



**Ccent. 29/2015
Pingo Doce / Amol**

**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]

30/07/2015

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

Processo Ccent. 29/2015 – Pingo Doce / Amol

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 2 de julho de 2015, foi notificada à Autoridade da Concorrência (“AdC”), nos termos dos artigos 37.º e 44.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (“Lei da Concorrência”), uma operação de concentração que consiste na aquisição pelo Pingo Doce-Distribuição Alimentar, S.A. (“Pingo Doce”), empresa do Grupo Jerónimo Martins, de um estabelecimento comercial, que integra um conjunto de ativos (“Ativos Alvo”), detido pela AMOL-Armazéns de Mercearia Oliveirense, Lda. (“AMOL”), situado em Oliveira do Hospital.
2. As atividades das partes envolvidas na operação de concentração são as seguintes:
 - Pingo Doce - integra o Grupo Jerónimo Martins, com presença em três áreas de negócio distintas: distribuição alimentar, indústria e serviços de marketing e representações. O Pingo Doce explora em Portugal uma rede de supermercados de retalho alimentar e não alimentar com a mesma insígnia. Em 2014, o Grupo Jerónimo Martins realizou em Portugal um volume de negócios, calculado nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, de €[>100] milhões.
 - Ativos Alvo - estabelecimento comercial, abrangendo recursos humanos, existências, clientela, fornecedores e equipamentos, atualmente explorado pela AMOL, sob a insígnia IG Supermercados, situado em Oliveira do Hospital. Em 2014, os Ativos Alvo realizaram em Portugal um volume de negócios, calculado nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, de €[>5] milhões.
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 b) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, por preencher as condições enunciadas nas alíneas b) e c) 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. A Notificante, tendo em conta que o Pingo Doce é uma cadeia presente sobretudo na área alimentar orientada ao consumo em casa, considera que o mercado do produto relevante deve incluir todos os estabelecimentos que têm como atividade económica a comercialização de produtos alimentares, bebidas e tabaco, que integram a CAE Rev. 3 do INE.
5. Conforme resulta da prática decisória da AdC, o mercado retalhista de base alimentar deverá excluir, por um lado, a distribuição retalhista em que a componente alimentar não é dominante e, por outro, o comércio especializado, isto é, as lojas cuja oferta apenas engloba uma categoria específica de produtos alimentares, como talhos, peixarias e padarias, entre outros, atendendo, designadamente, às diferenças em termos de formato, de gama e variedade de produtos comercializados.

6. Adicionalmente, refira-se que nos processos em que os estabelecimentos-alvo correspondiam ao formato “supermercado”, a AdC concluiu que os mesmos sofriam pressão concorrencial significativa por parte dos estabelecimentos de maior dimensão, tendo, desta forma, incluído no mesmo mercado do produto relevante os formatos hipermercado, supermercado e *discount*.
7. Face ao *supra* exposto e tendo em conta que o estabelecimento a adquirir à AMOL em Oliveira do Hospital tem uma área de 1500 m², que corresponde à tipologia de supermercado, a AdC considera que o mercado relevante do produto, para efeitos da presente operação de concentração, corresponde ao mercado retalhista de base alimentar nos formatos hipermercado, supermercado e lojas *discount*.
8. No que respeita à delimitação do mercado geográfico, a Notificante considera que, na perspetiva da oferta, o mercado tem âmbito nacional, porquanto todas as empresas que compõem o *ranking* dos maiores retalhistas alimentares têm cobertura nacional. Todavia, considera que, para o consumidor, a proximidade geográfica é o fator decisivo na escolha do local de compra.
9. Neste enquadramento, propõe a Notificante que o âmbito geográfico do mercado relevante corresponda ao concelho de Oliveira do Hospital, tendo como pólo de atração natural a cidade de Oliveira do Hospital.
10. Mais refere a Notificante que, dispondo os Ativos a adquirir de uma área de venda de cerca de 1500 m², superior às áreas ocupadas pelos restantes concorrentes, este fator determinará uma maior atratividade e área de influência da loja, pelo que considera ajustado o mercado geográfico correspondente ao concelho de Oliveira do Hospital.
11. A prática decisória nacional¹ tem sido no sentido de, numa perspetiva da procura, considerar os mercados locais (onde as partes exploram os seus pontos de venda) como ponto de partida para a análise do mercado geográfico relevante. Apenas em casos de concentrações entre grandes cadeias de retalho se têm considerado mercados geográficos mais latos.
12. Para esta delimitação a nível local, a prática decisória nacional tem sido a de utilizar o conceito de área de influência do estabelecimento a adquirir, que abrange a freguesia ou o conjunto de freguesias numa área geográfica definida em função de determinado limite máximo de tempo de deslocação em automóvel: 10 minutos num percurso de carro, no caso de formatos inferiores a 2000 m² (minimercados e supermercados), e de tempos de deslocação até 30 minutos, quando os estabelecimentos-alvo são de maior formato e/ou integrados em zonas comerciais (galerias comerciais ou centros comerciais).
13. Em face do exposto, a AdC, em linha com a sua prática decisória, irá considerar, para efeitos da análise da presente operação, o mercado geográfico correspondente à área de influência do estabelecimento a adquirir (isócrona de 10 minutos de carro), verificando-se que os concorrentes que operam nesta área coincidem com os que atuam na área correspondente ao concelho de Oliveira do Hospital.

