

**Ccent. 29/2021
ISRG/Deporvillage**

**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]

16/07/2021

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA****Processo Ccent. 29/2021 – ISRG/Deporvillage****1. OPERAÇÃO NOTIFICADA**

1. Em 25 de junho de 2021, 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 de controlo exclusivo por parte da Iberian Sports Retail Group S.L. (“ISRG”) sobre a Deporvillage, S.L. (“Deporvillage” ou “Adquirida”), através da aquisição de 80% do respetivo capital social.
2. As atividades das empresas envolvidas são as seguintes:
 - ISRG – empresa de direito espanhol, controlada exclusivamente pela JD Sport Fashion Plc (“JD Plc”)¹, a qual, por sua vez, é controlada pela Pentland Group Plc (“Pentland Plc”)². A ISRG desenvolve a sua atividade no comércio especializado a retalho de artigos de desporto e campismo, através de canais *offline* e *online*. Em Portugal, está presente através de empresas que operam sob as insígnias “JD”³ e “Sport Zone”⁴. Na região dos Açores, a Notificante está presente através de um franqueado (*franchisee*) que opera sob a insígnia “Sport Zone”.

Os volumes de negócios realizados pela Notificante em 2020, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, em Portugal e no Espaço Económico Europeu (E.E.E.), foram, respetivamente, de €[>100] milhões e de €[>100] milhões.
 - Deporvillage – empresa de direito espanhol ativa na comercialização a retalho, exclusivamente via *online*, de produtos de calçado, vestuário e equipamento desportivo. Está presente em Portugal através do seu website www.deporvillage.pt.

Os volumes de negócios realizados pela Adquirida em 2020, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, em Portugal, no E.E.E. e a nível mundial foram, respetivamente, de €[>5] milhões, de € [>100] milhões e de € [>100] milhões.
3. A operação notificada configura uma concentração de empresas na aceção da alínea b) do n.º 1 do artigo 36.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea 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.

¹ Empresa que desenvolve a sua atividade na distribuição retalhista e grossista especializada de vestuário desportivo de marca. Está presente em Portugal através da empresa Notificante e através do seu website www.jdsports.pt.

² Empresa que opera na distribuição grossista de produtos de exterior (*outdoor*) de marca, para retalhistas de produtos *outdoor*. Em Portugal, distribui as marcas *Speedo*, *Ellesse* e *Endura*, à empresa Notificante e a terceiros.

³ Empresa retalhista de calçado, vestuário e equipamento desportivo direcionados, de acordo com a Notificante, ao segmento superior do mercado. Em Portugal, opera através de 22 lojas de marca própria e do seu website www.jdsports.pt.

⁴ Empresa retalhista de calçado, vestuário e equipamento desportivo que se posiciona, de acordo com a Notificante, no segmento de médio/baixo preço do mercado. Em Portugal, opera através de 88 lojas e do website www.sprintersports.com/pt/.

2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

2.1. Mercado do Produto e Geográfico Relevante

4. A Notificante e a Adquirida encontram-se ativas no comércio a retalho especializado em artigos de campismo e de desporto. Enquanto que a Notificante opera através de canais *online* e *offline*, a Adquirida, por sua vez, desenvolve a sua atividade exclusivamente através de canais *online*.
5. Na definição do mercado do produto relevante, a Notificante entende, em linha com a prática decisória da Comissão Europeia (“Comissão”)⁵, que o retalho especializado em determinado tipo/família de produtos se deve distinguir do retalho de bens de consumo quotidiano (alimentares e não alimentares), este ultimo levado a cabo através de estabelecimentos de distribuição comercial moderna, como hipermercados, supermercados e cadeias de desconto.
6. Adicionalmente e também em linha como a prática decisória nacional⁶ e da Comissão⁷, considera que os mercados retalhistas não alimentares podem ser segmentados segundo tipos/família de produtos.
7. Neste sentido propõe como mercado do produto relevante, *o mercado retalhista de artigos para desporto e de campismo*, considerando desnecessária uma segmentação adicional, nomeadamente por artigos de vestuário, calçado e equipamento desportivos.
8. A Notificante entende, ainda, que não se revela necessária uma segmentação do mercado em função dos canais de distribuição (*online* e *offline*), uma vez que: (i) a generalidade dos operadores opera através dos dois canais; (ii) existe uma crescente preferência dos consumidores por canais de distribuição *online*, motivada principalmente pela pandemia Covid-19; (iii) verificou a presença de *free-riding* nos serviços prestados pelos estabelecimentos tradicionais.
9. Não obstante o *supra* exposto, a Notificante apresenta dados relativos aos vários segmentos, quer por tipo de artigo – vestuário, calçado e equipamentos desportivos –, quer por canal de distribuição – *online* e *offline*.
10. Muito embora se pudesse equacionar uma segmentação do mercado retalhista de artigos para desporto e de campismo, por tipo de produto e por canal de distribuição, a AdC, no contexto da presente operação de concentração, considera que a exata delimitação do mercado poderá ser deixada em aberto, uma vez que, tal como melhor se verá adiante, tal não afetará as conclusões da avaliação jusconcorrencial.
11. No que respeita à delimitação geográfica do mercado retalhista de artigos para desporto e de campismo, a Notificante considera que a mesma tem um âmbito nacional.
12. Segundo a Notificante, existem várias circunstâncias que concorrem para uma delimitação do mercado a nível nacional, nomeadamente, a natureza dos produtos em causa (duradouros ou não consumíveis), a presença dos principais operadores por todo o território português e, ainda, a dimensão essencialmente nacional dos principais

