



**Ccent. 61/2016
MIDSID / JCR**

**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]

20/01/2017

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA****Processo Ccent. 61/2016 – Midsid / JCR****1. OPERAÇÃO NOTIFICADA**

1. Em 14 de dezembro de 2016, 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 pela Midsid – Sociedade Portuguesa de Distribuição, S.A. (“MIDSID” ou “Notificante”) do controlo exclusivo sobre a Sociedade José Costa & Rodrigues Lda (“JCR” ou “Adquirida”).
2. A sociedade MIDSID¹ é uma empresa grossista de produtos de tabaco e respetivos acessórios², que também comercializa produtos de tabaco (cigarros) através de máquinas de venda automática (*vending* ³). Os principais clientes da empresa ao nível grossista são pontos de venda no canal HORECA, tabacarias, estações de abastecimento e estabelecimentos de *cash & carry*.
3. Os volumes de negócios realizado em 2015 em Portugal, no Espaço Económico Europeu (“EEE”) e a nível mundial pelo conjunto das empresas no qual a MIDSID se integra, calculado nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência foram os constantes da seguinte tabela.

Tabela 1 – Volumes de negócio da Adquirente, no ano de 2015, em milhões de euros

Portugal	[>100] ⁵
EEE	[>100]
Mundial	[>100]

Fonte: Notificante.

¹ A MIDSID é integralmente detida pela empresa de direito espanhol Compañía de Distribución Integral Logista, S.A.U, (“Logista”), a qual é detida pela [CONFIDENCIAL] detentora de [CONFIDENCIAL]% das ações representativas do respetivo capital social. Por sua vez a [CONFIDENCIAL] detida pela Imperial Tobacco España S.L., sendo a [CONFIDENCIAL] do respetivo capital pertença da Imperial Tobacco Overseas Holding Limited.

² De entre os principais acessórios de tabaco comercializados pela MIDSID incluem-se isqueiros, tubos, papel de enrolar cigarros, fósforos, máquinas de fazer cigarros, acessórios de charutos e cigarreiras.

³ O *vending* corresponde à transação de produtos sem necessidade da presença física simultânea do fornecedor e do consumidor. Os produtos são disponibilizados ao consumidor através de acesso, por este, a uma máquina dispensadora e mediante pagamento antecipado do preço do produto a adquirir por meio de moedas, notas ou outros meios de pagamento.

⁴ A MIDSID comercializa, através da sua rede grossista, outros produtos para além dos produtos de tabaco e respetivos acessórios, como sejam bebidas alcoólicas e não alcoólicas e produtos alimentares.

⁵Volume de negócios tem por base o ano civil, não obstante o ano fiscal iniciar-se a 1 de outubro de 2014 e terminar a 30 de setembro de 2015. Não inclui o Imposto Especial sobre o Consumo (IEC) nem o IVA, conforme o disposto no n.º 3 do artigo 39.º da Lei da Concorrência.

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial. 2

4. A JCR é uma empresa que se dedica à distribuição e comercialização grossista de produtos de tabaco e acessórios de tabaco⁶ e à comercialização retalhista de produtos de tabaco (cigarros) através de máquinas de *vending*. A sua atividade encontra-se circunscrita aos distritos do Porto, Braga, Viana do Castelo e Vila Real.
5. O volume de negócios realizado em Portugal pela Adquirida em 2015, calculado nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência foi o constante na seguinte tabela.

Tabela 2 – Volumes de negócio da Adquirida, no ano de 2015, em milhões de euros

Portugal	[>5]
EEE	[>5]
Mundial	[>5]

Fonte: Notificante.

6. 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 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

7. Tal como referido *supra*, a JCR encontra-se presente nas atividades de distribuição grossista de produtos de tabaco (cigarros, cigarrilhas, charutos, tabaco de corte fino para cigarros de enrolar) e respetivos produtos acessórios, bem como na comercialização retalhista de produtos de tabaco (cigarros), através de máquinas de *vending*.
8. A Notificante, atenta as atividades prosseguidas pela Adquirida, propõe os seguintes mercados relevantes para efeitos da presente operação de concentração: (i) o mercado da distribuição grossista de produtos de tabaco, que incluirá, também, a distribuição grossista de acessórios de tabaco; e (ii) o mercado da venda a retalho de produtos de tabaco (cigarros) em máquinas de *vending*.