¹ Vide decisões nos processos Ccent. 34/2003-Gestiretalho/Irmãos Costa Pais; Ccent. 19/2005-Pingo Doce/Imocom; Ccent. 35/2005-Modelo Continente/Pinto Ribeiro Supermercados; Ccent. 59/2005-Feira Nova/Lojas Horta; Ccent.13/2007-ITMI/Marrachino; Ccent. 51/2007-Sonae Distribuição/Carrefour; Ccent. 1/2008-Pingo Doce/Plus; e Ccent. 10/2013-MCH/Ativos Hiper Sá, de entre outros.

2.2. Mercado Relacionado

14. A Notificante identifica como mercado relacionado o mercado do aprovisionamento do retalho alimentar, situado a montante, porquanto o grupo Jerónimo Martins, em que se insere o Pingo Doce, detém duas empresas, a Recheio Cash & Carry, S.A. (“Recheio”), ativa na vertente das vendas grossistas, e a Jerónimo Martins-Distribuição de Produtos de Consumo Lda, (“JMD”), que opera na representação de algumas marcas presentes na distribuição.

2.3. Avaliação jusconcorrencial

15. De acordo com dados da Notificante, o mercado retalhista de base alimentar no concelho de Oliveira do Hospital ascendeu, em 2014, a €**[Confidencial- Segredo de negócio]** milhões², detendo os Ativos Alvo uma quota de **[30-40]**%.
16. Os principais concorrentes dos Ativos Alvo que operam no concelho de Oliveira do Hospital são o Lidl, o Minipreço e o Intermarché, com quotas de mercado de **[10-20]**%, **[10-20]**% e **[5-10]**%, respetivamente, estando o remanescente, **[20-30]**%, disperso por um conjunto de outros estabelecimentos retalhistas não especializados.
17. Atendendo a que nenhuma unidade retalhista Pingo Doce está presente no concelho de Oliveira do Hospital, não se verificará qualquer sobreposição horizontal no mercado, traduzindo-se a operação de concentração numa mera transferência de quota de mercado, sem impacto ao nível da estrutura da oferta.
18. Acresce que, recentemente, em junho de 2015, o Modelo Continente, que a Notificante identifica como sendo o seu principal concorrente, abriu uma loja no mercado de Oliveira do Hospital, sendo expetável que esta nova unidade venha a exercer uma pressão concorrencial sobre os atuais concorrentes.
19. Tal como referido em §14, o Grupo Jerónimo Martins opera igualmente a montante do mercado retalhista de base alimentar, no mercado do aprovisionamento do retalho alimentar, importando por esta razão analisar eventuais efeitos verticais resultantes da operação de concentração que ora se analisa.
20. A Notificante estima que a dimensão do mercado do aprovisionamento tenha ascendido, em 2014, a €**[Confidencial-Segredo de negócio]** mil milhões³, estimando ainda que a Recheio e a empresa de representações JMD detenham uma quota de **[0-5]**%.
21. Assim, face à reduzida quota de mercado que o Grupo Jerónimo Martins detém no mercado do aprovisionamento, não são expetáveis efeitos verticais relevantes em resultado da operação de concentração em apreço, suscetíveis de originar preocupações jusconcorrenciais.
22. Em face do acima exposto, conclui-se que a projetada operação de concentração não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva nos mercados analisados.

² Estimativa do mercado sem pico sazonal, **[Confidencial-Segredo de Negócio]**, sendo de **[Confidencial- Segredo de negócio]** nos meses com pico sazonal.

³ Com base no volume de negócios das empresas por Atividade Económica (Subclasse-CAE-Ver.3) e da margem média esperada para o retalho.

3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

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.

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 nos mercados identificados.

Lisboa, 30 de julho 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. Mercado Relacionado.....	4
2.3. Avaliação jusconcorrencial.....	4
3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	5
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO.....	5