



**Ccent. 37/2017
MCFI / Germen**

**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]

26/10/2017

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

Processo Ccent. 37/2017 –MCFI / Germen

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 22 de agosto de 2017, 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 MCFI, SGPS, Lda. (“MCFI”), do controlo exclusivo sobre a Germen – Moagem de Cereais, S.A. (“Germen”), sociedade atualmente controlada, exclusivamente, pela sociedade A Ribatejana, S.A.¹
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 c) 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 diploma².

2. AS PARTES

2.1. Empresa Adquirente

3. A MCFI é uma sociedade gestora de participações sociais que encabeça um grupo de empresas com atividades centradas na moagem de cereal para a produção de farinha, das quais se destacam a Moagem Ceres A. de Figueiredo & Irmão, S.A. (“Ceres”) e a Carneiro Campos & Ca, S.A. (“CC”). A MCFI controla ainda, conjuntamente com a Ribatejana, a Granel – Moagem de Cereais, S.A..
4. Os volumes de negócios realizados pela Adquirente em Portugal, no Espaço Económico Europeu (“EEE”) e a nível mundial, nos anos de 2014 a 2016, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da concorrência, foram os seguintes:

¹ A operação foi notificada como sendo a aquisição pela MCFI e pela sociedade A Ribatejana, S.A., do controlo conjunto sobre a Germen. Pelas razões exposta no ponto 3. *infra*, para onde se remete, a AdC entende que a operação consubstancia a aquisição do controlo exclusivo da Germen pela MCFI.

² Apesar de nenhuma das empresas participantes realizar, *per se*, 100 milhões de euros em Portugal, a soma dos volumes de negócios das duas atinge este limiar. Por outro lado, as referidas empresas realizaram, individualmente, mais do que 5 milhões de euros.

Tabela 1 – Volume de negócios da MCFI, para os anos de 2014-16

<i>Milhões Euros</i>	2014	2015	2016
Portugal	[<100]	[<100]	[<100]
EEE	[<100]	[<100]	[<100]
Mundial	[<100]	[<100]	[<100]

Fonte: Notificante.

2.2. Empresa Adquirida

5. A Germen dedica-se à moagem de cereais para produção de farinhas, nomeadamente, farinha de trigo, farinha de arroz, farinha de centeio, farinhas especiais e farinhas sem glúten. A Germen dedica-se ainda à comercialização de farinhas de milho, de açúcar e sal, a título acessório e instrumental da sua atividade principal. A Germen detém ainda o controlo conjunto da Granel, empresa comum entre esta e a MCFI. Detém ainda 50% do capital social da Gergran, sociedade dedicada à comercialização de produtos de padaria, *viennoiserie*, salgados e pastelaria ultracongelados. A Gergran é controlada conjuntamente pela Ribatejana, através da Germen e por uma empresa do Grupo francês Vivescia, titular da marca Délifrance.
6. Os volumes de negócios realizados pela Adquirida em Portugal, no EEE e a nível mundial, nos anos de 2014 a 2016, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da concorrência, foram os seguintes:

Tabela 2 – Volume de negócios da Germen, para os anos de 2014-16

<i>Milhões Euros</i>	2014	2015	2016
Portugal	[<100]	[<100]	[<100]
EEE	[<100]	[<100]	[<100]
Mundial	[<100]	[<100]	[<100]

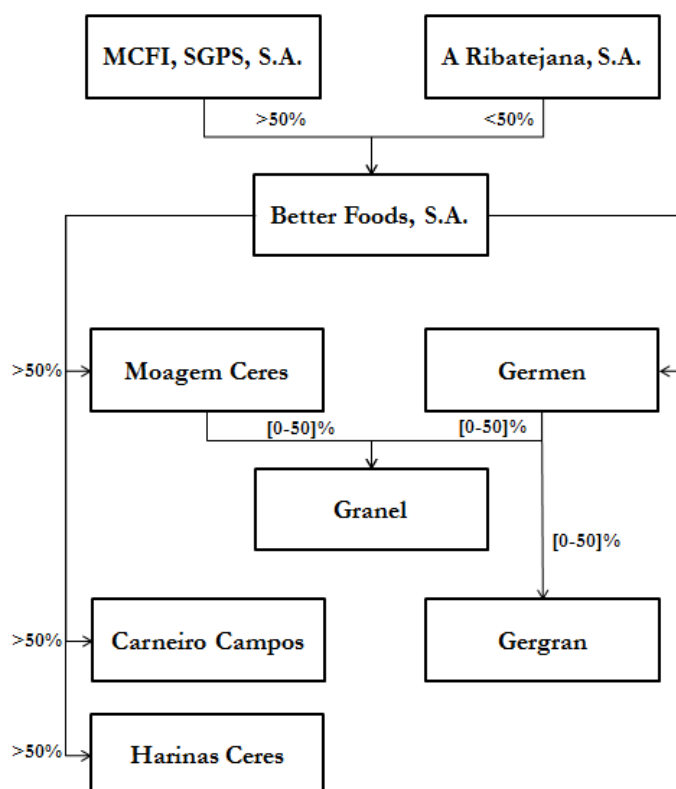
Fonte: Notificante.

3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

7. A presente operação de concentração surge no contexto de uma transação entre as sociedades MCFI e A Ribatejana S.A. cujo objetivo final é a agregação das participações sociais atualmente detidas por cada uma delas numa única sociedade – a Better Foods – que será detida exclusivamente pela MCFI.
8. Para este efeito, a MCFI e a Ribatejana celebraram no dia [CONFIDENCIAL – teor de disposições contratuais] um contrato promessa de transmissão de participações sociais, nos termos do qual [CONFIDENCIAL – Teor disposições contratuais]. A sociedade-veículo Better Foods passará a deter todas as Participações Sociais, funcionando como holding do novo grupo.

9. O capital social da Better Foods, após o referido aumento de capital, será detido em [<50]% pela Ribatejana e em [>50]% pela MCFI, a qual deterá o controlo exclusivo do novo grupo societário³.
10. Por conseguinte, com a concretização desta operação, a MCFI irá adquirir o controlo exclusivo sobre a Germen e da sua subsidiária Granel (na qual atualmente já detém o controlo conjunto), por intermédio da Better Foods.
11. O Gráfico que se segue ilustra a presente operação de concentração:

Figura 1 – Esquema da estrutura controlo pós-concentração



Fonte: Notificante.

12. Esta operação poderá não se realizar imediatamente uma vez que está previsto que a celebração do contrato prometido ocorra até [CONFIDENCIAL – Teor disposições contratuais] anos a contar da data de celebração do Contrato Promessa. Não obstante, a MCFI pode determinar a execução do contrato-promessa a qualquer momento, desde que esteja verificado um conjunto de condições suspensivas previstas na Cláusula

³ Foi também celebrado no dia [CONFIDENCIAL – teor de disposições contratuais] um Acordo Parassocial (cuja vigência [CONFIDENCIAL – teor de disposições contratuais]) onde não se previu quaisquer direitos de veto que pudessem determinar uma influência determinante por parte da Ribatejana, ficando assim o controlo exclusivo da Better Foods nas mãos da sua sócia maioritária, a MCFI.

Quarta, n.º 1 (de entre as quais a decisão de não-oposição da Autoridade da Concorrência⁴) e, ainda, caso a MCFI verifique [CONFIDENCIAL – Teor disposições contratuais].

13. Para além desse direito conferido (unicamente) à MCFI, a celebração do contrato prometido torna-se exigível por qualquer uma das partes, [CONFIDENCIAL – Teor disposições contratuais], e que (ii) a Autoridade da Concorrência tenha autorizado a operação.
14. Resulta do que antecede que a concentração correspondente à aquisição de controlo exclusivo pela MCFI pode realizar-se a qualquer momento, desde a verificação das condições suspensivas referidas acima, até um prazo máximo [CONFIDENCIAL – Teor disposições contratuais].
15. Enquanto tal não suceder, isto é, no período que medeia entre a adoção pela AdC de uma decisão de não-oposição à transação ora notificada e a celebração do contrato prometido, a Ribatejana (atualmente acionista única da Germen) e a MCFI acordaram que a Germen fosse controlada conjuntamente por estas duas empresas, [CONFIDENCIAL – teor de disposições contratuais].
16. Resulta do que antecede que imediatamente após a decisão da AdC, a Germen passará, segundo a Notificante, a ser controlada conjuntamente pela MCFI e pela Ribatejana.
17. Mais refere que não é possível antecipar qual será a duração desse controlo conjunto, mas faz notar que está na disponibilidade exclusiva da MCFI (verificadas as condicionantes acima referidas) transformá-lo, quando queira, num controlo exclusivo sobre o grupo Germen e por consequência sobre a Granel. No entanto, alerta também que o *status quo* transitório até à celebração do contrato prometido poderá manter-se por, pelo menos, [CONFIDENCIAL – Teor disposições contratuais], caso em que entende que o controlo conjunto já poderia ser considerado duradouro.
18. Tendo em conta o que antecede, a Notificante e a Ribatejana notificaram a presente operação como sendo a aquisição do controlo conjunto da Germen, tendo contudo referido que, não obstante tenham notificado a operação nestes moldes, “(...) *admitam como possível que a mesma fosse desde já qualificada como uma aquisição de controlo exclusivo da MCFI sobre a Germen e a Granel (tendo em conta o fim último da transação e a possibilidade de concretização imediata do mesmo), deixando ao critério da AdC a convalidação e apreciação da presente notificação como se de uma aquisição de controlo exclusivo se tratasse*”.
19. A AdC entende efetivamente que a análise da realidade económica e dos elementos contratuais subjacentes à transação indicam que a operação sob análise corresponde à aquisição do controlo exclusivo da Germen pela MCFI, apesar de se ter estabelecido no contrato promessa um controlo conjunto, que convolará em controlo exclusivo aquando da celebração do contrato prometido, em data ainda não definida.
20. O direito, conferido unilateralmente à MCFI e que lhe permite a celebração do contrato prometido a qualquer momento (obtendo assim o controlo exclusivo sobre a Germen), leva a AdC a considerar que existe *ab initio* um controlo exclusivo de facto.