Mercado da distribuição grossista de tabaco

9. Para efeitos da definição do mercado do produto relevante, a Notificante considera não existirem fundamentos para se segmentar em mercados distintos as atividades de distribuição grossista de produtos de tabaco e de produtos acessórios de tabaco, dada a natureza secundária e auxiliar destes últimos produtos.
10. Adicionalmente, refere que a oferta de produtos acessórios é, essencialmente, assegurada por operadores que também distribuem por grosso os produtos de tabaco,

⁶ Os acessórios de tabaco são essencialmente isqueiros, tubos, cachimbos, papel para enrolar cigarros, acessórios de charutos.

sendo a procura composta por agentes económicos que também comercializam os produtos de tabaco.

11. Tendo em conta que as conclusões da avaliação jusconcorrencial são independentes da exata delimitação do mercado do produto relevante, a AdC considera que a exata delimitação deste mercado poderá, para efeitos do presente procedimento, ser deixada em aberto.
12. Relativamente à distribuição grossista de produtos de tabaco importará referir que esta integra dois tipos de distribuidores:
 - a) os distribuidores responsáveis pela introdução no consumo de produtos de tabaco próprios ou de terceiros, sejam eles manufacturados em território nacional ou importados, como é o caso da Logista⁷, e que também asseguram a distribuição capilar de produtos de tabaco aos mais de [50 mil-100 mil] pontos de venda retalhistas (i.e., distribuidores verticalmente integrados); e
 - b) os distribuidores grossistas que não importam nem fabricam produtos de tabaco, mas que se dedicam à comercialização, por grosso, de produtos de tabaco e asseguram o seu transporte físico e respetiva comercialização junto dos pontos de venda retalhistas.
13. O grupo em que se insere a Notificante está presente em toda a cadeia de valor *i.e.* introduz no consumo produtos próprios⁸ e de terceiros, através da Logista, bem como procede, através da participada MIDSID, à respetiva distribuição até aos pontos de venda retalhista, nomeadamente tabacarias/papelarias, quiosques e outros e máquinas de *vending*.
14. A prática decisória da Comissão Europeia (“Comissão”)⁹ tem considerado que o mercado da distribuição grossista de produtos de tabaco constitui um mercado do produto distinto do mercado da distribuição em geral e dos serviços de logística, na medida em que se trata de uma atividade especializada por comparação com a distribuição de outros produtos, implicando *know-how* específico sobre a legislação bem como das práticas regulatórias e fiscais aplicáveis.
15. A AdC já analisou o mercado da distribuição grossista de tabaco¹⁰, tendo concluído pela existência de dois tipos de distribuidores grossistas. Um primeiro tipo, no qual os distribuidores grossistas seriam responsáveis pela introdução no consumo de produtos de tabaco; e um segundo tipo – no qual os de primeiro tipo também podem estar

⁷ A Logista é um depositário titular de um entreposto fiscal em Portugal, responsável pela introdução no consumo de produtos de tabaco, pagando o IEC e o IVA. A Logista introduz no consumo produtos de tabaco de diversos fabricantes, incluindo a Imperial Tobacco e de outros operadores concorrentes. Para além da Logista existem cerca de 11 titulares de entrepostos fiscais em Portugal. Os fabricantes que dispõem de produção em território nacional (Philip Morris/Tabaqueira) procedem eles próprios à introdução no consumo dos seus produtos. Em Portugal existem atualmente cerca de + 150 distribuidores grossistas que fornecem os cerca de [50 mil -100 mil] pontos de venda retalhistas (distribuição capilar).

⁸ Da Imperial Tobacco [**CONFIDENCIAL – Segredo de negócio**], que globalmente representam cerca de [**CONFIDENCIAL**] % do valor total das suas vendas.

⁹ Vide decisões da Comissão nos processos COMP/M.3553 – Logista/Etinera/Terzia, §19, e Comp/M.4424 – JT/Gallaher, §18.

¹⁰ Vide § 63 da decisão de não oposição relativa à Ccent n.º 18/2010 – *Scandinavian Tobacco /Swedish Match*.

incluídos – que assegurariam a distribuição capilar até aos pontos de venda retalhista. A Adquirida insere-se neste segundo caso.