⁵ Cf. M.5047 – REWE/ADEG, §§ 12-26; M.3905 – TESCO/CARREFOUR, §§ 9-17.

⁶ Cf. Ccent. 26/2003 – SPORT ZONE/GM&GF, em que a AdC considerou o mercado a retalho de artigos de desporto e similares, em lojas especializadas.

⁷ Cf. M.8710 – JD/Sonae MC/Balaiko/JDSH/Sport Zone, §36, em que a Comissão define o retalho especializado em artigos de desporto e campismo como uma família de produtos.

parâmetros de concorrência (preços, sortido de produtos, logística, marketing, publicidade e campanhas promocionais).

13. Atendendo, nomeadamente, a que a presente transação diz respeito à aquisição de um operador que promove e vende os seus produtos exclusivamente através do canal *online* a consumidores no território português, a AdC aceita a delimitação geográfica proposta pela Notificante como sendo circunscrita ao território nacional.
14. Face ao exposto, a AdC considera o mercado retalhista de artigos para desporto e de campismo, a nível nacional, deixando em aberto a sua exata delimitação quanto a possíveis segmentações por tipo de produto e canal de distribuição.

2.2. Mercados Relacionados

15. Tal como referido anteriormente, a Notificante pertence ao grupo JD Plc/ Pentland, que se encontra presente na distribuição grossista de artigos desportivos.
16. Atendendo a que esta atividade se encontra a montante da distribuição retalhista de artigos para desporto e de campismo, a Notificante propõe, como mercado relacionado, *o mercado grossista de artigos de desporto e de campismo*, considerando que o mesmo tem um âmbito nacional.⁸
17. A AdC considera que a exata delimitação do mercado grossista de artigos de desporto e de campismo poderá ser deixada em aberto no que respeita a qualquer segmentação por tipo de produto, atento o peso residual que a Notificante representa neste mercado, a nível do território nacional.

2.3. Avaliação Jusconcorrencial

2.3.1. Efeitos Horizontais

18. De acordo com as melhores estimativas da Notificante, em 2020, as quotas da ISRG e da Deporvillage no mercado de venda a retalho de artigos de desporto e campismo, em Portugal, através de canais *offline* e *online*, foram de **[20-30]**%⁹ e **[0-5]**%, respetivamente.
19. Assim, resulta da operação de concentração uma quota conjunta de **[20-30]**%, em Portugal, verificando-se que este grupo continuará a enfrentar pressão concorrencial de outros operadores no mercado, tais como a *Decathlon*, a *Sports Direct* e a *Ericeira Surf Shop*, com quotas de mercado de **[20-30]**%, **[5-10]**% e **[0-5]**%, respetivamente.
20. Refira-se ainda que, independentemente das possíveis segmentações de mercado que pudessem vir a ser adotadas – quer por tipo de produto, quer por canal de distribuição – a operação de concentração não resultaria numa sobreposição horizontal significativa¹⁰, atenta a presença residual da Adquirida em Portugal, verificando-se,

⁸ De acordo com a Notificante, as quotas de mercado relativas ao mercado de distribuição grossista de artigos desportivos, em território nacional, são de **[0-5]**% para a ISRG e de **[0-5]**% para o grupo JD Plc/ Pentland.

⁹ A quota de mercado apresentada tem em consideração, não só a atividade da ISRG (quota de **[20-30]**%), como as vendas de retalho online da Direct JD Plc retail (quota de **[0-5]**%).

¹⁰ De acordo com os dados apresentados pela Notificante, se o mercado for segmentado por tipo de produto (vestuário, calçado, equipamento desportivo) e/ou por canal de distribuição (*online* ou *offline*), a quota de mercado (em valor) resultante da operação de concentração não excederá os **[20-30]**% e o

igualmente, a presença dos concorrentes acima identificados em todos os segmentos considerados.

21. Tendo em conta todo o *supra* exposto, considera-se que a operação de concentração não suscita preocupações de natureza horizontal.