⁴ As condições suspensivas previstas no contrato são as seguintes:

[CONFIDENCIAL – Teor disposições contratuais]

21. Com efeito, se por hipótese numa qualquer decisão relativa à Germen os administradores da Ribatejana quisessem decidir contra a vontade da MCFI, esta poderia exercer o seu direito e executar o contrato prometido, passando a deter o controlo exclusivo e o conseqüente poder de decidir de acordo com a sua pretensão⁵.
22. Relembre-se que para que exista controlo basta a que se alcance a simples possibilidade de exercer o controlo, não se requer o seu exercício efetivo⁶.
23. Pelas razões expostas, conclui a AdC que a operação *sub judice* consiste na aquisição do controlo exclusivo da Germen pela MCFI, possibilidade que também foi avançada pela Notificante quando definiu a natureza da presente operação de concentração.

4. MERCADOS RELEVANTES

4.1. Mercados do Produto Relevantes

4.1.1. Posição da Notificante

24. A Notificante começa por salientar que a adquirida se dedica, a título de atividade principal, à moagem de cereais para a produção de farinhas, produzindo farinhas de trigo, arroz, centeio e farinhas especiais (misturas)⁷. Adicionalmente, e como subproduto da produção de farinhas de trigo, a empresa produz sêmea de trigo.
25. A farinha é utilizada nas indústrias de pastelaria e panificação, bem como para usos domésticos. Já a sêmea de trigo é essencialmente um subproduto utilizado na produção de rações animais.

⁵ A Comissão, no processo IV/M.397 - Ford / Hertz, também chegou a idêntica conclusão num caso com paralelo com o presente, onde se estabelecia contratualmente o poder de a Ford obter o controlo exclusivo a qualquer momento, quando o entendesse fazer: "(...) 6. However, in addition to these rights (mentioned in paragraph 5) Ford was also granted by the 1989 Stockholders' Agreement between Ford and all other shareholders in Hertz the power to convert, at its sole discretion and at any time, part of its Class C shares into Class B shares, and by this operation to increase its representation on Hertz's Board to an absolute majority with the addition of two other directors. Ford's conversion rights could be exercised in a matter of hours and did not require any further cash disbursement.

8. For instance, should the Hertz's other stockholders decide to support a Board decision against Ford's will, in a matter of days or even hours Ford would have the possibility of converting a minimum of 200 Class C shares into 200 Class B shares, so becoming entitled, according to the Stockholders' Agreement, to appoint two additional directors and thus take control of the Board. The new Board, controlled by Ford, would then be able to vote again on the contested matters and take a new decision in accordance with Ford's proposals. 9. Ford's unconditional right to obtain a majority on the Hertz Board at any time can therefore be viewed as conferring upon them "de facto" sole control of Hertz. Indeed, since the acquisition of Ford's interest in Hertz, the decisions of the Board have been consistently taken by unanimity and Ford, therefore, has not needed to exercise that contractual right, as its proposals related to the business conduct of Hertz have always been put into effect by Hertz."

⁶ Neste sentido *vide* Carolina Cunha, "Lei da Concorrência, Comentário Conimbricense", p. 405.

⁷ A moagem de cereais consiste num processo de separação dos diferentes componentes do cereal: a casca/farelo, o endosperma e o gérmen. As diferentes partes do cereal moído poderão ser ou não posteriormente adicionadas no processo de moagem, consoante o tipo de farinha (mais ou menos fina) que se pretende produzir.

26. A título acessório, a adquirida dedica-se à comercialização de sal, açúcar e farinha de milho.
27. No que diz respeito à produção de farinhas, a Notificante considera que se trata de uma atividade passível de ser segmentada em função da matéria-prima (isto é, do cereal) utilizada, uma vez que, do ponto de vista da procura não existe substituíbilidade entre, por exemplo, farinha de trigo e farinha de centeio.
28. Tal deve-se ao facto de cada tipo de farinha ser adequada para o fabrico de diferentes tipos de pão (por exemplo, farinha de trigo para pão branco e farinha de centeio — ou uma mistura de farinha de centeio e farinha de trigo — para a produção de pão escuro)⁸.
29. Assim, segundo a Notificante, justificar-se-á, numa primeira fase, uma segmentação entre os diferentes tipos de farinhas (em função do cereal utilizado), não obstante, como se verá *infra*, os clientes da indústria moageira adquirem frequentemente uma gama de farinhas distintas.

Farinhas de trigo

30. As farinhas de trigo para panificação resultam da moagem de grãos de trigo, sendo destinadas à indústria da panificação e pastelaria.⁹
31. De acordo com a Notificante, apesar de cada um dos tipos de farinha ser mais frequentemente utilizado para confeção ou fabrico de determinados produtos, verifica-se um grau elevado de substituíbilidade entre eles.
32. Por seu turno, do lado da oferta, a produção dos diferentes tipos de farinha é feita recorrendo aos mesmos equipamentos e métodos de produção.
33. Assim, entende a Notificante não ser necessário segmentar-se o mercado em função do tipo de farinha de trigo em causa.
34. Já quanto à tipologia dos clientes, a Notificante considera que são identificáveis 3 segmentos distintos no mercado nacional:
 - (i) O segmento tradicional, composto por padarias e pastelarias com fabrico próprio;
 - (ii) O segmento industrial, composto por empresas ativas no fabrico industrial de produtos alimentares em larga escala tais como pão, biscoitos, bolos, pastelaria diversa, *pizzas*, *papas* e massas. Incluem-se neste segmento alguns clientes de

⁸ Para além de outras características. Por exemplo, a farinha de centeio confere ao pão um sabor mais amargo. Outro exemplo tem a ver com a elasticidade das massas confeccionadas com farinhas de milho (contendo glúten) face às farinhas isentas de glúten, como a farinha de arroz.

⁹ São geralmente identificadas pela letra “T”, seguida de um número, o qual se reporta ao grau de refinação do cereal e aos componentes do grão utilizados no processo de fabrico, sendo que, quanto menor o número, maior o grau de refinação e menor a quantidade de componentes e nutrientes. As farinhas brancas mais refinadas, T45 e T55 (mais comum), são constituídas apenas pelo endosperma e mais pobres em nutrientes, sendo geralmente utilizadas para a confeção de bolos e pastelaria doce e salgada. A farinha T65 é a mais utilizada na panificação, quer seja “caseira” ou industrial, para a confeção de pão branco, podendo igualmente ser utilizada para bolos e pastelaria. As farinhas semi-integrais (T80) e integrais (T110 e T150) incluem já outras partes do grão além do endosperma (partes de germen e de casca/farelo) e são mais ricas em nutrientes e fibra. Estas farinhas são muito utilizadas para panificação e para a confeção de bolachas e biscoitos.

padaria tradicional de larga escala, tais como os hipermercados, que têm produção própria de pão nas suas lojas; e

- (iii) O segmento de usos culinários, compreendendo a farinha destinada à grande distribuição alimentar, quer sob marcas do fornecedor (MDF), quer sob marca do distribuidor (MDD).
35. De acordo com a Notificante, o segmento tradicional representa mais de 50% do total das vendas, quer em termos de quantidades, quer em termos de valor. O fornecimento é normalmente efetuado através de sacas de 25Kg ou 5Kg. A negociação é feita continuamente, ao longo do ano, a cada encomenda efetuada, fruto dos esforços das equipas comerciais das moageiras, que regularmente visitam estes clientes.
36. O cliente tradicional pode trabalhar, simultaneamente com vários fornecedores ou ir alternando de fornecedores ao longo do ano, fruto dos esforços comerciais referidos anteriormente.
37. Ainda a propósito deste segmento de clientes, a Notificante refere que, ao longo dos últimos anos, este segmento tem sido alvo de um “movimento não despiendo de substituição de uma atividade de produção própria” (em que adquirem farinha e produzem os produtos de panificação e pastelaria) “por uma mera atividade de *finishing* (cozedura final) de pão pré-cozido, adquirido junto de terceiros — por exemplo industriais de panificação — e ainda em virtude da elevada concorrência colocada pelas padarias das cadeias de grande distribuição alimentar”.
38. No que diz respeito ao segmento industrial, o que está em causa é o fornecimento de matéria-prima a grandes clientes com produção industrial e/ou de larga escala para o fabrico de diversos produtos alimentares. Estes clientes abastecem-se de grandes volumes (normalmente a granel — camiões-cisterna — ou em paletes completas), embora normalmente junto de um menor número de fornecedores, incluindo fornecedores espanhóis. Este tipo de clientes coloca normalmente exigências ao nível da qualidade, higiene e segurança, tendendo a negociação a ser anual ou semestral.
39. No segmento “usos culinários”, a Notificante refere que a procura é composta pela grande distribuição alimentar, que comercializa os diversos tipos de farinha de trigo em embalagens de menor dimensão (normalmente 1Kg)¹⁰ e abrange a farinha vendida sob marca do produtor e sob marca do distribuidor.
40. No caso específico da farinha vendida sob marca do distribuidor (doravante “farinha MDD”), os clientes — as grandes cadeias alimentares — apresentam, segundo a Notificante, “um elevado nível de conhecimento dos preços do mercado, quer por consulta a fornecedores potenciais, quer acompanhando as cotações do trigo nos mercados internacionais”, acrescentado ainda que se trata de cliente com elevado contrapoder negocial.