16. Relativamente a uma eventual segmentação das atividades por tipo de produtos de tabaco (*i.e.* cigarros, charutos, tabaco de corte fino para cigarros de enrolar e outros), a investigação de mercado levada a cabo pela Comissão Europeia, no âmbito do caso COMP/M.3553 – *Logista/Etinera/Terzia*, concluiu que tal não se justificava, atendendo a que mais de 90% do mercado da distribuição de produtos de tabaco correspondia à distribuição de cigarros, situação que [CONFIDENCIAL] à verificada em território nacional.
17. Acresce que os principais distribuidores de tabaco, em Portugal, distribuem uma gama alargada de produtos de tabaco e não apenas de um único tipo, pelo que a AdC considera não se justificar qualquer segmentação do mercado grossista de produtos de tabaco por tipo de produto.

Mercado (retalhista) da venda de produtos de tabaco em máquinas de venda automática (*vending*)

18. Tal como *supra* referido, tanto a Notificante como a JCR operam ao nível do retalho na venda de produtos de tabaco (cigarros), apenas através de máquinas de *vending* acessíveis ao consumidor final, detendo a Notificante e a Adquirida, respetivamente 4308 e 1900 máquinas.
19. A Notificante propõe que esta atividade constitua um mercado do produto relevante, sem prejuízo da venda ao nível do retalho incluir também outros canais de distribuição como sejam outros pontos de venda distintos das máquinas de *vending*.
20. Importará, assim, determinar em que medida a comercialização de cigarros em máquinas de *vending*, única atividade de retalho em que a MIDSID e a Adquirida se sobrepõem, concorrerá com as outras formas de comercialização retalhista de cigarros ou, ao invés, se aquela segmentação corresponderá a um mercado autónomo.
21. A AdC considera, no entanto, que a exata delimitação deste mercado, na vertente do produto, tal como proposto pela Notificante, poderá ser deixada em aberto no presente procedimento, uma vez que, tal como consta da análise apresentada *infra*, não foram identificadas quaisquer preocupações de natureza jusconcorrencial suscetíveis de redundar em entraves significativos à concorrência efetiva naquele mercado, independentemente da exata delimitação do mercado.

Mercados Relevantes Geográficos

22. A Notificante considera que o âmbito geográfico dos mercados em causa corresponde ao território nacional, atendendo, nomeadamente, às seguintes razões:
 - o caráter nacional (e não supranacional) da legislação que regula estas atividades no que respeita à fiscalidade, à regulação da publicidade e aos aspetos sanitários, bem como as preferências dos consumidores;
 - a inexistência de limitações decorrentes da legislação ou de regulamentação específica do setor que resultem na fragmentação do território nacional por hipotéticas áreas regionais ou locais;
 - os reduzidos custos de transporte no território nacional no contexto do valor dos produtos comercializados.

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

23. Também a Comissão Europeia considerou, na sequência da investigação de mercado que levou a cabo no caso COMP/M.5086 – *BAT/Skandinavisk/ Tobakskompagni*, que o âmbito geográfico do mercado da distribuição grossista de tabaco não seria mais lato que o nacional, atendendo a razões atinentes à necessidade de existência de uma rede de distribuição nacional e dos aspetos ligados às regras de fiscalidade.
24. A AdC, tendo em conta que os distribuidores grossistas (i) procedem à introdução no consumo no território nacional dos vários produtos de tabaco, e (ii) são responsáveis pelo pagamento do imposto especial sobre o consumo junto do entreposto fiscal, dedicando-se, posteriormente, ao seu transporte, armazenamento e distribuição física no território nacional, considera que o âmbito geográfico do mercado de distribuição grossista de produtos de tabaco está confinado ao território nacional.
25. No que respeita ao domínio geográfico do *mercado da venda de produtos de tabaco em máquinas de vending*, a Notificante considera que os fatores acima identificados se aplicam igualmente a este mercado.
26. Atendendo a que os destinatários dos produtos de tabaco comercializados em máquinas de *vending* são os consumidores finais sediados no território nacional, a AdC, para efeitos da presente operação de concentração e sem prejuízo de futuras delimitações distintas que possam vir a ser adotadas em função dos casos concretos que possam ser analisados, aceita a proposta da Notificante delimitando a este âmbito o respetivo mercado do produto.