2.3.2. Efeitos Verticais

22. Como referido anteriormente, a Notificante integra o grupo JD Plc/ Pentland, que se encontra presente na comercialização grossista de artigos desportivos. Assim, a operação de concentração assume, igualmente, uma natureza vertical.
23. Considerado as melhores estimativas da Notificante, em 2020, a quota de mercado do grupo JD Plc/ Pentland e da ISRG, em Portugal, no mercado grossista de artigos de desporto e campismo foi de **[0-5]**% e **[0-5]**%, respetivamente.
24. Atenta a presença residual do grupo da Notificante a montante, bem como, a quota inferior a 30%¹¹ no mercado retalhista de artigos para desporto e de campismo, ou em qualquer segmentação considerada, não se antecipam preocupações de natureza vertical decorrentes da operação de concentração.¹²
25. Tendo em conta todo o *supra* exposto, considera-se que a operação de concentração não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência nos mercados identificados.

3. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS

26. No contrato subjacente à presente operação de concentração (*Shareholders Agreement* datado de 25.06.2021), é estabelecido na Cláusula 15.^a uma obrigação de exclusividade e de não concorrência que vincula os Fundadores da Adquirida **[CONFIDENCIAL – Teor da Cláusula]**.
27. As obrigações de não concorrência e de não solicitação previstas na Cláusula 15.^a aplicar-se-ão **[CONFIDENCIAL – prazo >2 anos]** e, do ponto de vista geográfico, abrangem o território no qual a Adquirida exerce a sua atividade.
28. 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. A referida Cláusula deve, assim, ser

acréscimo de quota nunca ultrapassará os **[5-10]**%. Note-se que para o valor máximo de quota de mercado conjunta referido, o acréscimo de quota seria de **[0-5]**% e que para o valor máximo de acréscimo de quota, a quota conjunta igualaria os **[10-20]**%.

¹¹ Tal como referido anteriormente, a quota de mercado conjunta será sempre inferior a **[20-30]**%, independentemente das possíveis segmentações de mercado consideradas.

¹² De acordo com as Orientações da Comissão para apreciação das concentrações não horizontais é pouco provável que uma concentração não horizontal suscite preocupações jusconcorrenciais se a quota de mercado da nova entidade após a concentração, em cada um dos mercados em causa, for inferior a 30%. *Vide* Linhas de Orientação da Comissão Europeia para apreciação das concentrações não horizontais nos termos do Regulamento do Conselho relativo ao controlo de concentrações (JO C 265, de 18.10.2008, p.6).

- apreciada à luz daquele normativo¹³ nos seus âmbitos material, subjetivo, temporal e geográfico.
29. No que diz respeito aos âmbitos material e subjetivo das obrigações de não concorrência, a AdC considera-os justificados. Relativamente à obrigação de não angariação, a presente Decisão abrange apenas os recursos humanos que, à data da celebração do contrato que está na base da operação notificada, sejam essenciais, nomeadamente pelo seu saber-fazer, para a manutenção do valor integral dos ativos adquiridos.
 30. No que diz respeito ao âmbito geográfico, a AdC, na medida em que as obrigações de não concorrência e de não angariação sejam aplicáveis [n]o território no qual a Adquirida exerce a sua atividade, considera-o justificado no que diz respeito ao território português.
 31. Finalmente, no que diz respeito ao âmbito temporal (duração) – caducidade após decorrido o prazo de **[CONFIDENCIAL – prazo =<2 anos e teor da Cláusula]** –, a AdC considera que extravasa o que se poderá considerar por necessário e diretamente relacionado com vista à proteção do ativo a transferir, uma vez que o prazo **[CONFIDENCIAL – Teor da Cláusula]**, tem termo incerto.
 32. Ora, o prazo comumente aceite para casos em tudo equiparáveis ao presente corresponde a 3 anos¹⁴. Em face do exposto, a AdC considera que a duração das obrigações de não concorrência de não angariação/solicitação, nos termos delimitados *supra*, encontra-se justificada por um período máximo de 3 anos sobre a implementação da presente operação de concentração.

4. AUDIÊNCIA PRÉVIA

33. 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.

¹³ E à luz da prática da AdC e da *Comunicação da Comissão sobre as restrições diretamente relacionadas e necessárias às operações de concentração* (2005/C 56/03), J.O. C 56/24, de 5.03.2005 (“Comunicação relativa a Restrições Acessórias”).

¹⁴ *Idem* §20 (por força do §26).

5. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

34. 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 operação de concentração, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 50.º da Lei da Concorrência, uma vez que a mesma não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado nacional ou numa parte substancial deste.

Lisboa, 16 de julho de 2021

O Conselho de Administração da Autoridade da Concorrência,

X

Margarida Matos Rosa
Presidente

X

Maria João Melícias
Vogal

X

Miguel Moura e Silva
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.....	4
2.3. Avaliação Jusconcorrencial.....	4
2.3.1. Efeitos Horizontais.....	4
2.3.2. Efeitos Verticais.....	5
3. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS.....	5
4. AUDIÊNCIA PRÉVIA.....	6
5. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO.....	7