Sêmea de trigo

41. De acordo com a Notificante, a sêmea de trigo é um subproduto da moagem de trigo, i.e. corresponde aos restos de grão de trigo que não são transformados em farinha (cerca de 20% do peso do cereal moído ou “moenda”) e é constituído, principalmente, por fragmentos das camadas exteriores e resíduos da limpeza do trigo.

¹⁰ Que exigem a existência de linhas de embalagem adequadas.

42. As sêmeas são um produto apto para consumo animal e constituem um *input* relevante na produção de rações, sendo vendidas pela indústria moageira à indústria das rações.
43. A Notificante considera que a produção e comercialização de sêmea de trigo corresponde a um mercado relevante autónomo, atendendo a que a sua utilização final e procura são distintas das demais farinhas.

Farinha de Arroz

44. A farinha de arroz é produzida a partir de arroz partido (isto é, em estado inapto para ser comercializado como arroz), através de um processo de moagem do grão, sendo utilizada pela indústria alimentar como auxiliar de panificação (exemplos: base para tender massas, cobertura de pão tigre), assim como para o fabrico de outros produtos alimentares: comida para bebé (papas) e outros produtos sem glúten.
45. De acordo com a Notificante, apenas a Germen está ativa na produção deste tipo de farinha. Já o Grupo Ceres e a Granel, não têm qualquer atividade de produção desta farinha, embora a revendam, em função das necessidades dos seus clientes, fundamentalmente, numa lógica de complemento do *portfolio* de produtos vendidos com a farinha de trigo.

Farinhas de Centeio

46. A farinha de centeio é produzida através do processo de moagem do grão de centeio e é utilizada essencialmente pela panificação tradicional e pela indústria de panificação, para a produção de pão de centeio ou outro tipo de pão “escuro”.
47. De acordo com a Notificante, e à semelhança do que sucede nas farinhas de arroz, apenas a Germen está ativa na produção deste tipo de farinha. Já o Grupo Ceres e a Granel, não têm qualquer atividade de produção desta farinha, embora a revendam em função das necessidades dos seus clientes, fundamentalmente, numa lógica de complemento do *portfolio* de produtos vendidos com a farinha de trigo.

Farinhas especiais e melhorantes de panificação

48. Segundo a Notificante, a expressão “farinhas especiais” é utilizada para designar produtos que contém misturas de farinhas diferentes (*Mix*) ou de farinhas e substâncias melhorantes (auxiliares da performance do processo de panificação, em função do tipo de massa, do seu volume, processo de fabrico e do nível de hidratação), desenvolvidas com o propósito de produzir um produto com fins específicos, por exemplo, *mixes* para pão rústico, pão regional, pão de forma, pão de brioche, pão de sementes, pão de hamburger, *mixes* para massa de pizza e para certo tipo de bolos, etc.
49. Trata-se de produtos de maior valor acrescentado (face às farinhas tradicionais), que permitem uma maior grau de diferenciação da oferta de cada produtor e que resultam, frequentemente, de desenvolvimentos de produto efetuados por cada fabricante. Tal como o Grupo Ceres e a Germen, a generalidade dos principais moageiros nacionais desenvolve e/ou comercializa este tipo de produtos, existindo igualmente, no mercado nacional, empresas do sector alimentar especializadas no desenvolvimento e comercialização de misturas e melhorantes para panificação (conjugando, em regra, com soluções para pastelaria e doçaria).

Farinhas de milho

50. O grão de milho pode ser alvo de transformação industrial para a obtenção de farinha de milho (milho panificável) ou outro tipo de produto (“milho industrial”). O milho panificável é utilizado na indústria da panificação, ao passo que o milho industrial é utilizado como *input* na produção de cerveja e na produção de cereais de pequeno-almoço, entre outros.
51. De acordo com a Notificante, a farinha de milho e o milho industrial são produzidos nos mesmos equipamentos, mas de acordo com processos e seguindo circuitos produtivos distintos. O produto final é, do ponto de vista das suas características, muito diferente e apto a utilizações diversas.
52. A Germen não se dedica à transformação de milho, não produzindo, portanto, este tipo de farinha. No entanto, como complemento do *portfolio* de produtos que oferece aos seus clientes, quer a Germen, quer a Granel comercializam farinha de milho.
53. O Grupo Ceres, por sua vez, dispõe de uma linha de moagem de milho, dedicando-se à produção de farinha de milho e de milho industrial, por intermédio da Carneiro Campos, sua participada integral.
54. A Notificante, tendo em conta a sobreposição existente entre o Grupo Germen (como comercializador) e o Grupo Ceres (como produtor) ao nível da farinha de milho (ou milho panificável), considera a análise deste como mercado relevante.¹¹

Sal e Açúcar

55. De acordo com a Notificante, a revenda de sal e de açúcar pelas empresas de moagem surge numa ótica de complementaridade de produtos e nível de serviço prestados aos seus clientes, tendo em conta que o sal é uma das matérias-primas essenciais na produção de pão e que o açúcar é igualmente um produto procurado por estes clientes¹².
56. No caso específico do açúcar, a comercialização deste produto é ainda pontualmente potenciada por certas oportunidades conjunturais de negócio resultantes da maior competitividade dos preços de aprovisionamento das empresas participantes, face a flutuações do preço no mercado do açúcar.

Produtos de panificação e pastelaria

57. O Grupo Germen dedica-se à comercialização de produtos ultracongelados de padaria, *viennoiserie*, salgados e pastelaria, através da sociedade Gergran, sociedade controlada conjuntamente pela Germen e um terceiro - a Vivescia, sociedade de direito francês, que detém, entre outras, a marca “Délifrance”, distribuindo em exclusivo os seus produtos em Portugal, entre outros. A Gergran não exerce qualquer atividade de produção.
58. O grupo Ceres, por seu turno, não desenvolve qualquer atividade neste sector.

¹¹ A Notificante não considera que o mercado do milho industrial seja quer um mercado relevante quer um mercado relacionado, já que o mesmo não é produzido nem comercializado pela Germen nem tem qualquer relação vertical ou conglomeral com qualquer dos mercados aqui considerados relevantes.

¹² A disponibilização deste tipo de produto é assegurada pelas moageiras numa lógica de prestação do (melhor) serviço possível junto dos seus clientes, oferta que é potenciada – no caso do sal - pelo baixo valor intrínseco deste produto e pelos volumes relativamente reduzidos consumidos.

59. Tanto a Comissão como a AdC tiveram já oportunidade de analisar o sector da padaria e pastelaria industrial, embora, essencialmente, da perspetiva da produção¹³.
60. Os produtos comercializados pela Gergran enquadram-se no segmento dos produtos pré-cozinhados. Como explicado *supra*, a Gergran não distribui produtos para consumo imediato (como pão fresco ou pão embalado), mas produtos congelados/pré-cozinhados de padaria e pastelaria, que deverão ser finalizados pelos respetivos clientes.
61. No caso em apreço, a Notificante considera que não se afigura necessário ponderar eventuais segmentações adicionais uma vez que o grupo Ceres não desenvolve atividades neste mercado, verificando-se por isso uma ausência de sobreposição horizontal quanto a este tipo de atividade.

4.1.2. Posição da AdC

62. A AdC concorda com uma primeira segmentação dos mercados relevantes em função do cereal de base para o fabrico de farinha, dada a não-substituibilidade, do lado da procura entre as mesmas, pese embora diversos operadores ativos na sua produção ofereçam, aos seus clientes, um *portfolio* de produtos que inclui farinhas de trigo, centeio, arroz, milho e outras.
63. Assim, numa primeira interação, e dada as atividades da adquirida, são identificáveis os mercados da farinha de trigo, farinha de centeio, farinha de arroz, farinha de milho e farinhas especiais.
64. Em termos relativos, e como melhor se verá *infra*, a farinha de trigo representa mais de 95% da tonelagem total (estimada pela Notificante) de farinhas não misturadas no conjunto dos diversos mercados relevantes identificados.
65. A AdC também concorda com a identificação do mercado da sêmea de trigo como um mercado relevante autónomo, na medida em que, embora se trate um subproduto da produção de farinha, destina-se a fins diversos do da farinha (essencialmente alimentação animal) e, conseqüentemente, dirige-se a uma procura fundamentalmente distinta.
66. No que diz respeito aos produtos de panificação e pastelaria, a AdC considera que, atentas as diminutas quotas de mercado e a ausência de sobreposição entre as partes, não é necessário proceder-se a uma segmentação mais fina dos mercados, conforme o precedente decisório da União Europeia citado.
67. Em relação, especificamente, à farinha de trigo, a AdC considera que o mesmo não deve ser segmentado em função da tipologia, dada a substituibilidade, quer do lado da procura, quer do lado da oferta, corroborada, ao longo da instrução, pelas diversas entrevistas efetuadas a diversos intervenientes no mercado.

¹³ No processo M.6891 – Agrofert/Lieken, a Comissão entendeu, na sequência da sua prática decisória anterior, que o mercado da padaria e pastelaria industrial deveria segmentar-se por tipo de produto, tendo em conta os preços e custos de produção associados a cada segmento. Considerou para o efeito os seguintes segmentos: (i) pão fresco; (ii) pão embalado, (iii) substitutos do pão, (iv) bolos; (v) produtos de pequeno-almoço; (vi) bolachas e (vii) produtos pré-cozinhados.