2.2. Mercados Relacionados

27. Tal como *supra* referido, a Logista, numa fase prévia à da distribuição grossista dos produtos de tabaco, procede à introdução no consumo dos produtos importados (cigarros, cigarrilhas, tabacos de corte fino para cigarros de enrolar), quer do grupo em que está integrada, a Imperial Tobacco, quer de outros fabricantes.
28. A AdC já se pronunciou sobre os mercados da introdução no consumo dos vários tipos de produtos de tabaco, tendo considerado que cada um dos produtos de tabaco (cigarros, cigarrilhas e charutos, tabaco de corte fino para cigarros de enrolar) constitui um mercado do produto distinto, atendendo nomeadamente ao diferente nível de tributação do Imposto Especial sobre o Consumo (IEC) que incide sobre os mesmos e às preferências dos consumidores, que não consideram uns substituíveis pelos outros.¹¹
29. A importação/introdução no consumo de cada um dos produtos de tabaco constitui assim um mercado verticalmente relacionado com o da distribuição grossista de produtos de tabaco para efeitos da presente operação de concentração, pelo que se elencam os mercados relacionados da importação/introdução no consumo de (i) cigarros, (ii) cigarrilhas e (iii) tabaco de corte fino para cigarros de enrolar.
30. Tendo em consideração que os produtos são introduzidos para consumo no território nacional, considera a AdC que os mercados relacionados têm âmbito nacional.

¹¹ *Vide* Decisão relativa à Ccent 18/2010 – Scandianvian Tobacco Group/Swedish Match.

2.3. Avaliação jusconcorrencial

31. De acordo com dados apresentados pela Notificante, a dimensão do *mercado da distribuição grossista de tabaco* ascendeu, em 2015 a nível nacional, a € [Confidencial-Estimativas da Notificante] milhões, cabendo à Adquirente e à Adquirida quotas de mercado de [20-30]% e [0-5]%, respetivamente.
32. A tabela *infra* ilustra a estrutura da oferta deste mercado com referência ao ano de 2015.

Tabela 3 – Estrutura de oferta no mercado da distribuição grossista de tabaco, em território nacional (ano de 2015)

MIDSID	[20-30]%
JCR	[0-5]%
Quota agregada	[20-30]%
Modelo Continente	[5-10]%
Tabaqueira Bel, Lda.	[0-5]%
Augusto Duarte Reis	[0-5]%
Outros	[50-60]%
Total	100%

Fonte: Notificante.

33. Na sequência da presente operação da concentração, a Adquirente, que em 2015 detinha uma quota de mercado de **[20-30]%**, registará um ligeiro acréscimo em resultado da operação de concentração ([0-5]%), passando a deter uma quota de **[20-30]%**.
34. Trata-se de um mercado pouco concentrado, uma vez que o *IHH* pós-operação é de **[<1000]** pontos, sendo que o *delta* resultante da operação de concentração é de **[<150]** pontos.¹²

¹² Nos termos das *Orientações para a apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas* (2004/C 31/03), publicadas no Jornal da União Europeia (JOUE) n° C 031 de 05/02/2004 p. 0005 – 0018 (“Orientações para a apreciação das concentrações horizontais”), “O nível de concentração global existente num mercado pode também fornecer informações úteis acerca da situação concorrencial. Para avaliar os níveis de concentração, a Comissão aplica frequentemente o índice Herfindahl-Hirschman (IHH). Este índice é calculado adicionando os quadrados das quotas de mercado individuais de todos os participantes no mercado. O IHH confere, proporcionalmente, um maior peso às quotas de mercado das empresas de maiores dimensões. (...) Apesar de o nível absoluto de IHH poder fornecer uma indicação inicial da pressão concorrencial no mercado após a concentração, a variação no IHH (conhecida por “delta”) constitui um valor aproximado da variação na concentração do mercado diretamente resultante da operação de concentração.” (§16).

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

35. Assim, de acordo com as Orientações da Comissão para apreciação das concentrações horizontais e com a prática decisória da AdC, é pouco provável que se identifiquem preocupações de concorrência de tipo horizontal em mercados com um *IHH* inferior a 1000 e em que o *delta* seja inferior a 150 pontos.
36. No que se refere ao *mercado da distribuição grossista de acessórios de tabaco*, a Notificante estima que a respetiva dimensão tenha ascendido, em 2015, a € [Confidencial - Estimativas da Notificante] milhões, verificando-se, também neste mercado, que os principais *players* são os que integram a estrutura da oferta do mercado da distribuição grossista de produtos de tabaco, como se conclui pela análise da tabela seguidamente apresentada.

