n.º 5 da LdC.

2.4. Conclusão da Avaliação Jusconcorrencial

22. Face ao exposto, em particular ao facto da operação de concentração resultar numa mera transferência de quota, não se encontrando a empresa Notificante no mercado da empresa Adquirida nem em mercados com este relacionado, e considerando ainda que as cláusulas restritivas e acessórias não suscitam questões jusconcorrenciais, a AdC conclui que a operação em causa não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva, no mercado *nacional da produção e comercialização de massa refrigerada para a distribuição retalhista de base alimentar moderna*.

3. AUDIÊNCIA PRÉVIA

23. Nos termos do n.º 3 do artigo 54.º da Lei da Concorrência, foi dispensada a audiência prévia dos autores da notificação, dada a ausência de interessados e o sentido da decisão, que é de não oposição.

⁶ Cfr. Comunicação da Comissão relativa às restrições diretamente relacionadas e necessárias às concentrações JO C 56, de 5.3.2005.

4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

24. 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 no mercado nacional da produção e comercialização de massa refrigerada para a distribuição retalhista de base alimentar moderna.

Lisboa, 17 de junho de 2015

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

X

António Ferreira Gomes
Presidente

X

Nuno Rocha de Carvalho
Vogal

X

Maria João Melícias
Vogal

Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. MERCADOS RELEVANTES E AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL.....	2
2.1. Mercado do Produto e Geográfico Relevante	2
2.2. Avaliação Jusconcorrencial	4
2.3. Cláusulas Restritivas e Acessórias	4
2.4. Conclusão da Avaliação Jusconcorrencial.....	5
3. AUDIÊNCIA PRÉVIA	5
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	6