68. A AdC também concorda com a Notificante de que existem segmentos de clientes significativamente distintos no que diz respeito à farinha de trigo. Cada segmento de clientes apresenta características distintas na sua forma de organização, negociação e relacionamento comercial e contratual com as moageiras.
69. A segmentação de mercados em função da tipologia de clientes é prática comum, quer da Comissão Europeia, quer da própria AdC.
70. As diferenças identificadas são suficientes para que cada um dos segmentos identificados seja, à partida, autonomizado enquanto mercado relevante distinto, mesmo que por mera cautela, uma vez que o resultado da avaliação jusconcorrencial não se altera em função dessa autonomização.
71. Em face do exposto, e sem prejuízo de que, no futuro, se possam vir a adotar definições de mercado diversas das presentes, a AdC considera, para efeitos da presente operação de concentração, que os mercados relevantes de produto são: (i) o mercado da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes industriais; (ii) o mercado da produção e venda grossista de farinhas de trigo para tradicionais; (iii) o mercado da produção e venda grossista de farinhas de trigo para usos culinários, sob marca do distribuidor (MDD); (iv) o mercado da produção e venda grossista de sêmea de trigo; (v) o mercado da produção e venda grossista de farinhas de arroz; (vi) o mercado da produção e venda grossista de farinhas de centeio; (vii) o mercado da produção e venda grossista de farinhas de milho; (viii) o mercado da produção e venda grossista de farinhas especiais e melhorantes de panificação; (ix) o mercado da comercialização grossista de sal; (x) o mercado da comercialização grossista de açúcar; e (xi) o mercado dos produtos pré-cozinhados de panificação e pastelaria.

4.2. Mercados Geográficos

72. Em termos genéricos, a Notificante entende que os mercados relevantes de produto propostos têm um âmbito nacional, pese embora, por um lado, existam pequenas moagens que possam ter relevância a nível local e, por outro, os grandes clientes industriais possam abastecer-se junto de fornecedores espanhóis.
73. Igualmente, a presença de armazenistas/distribuidores que atuam como revendedores de produtores nacionais e espanhóis, mitiga o impacto dos custos de transporte no fornecimento aos clientes tradicionais.
74. Todos estes fatores contribuem, segundo a Notificante, para que as condições de concorrência tendam a ser tendencialmente homogêneas no território nacional.
75. A AdC reconhece os fatores elencados pela Notificante. Acrescenta ainda que, embora os fornecedores espanhóis estejam presente no mercado, e possam conseqüentemente constituir um fator de pressão concorrencial não despidendo, tal não significa que o mercado tenha um âmbito superior ao nacional.
76. Aliás, resultou da instrução que, mesmo para os clientes com maior facilidade de acesso a fornecedores fora do espaço nacional, existe uma preferência clara por produtores nacionais, quer para efeitos de comunicação e marketing, quer ainda porque determinados produtores consideram existirem diferenças de qualidade (ou, pelo menos, de características) entre as farinhas produzidas em Espanha das farinhas produzidas em Portugal.

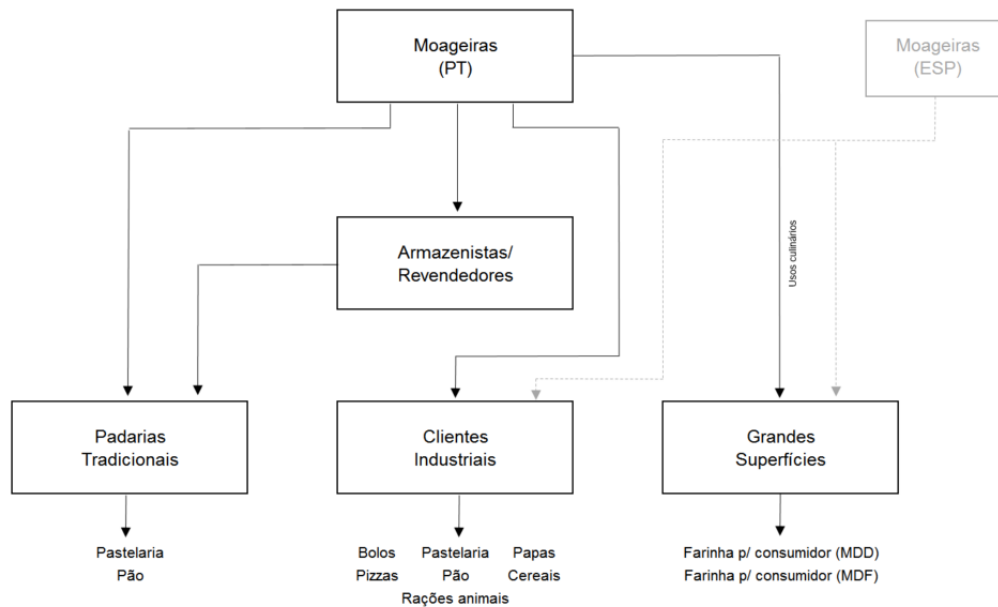
4.3. Conclusão quanto aos mercados relevantes

77. Dado todo o exposto, a AdC considera como relevantes, para efeitos da presente operação de concentração, os seguintes mercados relevantes:
- (i) O mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes industriais;
 - (ii) O mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes tradicionais;
 - (iii) O mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para usos culinários sob marca do distribuidor (MDD);
 - (iv) O mercado nacional da produção e venda grossista da sêmea de trigo;
 - (v) O mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de arroz;
 - (vi) O mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de centeio;
 - (vii) O mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de milho;
 - (viii) O mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas especiais e melhorantes de panificação;
 - (ix) O mercado nacional da comercialização grossista de sal;
 - (x) O mercado nacional da comercialização grossista de açúcar; e
 - (xi) O mercado nacional dos produtos pré-cozinhados de panificação e pastelaria.

5. AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

78. A cadeia de valor da indústria moageira integra diversos operadores, desde a produção/transformação do cereal em farinhas até à venda aos clientes finais, sejam eles a indústria alimentar (produção de pão, pastelaria, pizzas, papas, entre outros), ou os consumidores.
79. A figura seguinte apresenta um esquema simplificado da cadeia de valor

Figura 2 – Esquema simplificado da cadeia de valor da atividade moageira



Fonte: AdC.

80. Os principais agentes são as empresas moageiras, que produzem as farinhas; as padarias/pastelarias tradicionais, que utilizam as farinhas para produção de pão e produtos de pastelaria; os clientes industriais, que adquirem farinha em grandes quantidades para incorporação nos diversos produtos alimentares (incluindo pão); os retalhistas alimentares, que vendem a farinha para consumo doméstico¹⁴ e; um conjunto de intermediários (armazenistas/revendedores) que adquirem a farinha junto das moageiras (nacionais e/ou espanholas) e que a revendem, quer para as padarias/pastelarias tradicionais, quer para clientes industriais. Estes intermediários podem, por vezes, ensacar a farinha adquirida e comercializá-la sob a sua própria marca.

5.1. Barreiras à entrada e à expansão na atividade de moagem

81. De acordo com a Notificante, não existem barreiras à entrada significativas em qualquer um dos mercados relevantes identificados.
82. No entanto, na atividade moageira estão em causa custos afundados significativos (*sunk costs*), decorrentes da especificidade das infraestruturas de armazenagem e produção.
83. Os custos afundados podem constituir uma barreira à entrada nos mercados na medida em que os ativos investidos não têm utilização alternativa e, portanto, não existe capacidade de recuperação dos investimentos associados, aumentando assim o risco de qualquer investimento inicial de entrada.
84. Outra barreira à entrada identificada no decurso da investigação em alguns dos mercados relevantes está relacionada com a necessidade de certificação de qualidade

¹⁴ Importa referir que os retalhistas alimentares, na medida em que também têm atividade de panificação própria, são também clientes de tipo industrial.

e segurança alimentar exigida pelos clientes de acordo com *standards* internacionalmente reconhecidos (por exemplo a certificação da International Featured Standards (IFS), da BRC Global Standards (BRC) ou da FSSC22000)¹⁵.

85. Igualmente, o excesso de capacidade instalada na indústria pode constituir uma barreira à entrada significativa, na medida em que a mesma assinala que as empresas presentes no mercado têm capacidade para responder rapidamente a qualquer entrada no mercado.
86. A capacidade disponível no total da indústria representa, com base nos valores de 2016, mais de 30% do total das farinhas comercializadas nos diversos mercados (dos quais as farinhas de trigo representam mais de 95%) e mais de 40% se se considerar apenas a farinha produzida no território nacional (isto é, sem considerar os montantes importados)¹⁶.
87. Já as redes de distribuição poderão, em certa medida, constituir barreiras à entrada, na medida em que podem constituir um custo significativo. No entanto, a existência de revendedores/armazenistas, por um lado, e a possibilidade de contratação externa dos serviços logísticos mitigam, em parte, o papel deste tipo de barreira à entrada. Neste âmbito refira-se que as partes envolvidas recorrem a armazenistas, por um lado e, por outro, existem no mercado moageiras que não possuem uma infraestrutura de armazenagem e transporte significativa, contratando esse serviço a terceiros.¹⁷
88. Importa ainda referir que as relações contratuais são distintas de acordo com os mercados relevantes em causa. Assim, para os clientes industriais e para os usos culinários sob marca do distribuidor, as relações contratuais tendem a ser semestrais ou anuais. Estes clientes normalmente organizam “concursos” de apuramento de fornecedores, quer para efeitos da sua atividade de panificação em larga escala, quer para efeitos de fornecimento de farinha para uso doméstico sob MDD.
89. Não raras vezes, estes contratos são renováveis, ou mesmo informalmente extensíveis (sobretudo quando o concurso posterior implica um aumento dos preços face ao contrato que está a terminar), o que pode dificultar a entrada de uma nova empresa.
90. Já no que se refere aos clientes tradicionais — padarias e pastelarias — a relação contratual é mais imediata, feita encomenda a encomenda, fruto do esforço comercial das forças de vendas dos diversos produtores de farinhas e/ou revendedores. Neste caso (que representa mais de 65% do total de farinhas de trigo) a entrada é potencialmente mais fácil e imediata
91. Em suma, pode considerar-se que se trata de uma indústria que apresenta, em termos gerais, barreiras à entrada não-despiciendas, consubstanciadas pela presença de custos afundados significativos, excesso de capacidade instalada e, em pelo menos alguns dos mercados, relações contratuais estáveis, de renovação automática, embora com características de *bidding market*.
92. Importa neste âmbito referir que a evolução da indústria tem sido no sentido da diminuição significativa do número de empresas no mercado ao longo dos últimos anos, sem que a mesma tenha mostrado grande dinamismo. No entanto, há a registar, em

¹⁵ Cfr. entrevistas da LIDL, de 11 de outubro de 2017 e da Pitorro de 27 de setembro de 2017.