Tabela 4 – Estrutura de oferta no mercado da distribuição grossista de acessórios de tabaco, em território nacional (ano de 2015)

MIDSID	[10-20]%
JCR	[0-5]%
Quota agregada	[10-20]%
Modelo Continente	[5-15]%
Tabaqueira Bel, Lda.	[0-5]%
Augusto Duarte Reis	[0-5]%
Outros	[60-70]%
Total	100%

Fonte: Notificante.

37. A MIDSID, que em 2015 detém uma quota de mercado de [10-20]%, registará um ligeiro acréscimo em resultado da operação de concentração ([0-5]%), passando a deter uma quota de [10-20]%.
38. Trata-se de um mercado com um grau de concentração pós concentração medido pelo *IHH* inferior a 1000, pelo que se poderá concluir pela ausência de preocupações em termos de concorrência de tipo horizontal.
39. No caso de considerarmos que o mercado grossista de produtos de tabaco integra também os respetivos acessórios, as conclusões da respetiva avaliação seriam idênticas¹³, pelo que se conclui que independentemente do mercado da distribuição grossista de produtos de tabaco incluir ou não os respetivos acessórios, não são exetáveis, em resultado da presente operação de concentração, quaisquer problemas de natureza jusconcorrencial de natureza horizontal.

¹³ Com efeito, as quotas de mercado da Adquirente e da Adquirida seriam de [20-30]% e [0-5]%, respetivamente, resultando uma quota de mercado agregada de [20-30]% e um delta de [<100] pontos.

40. No que respeita ao mercado da venda de produtos de tabaco em máquinas de vending, a Notificante estima que a respetiva dimensão de mercado ascenda, em 2015, a €[Confidencial- Estimativas da Notificante] milhões, detendo a Adquirente e a Adquirida quotas de mercado de [10-20]% e [0-5]%, respetivamente.
41. Na tabela *infra* ilustra-se a estrutura da oferta deste mercado, no território nacional.

Tabela 5 – Estrutura de oferta no mercado da venda de produtos de tabaco em máquinas de vending, em território nacional (ano de 2015)

MIDSID	[10-20]%
JCR	[0-5]%
Quota agregada	[10-20]%
Grudisul	[0-5]%
Tabaqueira Bel, Lda.	[0-5]%
Augusto Duarte Reis	[0-5]%
Outros	[70-80]%
Total	100%

Fonte: Notificante.

42. Trata-se igualmente de um mercado pouco concentrado, já que, pós-operação de concentração, o IHH é inferior a 1000, correspondendo o respetivo delta a [<150] pontos, pelo que se conclui ser pouco provável que sejam identificados quaisquer preocupações de concorrência de natureza horizontal.
43. Em termos de efeitos não horizontais decorrentes da operação, recorde-se que foram identificados os mercados relacionados da importação/introdução no consumo de cigarros, cigarrilhas, tabaco de corte fino, nos quais a Logista se encontra presente a montante.
44. Atendendo a que em nenhum dos mercados relacionados identificados a Notificante dispõe de quotas de mercado superiores a 30%¹⁴, nem tampouco no mercado relevante com o qual aqueles se relacionam, entende-se ser dispensável qualquer análise

¹⁴ De acordo com as informações prestadas pela Notificante, as quotas de mercado da Logista na introdução no consumo dos produtos de tabaco são as seguintes: (i) cigarros [10-20]%; (ii) cigarrilhas [10-20]%; e (iii) tabaco de corte fino [20-30]%. 9

adicional dos efeitos verticais da operação, dada a inexistência de poder de mercado significativo em qualquer um dos mercados identificados (relevante e relacionados).¹⁵