¹⁶ Cálculos efetuados com base na informação da Notificante e das entrevistas realizadas com a Pitorro (ref.^a E-AdC/2017/5297), e MCS (ref.^a E-AdC/2017/5296).

¹⁷ Cfr. Notificação e entrevistas com moageiros, já referidas.

2015 a entrada da MCS – Moagem de Cereais de Setúbal e, mais recentemente, de uma moageira na região de Leiria, fruto da expansão de um revendedor para a atividade de moagem. Adicionalmente, tem havido um incremento das importações provenientes de Espanha.

93. Foram igualmente identificados alguns investimentos recentes em linhas de produção de produtos de maior valor acrescentado (*mixes* de farinhas) e, também, no alargamento do âmbito geográfico de atuação de alguns operadores para todo o país¹⁸.
94. Já no que diz respeito a barreiras à expansão de operadores já presentes no mercado, as mesmas não parecem, de facto, ser significativas. Feitos os investimentos nas infraestruturas produtivas, a produção tem uma estrutura de custos essencialmente variável, em que a matéria-prima (cereais), a eletricidade e os salários representam cerca de 70% do custo de produção.

5.2. Efeitos Unilaterais

5.2.1. Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes industriais

95. De acordo com a Notificante, este mercado ascendeu, em 2016, a cerca de [<200] milhares de toneladas, evidenciando um crescimento bastante significativo face a 2014 (cerca de 16%).
96. A procura neste mercado é composta por entidades ativas no fabrico industrial de diversos produtos alimentares¹⁹ em larga escala e que se abastecem de grandes volumes (normalmente em camiões-cisterna ou paletes completas). Inclui ainda a atividade de panificação das grandes cadeias retalhistas, seja ela centralizada, seja efetuada em loja²⁰.
97. A estrutura da oferta neste mercado é a que se apresenta na tabela seguinte.

Tabela 3 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes industriais

	2014	2015	2016
Grupo Ceres	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
Germen	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Ceres + Germen	[20-30]%	[30-40]%	[30-40]%
Cerealis	[40-50]%	[40-50]%	40-50]%
Moagem Sesimbra	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Firmos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

¹⁸ Cfr. entrevistas moageiros.

¹⁹ Como, por exemplo, pão, biscoitos, massas, *pizzas*, bolachas, tostas, entre outros.

²⁰ A atividade de panificação das grandes cadeias retalhistas pode ser feita em loja ou, ainda, numa padaria centralizada para posterior distribuição às lojas de menor dimensão. Cfr. atas das entrevistas com o Pingo Doce (ref. E-AdC/2017/5342) e com a Auchan (ref. AdC/2017/5459)

Abranches e Filhos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Pitorro	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Trigo Jasmin	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Mopafil	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
MCS	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Outros	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Importações	10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: A produção da Granel (detida em partes iguais pelas partes) é atribuída, na totalidade, ao Grupo Ceres. Quotas de mercado em volume.

Fonte: Notificante.

98. Conforme se verifica na tabela anterior, a Cerealis é a empresa que detém a maior quota de mercado, seguida do Grupo Ceres (a Adquirente). Importa referir que, para efeitos de estrutura da oferta, a quota de mercado da Granel é integralmente contabilizada no Grupo Ceres. Caso assim não fosse, o Grupo Ceres continuaria a ser a segunda maior empresa (com [10-20]%), seguida da Granel (com [5-10]%) e da Germen.
99. A oferta caracteriza-se, ainda, pela existência de um conjunto de empresas cuja quota, individualmente considerada, não ultrapassa o [0-5]%. Por seu turno, as importações atingem um valor significativo, embora estável, à volta dos [10-20]%
100. Em resultado da operação de concentração, a única alteração à estrutura consubstancia-se no reforço da posição do Grupo Ceres como o segundo maior operador do mercado, mantendo-se a Cerealis como principal *player*.
101. A preponderância das 3 principais empresas resulta num nível de concentração de mercado, medido pelo IHH²¹, de [>2000] pontos no cenário pós-concentração. O *Delta*²² é de [>150] pontos.
102. Nas suas Linhas de Orientação²³, a Comissão Europeia (“CE”) considera que é pouco provável que uma operação de concentração suscite preocupações em termos de concorrência de tipo horizontal se o IHH após a concentração se situar entre 1.000 e 2.000 pontos, se o Delta for inferior a 250 pontos ou se o IHH após a operação de concentração ultrapassar os 2.000 pontos se o Delta correspondente for inferior a 150 pontos.
103. Ultrapassados os valores de referência da CE relativamente aos níveis de IHH e Delta abaixo dos quais uma operação de concentração não suscitará, em princípio, preocupações concorrenciais, há que analisar outras características do mercado.

²¹ O índice Herfindahl-Hirschman (“IHH”) é calculado adicionando os quadrados das quotas de mercado individuais de todos os participantes no mercado.

²² O *Delta* é a variação no IHH que constitui um valor aproximado da variação na concentração do mercado diretamente resultante da operação de concentração.

²³ Orientações para a apreciação das concentrações horizontais, nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas.

5.2.1.1. Existe contrapoder negocial dos compradores

104. Tal como se referiu anteriormente, a procura neste mercado é composta por empresas que adquirem farinhas em grande escala para transformação e pão e outros produtos alimentares.
105. Esta escala confere-lhes poder negocial face aos seus fornecedores, como atestam as atas das entrevistas realizadas com o Pingo Doce, Auchan e Nestlé. As entidades entrevistadas consideraram não só deter atualmente forte contrapoder negocial face às moageiras, mas também que essa situação permaneceria inalterada após a operação de concentração.
106. Em termos mais concretos, o Pingo Doce, por exemplo, assinalou que deteria, caso viesse a ser necessário [CONFIDENCIAL – Teor disposições contratuais].
107. Já no caso da Nestlé, esta considera que tem diversas alternativas de fornecimento, nomeadamente em Espanha, onde trabalha com empresa já previamente certificadas por si como fornecedores.²⁴
108. Em suma, dos elementos carreados para o processo resulta que os clientes industriais, pela sua dimensão podem ameaçar, de forma credível, que recorrem a fontes de fornecimento alternativo caso os fornecedores atuais decidissem aumentar preços ou deteriorar a qualidade e/ou condições de entrega.
109. Essa credibilidade resulta da possibilidade de fácil e imediatamente mudarem para outros fornecedores, sejam eles nacionais ou espanhóis. Mais, este contrapoder negocial não é, na perspetiva dos entrevistados, afetado pela operação de concentração ora analisada, que não se mostraram particularmente preocupados com a mesma.

5.2.1.2. Não existem custos de mudança significativos

110. Tal como se viu anteriormente, os clientes industriais não aparentam ter qualquer dificuldade de mudança de fornecedor. Apesar de os contratos tipicamente terem uma duração de até um ano (renováveis ou não), normalmente não exigem quantidades obrigatórias, constituindo, mais do que um contrato, condições de compra. Também não envolvem qualquer tipo de exclusividade de qualquer uma das partes.
111. Considerando que o que está em causa é um produto homogéneo, também não existem custos associados à mudança de fornecedor e à receção e tratamento das mercadorias.
112. Esta ausência de custos de mudança reforça o contrapoder negocial dos clientes neste mercado.

5.2.1.3. É provável que os fornecedores aumentem a oferta se os preços aumentarem

113. Tal como se referiu anteriormente, a indústria caracteriza-se por um elevado nível de capacidade excendentária.

²⁴ Uma vez que a Nestlé fabrica alimentação infantil, tem necessidade de homologar previamente os seus fornecedores. Trata-se de um processo trabalhoso, envolvendo diversas e regulares auditorias. Em Espanha a Nestlé já tem diversos potenciais fornecedores devidamente homologados que podem rapidamente substituir qualquer fornecedor nacional.

114. Se é certo, por um lado, que do lado da oferta existe um número limitado de empresas com capacidade de servir todos os clientes devido às exigências de certificações internacionais diversas, por outro, as que já estão certificadas detêm capacidade disponível suficiente para tornar não-lucrativo qualquer redução de produção (e concomitante aumento de preços) por parte da entidade resultante da operação de concentração.
115. De facto, só a capacidade disponível da Firmos e da Pitorro representam mais de [30-40]% do volume total comercializado em Portugal neste mercado relevante.
116. Acrescente-se ainda que a capacidade disponível não envolve custos de exploração mais elevados que a capacidade em utilização, uma vez que, como melhor *supra* se referiu, a estrutura dos custos de produção tipicamente associada à atividade da moagem é essencialmente variável e está diretamente relacionada ao custo da matéria-prima e da eletricidade.

5.2.1.4. Conclusão

117. A Germen detém, conjuntamente com a Ceres, a empresa Granel. Esta ligação é suscetível de diminuir as pressões concorrenciais entre as duas empresas, face a um cenário em que essa ligação não existisse. De facto, das entrevistas resultou que a procura tende a encarar como principais concorrentes neste mercado, Ceres e a Cerealis.
118. Por seu turno, a procura apresenta um elevado nível de contrapoder negocial face aos fornecedores, não existindo custos significativos de mudança.
119. Estes fatores, aliados à elevada probabilidade de aumento de produção dos concorrentes presentes no mercado em caso de diminuição de produção (aumento de preços) por parte das partes envolvidas na operação de concentração, levam a considerar que, no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes industriais, a operação de concentração em causa não é suscetível de criar ou reforçar entraves significativos à concorrência.

5.2.2. Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes tradicionais

120. De acordo com a Notificante, este mercado ascendeu, em 2016, a quase [400-600] milhares de toneladas, representando cerca de 67% do total de farinhas de trigo comercializadas em Portugal nos diversos mercados. Trata-se de um valor 1,5% abaixo do verificado em 2014.
121. A procura, neste mercado, é constituída por padarias e pastelarias com confeção própria (excetuando, como melhor se argumentou *supra*, as grandes padarias ligadas à grande distribuição retalhista).
122. A evolução neste mercado nos últimos anos tem vindo a ser negativa, na medida em que se tem verificado, de acordo com a Notificante, que um número não-despiciendo de padarias tem abdicado da confeção própria em favor da aquisição de produção pré-preparada, limitando-se a sua atividade ao acabamento final (*finishing*).
123. A estrutura da oferta, neste mercado, é a que se apresenta na tabela seguinte.

Tabela 4 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes tradicionais

	2014	2015	2016
Grupo Ceres	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
Germen	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Ceres + Germen	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
Cerealis	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
Firmos	[5-10]%	%[5-10]	[5-10]%
Pitorro	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Mopafil	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
MCS	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Abranches e Filhos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Catelas & Teorgas	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Trigo Jasmin	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Outros	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
Importações	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: A produção da Granel (detida em partes iguais pelas partes) é atribuída, na totalidade, ao Grupo Ceres. Quotas de mercado calculadas com base nas toneladas produzidas.

Fonte: Notificante.

124. Conforme se verifica na tabela anterior, o Grupo Ceres e a Cerealis são as empresas que detêm as maiores quotas de mercado, seguidas da Germen e da Firmos. Mais uma vez importa referir que, para efeitos de estrutura da oferta, a quota de mercado da Granel é integralmente contabilizada no Grupo Ceres. Caso assim não fosse, o Grupo Ceres seria a segunda maior empresa (com [10-20]%), sendo a Granel (com [5-10]%) a quarta maior.
125. A oferta caracteriza-se, ainda, pela existência de um conjunto de outras empresas de menor dimensão, como a Firmos e a Pitorro, com quotas de mercado entre os [5-10]% e os [10-20]% e um conjunto de outras empresas — algumas delas com um carácter local — com quotas abaixo dos [0-5]%
126. Importa salientar, neste âmbito, a presença, desde 2015, da empresa MCS, estimando-se a sua quota, em 2016 acima dos [0-5]%
127. A operação de concentração envolve os segundo e terceiro operadores deste mercado que, no cenário pós-concentração, assumem a liderança do mesmo, em termos de quotas de mercado.
128. Em termos de concentração de mercado, o IHH atinge os [>2000] pontos no cenário pós-concentração, sendo o *Delta* correspondente de [>150] pontos. Ambos os valores estão acima dos valores de referência da CE.
129. Note-se, ainda, o incremento verificado nas quantidades importadas. A farinha espanhola pode ser fornecida diretamente pelas moageiras do país vizinho ou, ainda, distribuídas pelos armazenistas/revendedores nacionais.

5.2.2.1. Os clientes continuam a ter possibilidades de mudança de fornecedor sem custos

130. As entrevistas com as associações empresariais representativas da atividade de padaria e pastelaria²⁵ revelaram que as pastelarias e padarias tanto podem trabalhar com vários fornecedores, como apenas com um.
131. Verifica-se que é frequente a mudança de fornecedor, não havendo qualquer custo adicional nessa mudança, que pode ser feita imediatamente, a cada encomenda. As encomendas tendem a ser negociadas caso a caso, existindo, por parte das empresas produtoras de farinhas e revendedores, um esforço comercial permanente junto das padarias/pastelarias.
132. As entidades entrevistadas não mostraram qualquer tipo de preocupação em termos de diminuição das alternativas de fornecedores, considerando que existe um número suficiente de fornecedores no mercado, com capacidade para fornecer as farinhas, sobretudo quando a mesma é entregue sob a forma de sacas²⁶.
133. Assim, subsistirão no mercado empresas produtoras de farinha de trigo de âmbito local e de âmbito nacional, para além da possibilidade de se ter acesso a farinha proveniente de produtores espanhóis, quer por via dos armazenistas/revendedores, quer ainda diretamente, pelo menos em alguns casos.

5.2.2.2. É provável que os concorrentes aumentem a oferta face a um aumento de preços

134. À semelhança do que sucede no mercado dos clientes industriais, também neste caso é provável que os concorrentes aumentem a sua oferta face a um hipotético aumento de preços por parte da entidade resultante da operação.
135. Como melhor se explicou *supra*, os diversos operadores presentes no mercado não só detêm uma capacidade disponível significativa como têm vindo a alargar o âmbito territorial da sua atuação.
136. Mais uma vez, considerada a estrutura de custos da indústria, a utilização da capacidade disponível por parte destas empresas não é mais onerosa que a capacidade atualmente em utilização.
137. Também não se vislumbra de que forma a entidade resultante da concentração pudesse impedir a expansão dos seus concorrentes, uma vez que não existem questões relacionadas com dificuldade de acesso a matérias-primas, compatibilidade de produtos ou acesso a quaisquer patentes ou outras formas de propriedade intelectual.
138. Do exposto conclui-se que não existem constrangimentos económicos ou outros ao aumento de produção em reação a uma diminuição da quantidade (ou aumento de preços) por parte da entidade resultante da operação de concentração.

²⁵ Entrevistas com a Associação dos Industriais de Panificação, Pastelaria e Similares de Lisboa (AIPL) (Ref.^a E-AdC/2017/1099).

²⁶ A AIPAN chamou a atenção para o facto que, na região norte, é menor o número de empresas com capacidade de entrega de farinhas a granel, que ocorre também junto de alguns clientes tradicionais. Esta questão será abordada *infra*.

5.2.2.3. Conclusão

139. Apesar de o mercado apresentar um nível de concentração bastante elevado, verificou-se que existe e permanecerá, no mercado, o número suficiente de operadores para manter a pressão concorrencial no mercado, um dos quais de dimensão muito semelhante (Cerealis)
140. Para além do número de operadores, existe capacidade instalada não utilizada no mercado que inviabiliza qualquer hipotética diminuição de quantidades ou aumento de preços por parte da entidade resultante da operação de concentração. A utilização da capacidade instalada ociosa não é mais onerosa que a capacidade em utilização.
141. A mudança de fornecedor, por parte dos clientes não implica custos e pode ser feita imediatamente, dadas as características do mercado, da negociação e do fornecimento junto dos clientes tradicionais.
142. Na entrevista com a AIPAN, esta entidade referiu que alguns clientes tradicionais recebem a mercadoria em granel e que, sob esta forma de entrega, na região norte, o número de operadores tende a limitar-se à Ceres, Germen (partes na operação) e Cerealis.
143. Embora a AIPAN reconheça que não existirão falta de alternativas de fornecimento sob a forma de sacas, a questão da entrega em granel pode colocar-se, uma vez que consideram que fornecedores mais a sul como a Pitorro ou a Firmos, ou mesmo em Espanha, não conseguem colocar farinha a granel em clientes na zona norte de Portugal (uma vez que os camiões-cisterna são dedicados ao transporte de farinha, não podem rentabilizar o transporte da volta, que será sempre em vazio, o que não acontece, necessariamente, no caso da entrega em sacas).
144. A AIPAN considera ainda que os clientes que recebem a granel fizeram investimentos específicos para tal e que a receção da farinha em sacas — como alternativa possível à recepção a granel — deitaria por terra tais investimentos. Para além disso, existe uma vantagem no preço da farinha a granel, que pode chegar aos 10%²⁷.
145. Para os clientes tradicionais, a entrega em saca ultrapassa os [80-90]%, em termos de volume total de farinha fornecida²⁸ pela Partes envolvidas na operação de concentração e os dados relativos à evolução dos preços médios mensais da farinha a granel e em saca não indiciam nenhum eventual exercício de poder de mercado por parte das empresas envolvidas.
146. Igualmente, e pese embora os investimentos eventualmente realizados para receção da farinha a granel, a receção em sacas não implica a existência de infraestruturas específicas, havendo mesmo grandes consumidores de farinha que recebem a totalidade da farinha em saca. Não parecem existir, portanto, impedimentos a que um cliente que receba a farinha em granel possa recebê-la em saca (o inverso já não acontece).

²⁷ A AIPAN faz referência a um diferencial de preços na ordem dos 5-10%. A análise dos dados apontam para diferenças mais próximas do valor mínimo deste intervalo. *Cfr.* resposta ao 3.º pedido de elementos (E-AdC/2017/5410).

²⁸ *Cfr.* Resposta ao 3.º pedido de elementos (E-AdC/2017/5410)

147. Assim, considerando o exposto, mesmo para o caso da farinha a granel, a AdC considera pouco provável que da operação de concentração as partes tenham o incentivo a proceder a aumentos de preços. De facto, mesmo que ocorresse um aumento de preços de 10%, o mesmo implicaria, *cœteribus paribus*, um acréscimo de receitas de apenas [0-2]%, face ao risco de perda desses clientes para outros fornecedores, mesmo que sob a forma de sacas.
148. Por todo o exposto, a AdC considera que, no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes tradicionais, a operação de concentração em causa não é suscetível de criar ou reforçar entraves significativos à concorrência.