2.4. Cláusulas Restritivas Acessórias

45. Nos termos do n.º 5 do artigo 41.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. No âmbito da presente operação de concentração, identificaram-se uma cláusula de não concorrência e duas cláusulas de não solicitação/angariação.
47. Nos termos do Contrato de Cessão de Quotas, os alienantes obrigam-se, [Confidencial_Âmbito Geográfico] e por um período de [Confidencial_<3] anos a contar da data de celebração do contrato, a (a) não [Confidencial_Âmbito Material], e (b) não [Confidencial_Âmbito Material].
48. Por sua vez, em paralelo e nos termos de um Contrato Promessa de Contrato de Trabalho por Tempo Indeterminado, celebrado entre a [Confidencial_Âmbito Subjetivo], encontra-se este último impedido de, por um período de [Confidencial_Âmbito Temporal] posteriores à cessação do referido contrato de trabalho (i) não [Confidencial_Âmbito Material]; (ii) não [Confidencial_Âmbito Material].¹⁶
49. Relativamente às cláusulas de não concorrência e de não angariação identificadas no Contrato de Cessão de Quotas, a AdC entende que os seus âmbitos subjetivo, material, geográfico e temporal permitem a sua justificação enquanto restrições acessórias e diretamente relacionadas com a operação de concentração, pelo que as mesmas encontram-se abrangidas pela decisão de não oposição, nos termos do n.º 5 do artigo 41.º da Lei da Concorrência
50. Entendimento diferente merece a cláusula de não angariação prevista no Contrato Promessa de Trabalho por Tempo Indeterminado. Com efeito – e estritamente para efeitos da Lei da Concorrência – o impedimento de [Confidencial_Âmbito Temporal] pode configurar, na prática, uma *post-termination non-compete clause (mutatis mutandis* plenamente aplicável à presente situação¹⁷), a qual não pode ser considerada diretamente necessária e relacionada com a presente operação, na exata medida em que (já) não se encontra diretamente concatenada com proteção do investimento da Notificante ou da atividade da JCR.
51. Em circunstâncias gerais, a duração normal para que se salvguarde o objetivo de preservação do valor do negócio a transferir e se permita que a adquirida integre o saber-fazer e o *goodwill* transferidos pela nova acionista de controlo ronda os 3 anos (cf. §20 da Comunicação referida).

¹⁵ Cfr. Orientações para a apreciação das concentrações não horizontais nos termos do Regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas, JO UE, C 265, de 18.10.2008: “[é] pouco provável que a Comissão considere que uma concentração não horizontal suscita preocupações em termos de concorrência, quer sejam de natureza coordenada quer não coordenada, se a quota de mercado da nova entidade após a concentração, em cada um dos mercados em causa, for inferior a 30 % e o índice HHI após a concentração for inferior a 2000.”, § 25.

¹⁶ Segundo o mesmo Contrato de Trabalho, [Confidencial_Âmbito Temporal e Subjetivo].

¹⁷ Cfr. Comunicação da Comissão relativa às restrições directamente relacionadas e necessárias às concentrações, §41.

52. Assim, qualquer período que alargue a obrigação de não solicitação/angariação – ainda que **[Confidencial - Âmbito Material]** – dificilmente poderá ser justificável para efeitos de salvaguardar os objetivos indicados no ponto anterior.
53. Em face do exposto, a AdC considera que a referida cláusula de não solicitação/angariação constitui uma restrição diretamente relacionada com a realização da operação de concentração e é a mesma necessária apenas durante um período máximo de três anos após a implementação da presente operação.

3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

54. 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 terceiros interessados e o sentido da decisão, que é de não oposição.

4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

55. Face ao exposto, o Conselho de Administração 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 relevantes e relacionados identificados.

Lisboa, 20 de janeiro de 2017

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

X

Margarida Matos Rosa
Presidente

X

Nuno Rocha de Carvalho
Vogal

X

Maria João Melícias
Vogal

Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL	3
2.1. Mercado do Produto e Geográfico Relevante	3
2.2. Mercados Relacionados	6
2.3. Avaliação jusconcorrencial	7
2.4. Cláusulas Restritivas Acessórias	10
3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	11
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	11

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Volumes de negócio da Adquirente, no ano de 2015, em milhões de euros.....	2
Tabela 2 – Volumes de negócio da Adquirida, no ano de 2015, em milhões de euros.....	3
Tabela 3 – Estrutura de oferta no mercado da distribuição grossista de tabaco, em território nacional (ano de 2015)	7
Tabela 4 – Estrutura de oferta no mercado da distribuição grossista de acessórios de tabaco, em território nacional (ano de 2015).....	8
Tabela 5 – Estrutura de oferta no mercado da venda de produtos de tabaco em máquinas de vending, em território nacional (ano de 2015)	9