5.2.3. Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para usos culinários sob marca do distribuidor (MDD)

149. De acordo com a Notificante, este mercado ascendeu, em 2016, a pouco mais de [<200] milhares de toneladas, representando menos de 4% do total de farinhas de trigo comercializadas em Portugal nos diversos mercados. Trata-se de um valor 11,7% acima do verificado em 2014.
150. A procura, neste mercado, é constituída pelas grandes cadeias retalhistas, que adquirem produto para comercialização aos consumidores finais (tipicamente embalagens de 1kg) sob sua própria marca.
151. Do ponto de vista da estrutura da oferta, trata-se de um mercado com um número relativamente reduzido de fornecedores, onde os dois principais são, de forma destacada, o Grupo Ceres e a Cerealis.
152. A Germen e a Pitorro estão numa “segunda linha”, com pouco menos de % de quota de mercado cada uma delas.
153. As importações, provenientes de Espanha, têm uma parcela não-despicienda do mercado.

Tabela 5 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo – segmento dos usos culinários (apenas MDD)

	2014	2015	2016
Grupo Ceres	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
Germen	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Ceres + Germen	[40-50]%	[30-40]%	[30-40]%
Cerealis	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
Pitorro	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Outros	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Importações	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: A produção da Granel (detida em partes iguais pelas partes) é atribuída, na totalidade, ao Grupo Ceres. Quotas de mercado calculadas com base nas toneladas produzidas.

Fonte: Notificante.

154. O IHH pós-concentração é de [>2000] pontos e o Delta correspondente é de [>150] pontos, o que confirma que se trata de um mercado concentrado.
155. Neste mercado os clientes têm elevado poder negocial e conhecimento do mercado, acompanhando a cotação internacional dos preços das matérias-primas. A contratação é normalmente feita por três, seis ou 12 meses, podendo ou não o contrato estabelecer quantidades certas.
156. Os retalhistas consultam regularmente o mercado, quer informalmente, quer organizando formalmente “concursos” de fornecedores.
157. Tipicamente existe a exigência de algum tipo de certificação de qualidade, como decorreu das diversas entrevistas realizadas na instrução do presente procedimento²⁹.
158. Nenhum dos entrevistados encara a presente operação de concentração com preocupação, na medida em que consideram ter, não só contrapoder negocial face aos presentes fornecedores, mas também alternativas atuais (incluindo o espanhol, apesar da clara preferência por produtos de origem nacional) e potenciais (uma vez que alguns terão a capacidade de promover a expansão de produtores de menor dimensão).
159. Pelo exposto, a AdC considera que, no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para usos culinários sob marca do distribuidor, a operação de concentração em causa não é suscetível de criar ou reforçar entraves significativos à concorrência, apesar dos elevados níveis de concentração.

5.2.4. Mercado nacional da produção e venda grossista da sêmea de trigo

160. Segundo as estimativas da Notificante, este mercado ascendeu, em 2016, a cerca de [<200] milhares de toneladas, registando um crescimento de cerca de 2% em relação a 2014.
161. A sêmea de trigo é um subproduto da produção de farinha de trigo, pelo que os produtores de um são, necessariamente, produtores do outro.
162. Embora também utilizada para consumo humano, a sêmea de trigo é essencialmente incorporada como fonte de amido e fibras na produção de alimentação animal diversa (com maior incorporação na alimentação de animais de companhia).
163. A estrutura da oferta estimada pela Notificante é a que se apresenta na tabela seguinte.

²⁹ Cfr. entrevistas com Pingo Doce (E-AdC/2017/5342), Auchan (E-AdC/2017/5459).

Tabela 6 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de sêmea de trigo

	2014	2015	2016
Grupo Ceres	[20-30]%	[30-40]%	[30-40]%
Germen	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%
Ceres + Germen	[30-40]%	[40-50]%	[40-50]%
Cerealis	[20-30]%	[30-40]%	[30-40]%
Firmos	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Pitorro	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
Mopafil	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
MCS	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Outros	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
Importações	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: A produção da Granel (detida em partes iguais pelas partes) é atribuída, na totalidade, ao Grupo Ceres. Quotas de mercado calculadas com base nas toneladas produzidas.

Fonte: Notificante.

164. O IHH pós-concentração é de [>2000] pontos, correspondendo a um Delta de [>150] pontos. Estes valores confirmam que se trata de um mercado concentrado.
165. No cenário pós-concentração, a Ceres com a Germen tornam-se líderes de mercado, seguidos da Cerealis.
166. No entanto, à semelhança do que acontece nos mercados de farinha de trigo, a produção de sêmea também se caracteriza por excesso de capacidade instalada, o que permitiria inviabilizar qualquer tentativa de diminuição da produção (aumento de preço) por parte da entidade resultante da operação de concentração.
167. Das entrevistas com entidades relacionadas com este mercado, foi possível apurar que existe um conjunto suficientemente alargado de fornecedores possíveis de sêmea de trigo, incluindo produtores espanhóis.
168. Do lado dos clientes, a operação não parece suscitar preocupações, na medida em que os dois principais *players* se mantêm (Ceres e Cerealis) e continuará a ser possível recorrer a outros fornecedores. A mudança de fornecedor não implica custos, quer pelas próprias características do produto, quer porque não aparentam existir relações contratuais duradouras e/ou exclusivas.
169. Assim, apesar dos elevados níveis de concentração, existe um conjunto considerável de fornecedores alternativos, quer em Portugal, quer em Espanha e o mercado caracteriza-se por um excesso de capacidade instalada considerável (à semelhança, aliás, da produção de farinhas de trigo, da qual a sêmea é subproduto). Para além disso, não existem custos de mudança de fornecedor, e a mesma pode ser quase imediata.
170. Pelo exposto, a AdC considera que, no mercado nacional da produção e venda grossista de sêmea de trigo, a operação de concentração em causa não é suscetível de criar ou reforçar entraves significativos à concorrência, apesar dos elevados níveis de concentração.

5.2.5. Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de arroz

171. Segundo as estimativas da Notificante, este mercado ascendeu, em 2016, aos [<50] milhares de toneladas, um decréscimo de cerca de 15% face aos valores de 2014
172. Neste mercado o Grupo Ceres não tem produção, limitando-se a comercializar farinhas adquiridas junto de diversos produtores (incluindo da Germen)³⁰.
173. A estrutura da oferta é a que se apresenta de seguida.

Tabela 7 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de arroz

	2014	2015	2016
Grupo Ceres ³¹	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Germen	[30-40]%	[20-30]%	[20-30]%
Ceres + Germen	[40-50]%	[30-40]%	[30-40]%
Dacsa Atlantic	[30-40]%	[40-50]%	[40-50]%
Catelas & Teorgas	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
A. Costa & Silva	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Outros	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: A produção da Granel (detida em partes iguais pelas partes) é atribuída, na totalidade, ao Grupo Ceres. Quotas de mercado calculadas com base nas toneladas produzidas.

Fonte: Notificante.

174. Neste mercado existe uma empresa claramente líder — a Dacsa Atlantic, que tem vindo a reforçar esse papel de liderança nos últimos 3 anos.
175. Apesar de o IHH atingir os [>2000] pontos após a concentração, para um *Delta* de [>150] pontos³², importa referir que a procura é tipicamente constituída pela indústria alimentar ou pelas grandes cadeias retalhistas³³, havendo, portanto, e como melhor *supra* se argumentou, um forte contrapoder negocial que impede que as empresas resultante da operação de concentração possam vir a atuar de forma independente dos seus clientes.
176. Pelo exposto, a AdC considera que, no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de arroz, a operação de concentração em causa não é suscetível de criar ou reforçar entraves significativos à concorrência, apesar dos elevados níveis de concentração.

³⁰ No caso da farinha de arroz, a Ceres adquire [5-10]% do total vendido junto da Germen.

³¹ Para o grupo Ceres foram deduzidas as quantidades adquiridas junto à Germen.

³² Os dados constantes da estrutura de mercado não tomam em consideração as importações. As estatísticas do INE indicam um total de 292 toneladas de importação de farinhas de arroz em 2015.

³³ Como é, aliás, o caso da própria Germen, representando este tipo de clientes mais de [90-100]% da procura que lhe é dirigida.

5.2.6. Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de centeio

177. Segundo as estimativas da Notificante, este mercado ascendeu, em 2016, aos [<50] milhares de toneladas, um decréscimo de cerca de 6% face aos valores de 2014
178. Neste mercado, à semelhança do que sucede na farinha de arroz, o Grupo Ceres não tem produção, limitando-se a comercializar farinhas adquiridas junto de diversos produtores (incluindo da Germen)³⁴.
179. A estrutura da oferta é a que se apresenta de seguida.

Tabela 8 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de centeio

	2014	2015	2016
Grupo Ceres	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Germen	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Ceres + Germen	[30-40]%	[30-40]%	[20-30] %
Cerealis	[30-40]%	[30-40]%	[40-50] %
Leopoldo & Filhos	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Afonso Lopes	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
A. Costa & Silva	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Outros	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Importações	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: A produção da Granel (detida em partes iguais pelas partes) é atribuída, na totalidade, ao Grupo Ceres. Quotas de mercado calculadas com base nas toneladas produzidas.

Fonte: Notificante.

180. A Cerealis é o principal operador neste mercado. A farinha de centeio comercializada pela Ceres (e não produzida pela Germen) equivale a [10-20]% do volume total. Em termos de produção, a entidade resultante da operação de concentração detém uma quota inferior a [10-20]%.
181. Mesmo tomando em linha de conta os totais produzidos e/ou comercializados, as partes, juntas, não chegam aos [20-30]% de quota de mercado. As importações assumem uma quota não-despicienda.
182. Do lado da procura, a grande parte será composta pelo segmento dos clientes tradicionais.
183. Apesar dos elevados níveis de concentração, com o IHH a atingir os [>2000] pontos após a concentração, com um *Delta* de [>150] pontos, subsistem várias alternativas (nacionais e espanholas) no mercado, bem como excesso de capacidade instalada. Tal

³⁴ Essa percentagem atingiu, em 2016 [20-30]% do total de farinha de centeio comercializada pela Ceres.

será suficiente para impedir que uma eventual estratégia de diminuição da produção ou aumento de preços por parte da entidade verticalmente integrada seja rentável.

184. Pelo exposto, a AdC considera que, no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de centeio, a operação de concentração em causa não é suscetível de criar ou reforçar entraves significativos à concorrência.

5.2.7. Restantes mercados relevantes

Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de milho

185. A Germen não tem produção de farinha de milho. Não obstante, mesmo considerando as quantidades que comercializa, a quota conjunta das partes, em 2016 atinge os [20-30]%.
186. Trata-se de um mercado com um número elevado de produtores (>10). O IHH pós-concentração é de [<2000] pontos, com um Delta de [<250] pontos, valores abaixo dos valores de referência da CE.
187. Pelo exposto, a AdC dispensa aprofundar a análise sobre este mercado, considerando que a operação de concentração não suscita qualquer tipo de preocupação concorrencial.

Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas especiais e melhorantes de panificação

188. Trata-se de um mercado em que a quota conjunta das partes é de apenas [0-5]%. Os valores de IHH são inferiores a [<2000] e o Delta é de [<150] pontos.
189. Pelo exposto, a AdC dispensa aprofundar a análise sobre este mercado, considerando que a operação de concentração não suscita qualquer tipo de preocupação concorrencial neste mercado.

Mercado nacional dos produtos pré-cozinhados de panificação e pastelaria

190. Neste mercado, a quota conjunta das partes é de apenas [5-10]%, que resulta da atividade da Germen (incluindo 100% da atividade da Gergran, empresa detida conjuntamente com um terceiro), uma vez que o Grupo Ceres não está presente neste mercado.
191. A AdC dispensa, portanto, aprofundar a análise sobre este mercado, considerando que a operação de concentração não suscita qualquer tipo de preocupação concorrencial.

Mercados nacionais da comercialização grossista de sal e açúcar

192. Tal como referido anteriormente, a comercialização de sal e açúcar pelas partes é meramente instrumental (e marginal) à sua atividade, tendo o mero propósito de permitir aos seus clientes a aquisição destes produtos conjuntamente com as farinhas.
193. As quotas conjuntas das partes são, de apenas, [0-5]% no caso do sal e de [0-5]% no caso do açúcar.
194. Pelo exposto, a AdC dispensa aprofundar a análise sobre este mercado, considerando que a operação de concentração não suscita qualquer tipo de preocupação concorrencial em qualquer um destes mercados.

5.3. Efeitos coordenados

195. Em termos genéricos, a AdC não considera provável que venham a ocorrer efeitos coordenados da presente operação de concentração.
196. Sobretudo nos mercados relacionados com a farinha de trigo a entidade resultante da operação será, a par da Cerealis, o primeiro ou segundo operador, consoante o mercado em causa.
197. De facto, independentemente da existência, ou não, das condições ideais para acordar as condições de coordenação, controlar os desvios e assegurar a existência de mecanismos de dissuasão, os efeitos coordenados são improváveis, por um lado, pela reação de empresas terceiras e, por outro, pela reação dos concorrentes.
198. De facto, como se verificou, existem mercados onde os clientes têm um elevado contrapoder negocial e, inclusivamente, a capacidade (declarada) de promover novas entradas ou, pelo menos, a expansão de concorrentes já presentes no mercado.
199. Por outro, numa indústria com excesso de capacidade instalada, é pouco provável que os concorrentes não respondam a uma restrição da capacidade por parte das empresas em coordenação (ou aumento de preços) com um aumento da produção da sua própria produção que, como melhor se argumentou, pode ser imediata e não envolve custos superiores à utilização da capacidade não ociosa.
200. Por fim, importa relembrar que as importações (entenda-se, os produtores espanhóis) exercem uma pressão concorrencial não-despicienda nestes mercados que poderá colocar em crise as possibilidades de coordenação nestes mercados.
201. A AdC considera que estes fatores, por si só, são suficientes para tornar não rendível qualquer tipo de diminuição da capacidade coordenada nestes mercados.

5.4. Conclusão da avaliação jusconcorrencial

202. Importa começar por referir que, da atividade moageira, os mercados relacionados com as farinhas de trigo representam mais de 95% em termos de volume total.
203. A presente operação de concentração envolve diversos mercados relevantes, alguns dos quais apresentem níveis elevados de concentração.
204. A AdC considera que todos os mercados analisados exibem características que tornariam não rendível estratégias unilaterais ou coordenadas de restrição de capacidade ou aumentos de preços nomeadamente, (i) o contrapoder negocial dos compradores; (ii) o elevado excesso de capacidade ociosa na indústria como um todo; (iii) a existência de importações e; (iv) a ausência de custos de mudança de fornecedor.
205. Na instrução do processo, a AdC teve o cuidado de auscultar os diversos *stakeholders*, com particular cuidado em incluir as associações industriais representativas da procura mais fragmentada dos mercados em causa (padaria/pastelaria tradicional).
206. Em nenhum caso foram suscitadas preocupações decorrentes da aquisição do controlo exclusivo da Germen (e, conseqüentemente, da Granel) por parte da Ceres.

207. Por todo o exposto, a AdC considera que a presente operação de concentração não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva em qualquer um dos mercados relevantes identificados.

6. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS

208. 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.
209. Nos termos [CONFIDENCIAL – Identificação de Clausula Contratual] do Contrato promessa, a Notificante e a Ribatejana assumiram uma obrigação de não-concorrência, a qual deverá [CONFIDENCIAL – prazo que poderá ser > 3 anos].
210. Nos termos da referida obrigação, [CONFIDENCIAL – teor de relações contratuais].
211. Do ponto de vista material, a obrigação consagrada limita-se [CONFIDENCIAL – teor de relações contratuais].
212. Do ponto de vista geográfico, a obrigação consagrada limita-se [CONFIDENCIAL – teor de relações contratuais].
213. Tendo em conta o âmbito material e geográfico da cláusula de não concorrência, a AdC considera que a mesma, relativamente à Ribatejana, é diretamente relacionada e necessária à operação por um período [≤ 3] anos a contar da emissão da presente decisão, na medida em que garante o valor integral do negócio a ceder, ao criar condições para que a Notificante possa assegurar a fidelidade da clientela, assimilar e explorar o saber fazer.
214. Nos termos acima referidos, a AdC entende que a referida cláusula de não concorrência é suscetível de ser abrangida pela decisão de não oposição à presente operação de concentração, com as limitações referidas no parágrafo anterior, nos termos do n.º 5 do artigo 41.º da Lei da Concorrência.

7. AUDIÊNCIA PRÉVIA

215. 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.

8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

216. 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 em causa na operação.

Lisboa, 26 de outubro de 2017

O Conselho de Administração 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. AS PARTES.....	2
2.1. Empresa Adquirente	2
2.2. Empresa Adquirida	3
3. NATUREZA DA OPERAÇÃO.....	3
4. MERCADOS RELEVANTES.....	6
4.1. Mercados do Produto Relevantes.....	6
4.1.1. Posição da Notificante	6
4.1.2. Posição da AdC.....	11
4.2. Mercados Geográficos.....	12
4.3. Conclusão quanto aos mercados relevantes	13
5. AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL.....	13
5.1. Barreiras à entrada e à expansão na atividade de moagem	14
5.2. Efeitos Unilaterais.....	16
5.2.1. Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes industriais	16
5.2.1.1. Existe contrapoder negocial dos compradores	18
5.2.1.2. Não existem custos de mudança significativos	18
5.2.1.3. É provável que os fornecedores aumentem a oferta se os preços aumentarem	18
5.2.1.4. Conclusão	19

31

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

5.2.2. Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes tradicionais	19
5.2.2.1. Os clientes continuam a ter possibilidades de mudança de fornecedor sem custos 21	
5.2.2.2. É provável que os concorrentes aumentem a oferta face a um aumento de preços 21	
5.2.2.3. Conclusão	22
5.2.3. Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para usos culinários sob marca do distribuidor (MDD)	23
5.2.4. Mercado nacional da produção e venda grossista da sêmea de trigo	24
5.2.5. Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de arroz	26
5.2.6. Mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de centeio	27
5.2.7. Restantes mercados relevantes	28
5.3. Efeitos coordenados	29
5.4. Conclusão da avaliação jusconcorrencial	29
6. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS	30
7. AUDIÊNCIA PRÉVIA	30
8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	30

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Volume de negócios da MCFI, para os anos de 2014-16	3
Tabela 2 – Volume de negócios da Germen, para os anos de 2014-16	3
Tabela 3 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes industriais	16
Tabela 4 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo para clientes tradicionais	20
Tabela 5 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de trigo – segmento dos usos culinários (apenas MDD)	23
Tabela 6 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de sêmea de trigo	25
Tabela 7 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de arroz	26
Tabela 8 – Estrutura da oferta no mercado nacional da produção e venda grossista de farinhas de centeio	27

Índice de Figuras

Figura 1 – Esquema da estrutura controlo pós-concentração	4
Figura 2 – Esquema simplificado da cadeia de valor da atividade moageira	13