

**Ccent. 4/2023
PVM / Mondelez**

**Decisão de Não Oposição com Condições e Obrigações
da Autoridade da Concorrência**

[alínea b) do n.º 1 e n.º 2 do artigo 50.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio]

11/10/2023

DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO COM CONDIÇÕES E OBRIGAÇÕES DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

Processo Ccent. 4/2023 – PVM/Mondelez

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 19 de janeiro de 2023, 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”), a operação de concentração que consiste na aquisição, pela Perfetti Van Melle Group B.V. (“PVM”, “Notificante” ou “Adquirente”), do controlo exclusivo sobre o negócio de pastilhas elásticas nos mercados operados pelo Grupo Mondelez na América do Norte e na Europa, incluindo Portugal (“Negócio Adquirido” ou “Adquirida”).
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 b) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia por preencher a condição enunciada na alínea a) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.

2. AS PARTES

2.1. Adquirente

3. A PVM é uma empresa presente a nível mundial na produção e venda de produtos de confeitaria, incluindo uma vasta gama de doçaria, nomeadamente chupa-chupas, pastilhas elásticas, drageias, bem como doces mais tradicionais.
4. A PVM comercializa, em Portugal, as marcas “Chupa Chups”, “Mentos”, “Smint” e “Happydent”.
5. Os volumes de negócios realizados pela Notificante, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, em Portugal, no Espaço Económico Europeu (“E.E.E.”) e a nível mundial, no ano de 2021, são os que constam da tabela seguinte:

Tabela 1 – Volume de Negócios (Milhões de Euros) da PVM, em 2021

	Portugal	E.E.E.	Mundial
<i>PVM</i>	[<5M]	[>100M]	[>100M]

Fonte: Notificante.

2.2. Negócio Adquirido

6. A operação notificada, em Portugal, compreende a aquisição, pela PVM, de ativos correspondentes às marcas “Trident”, “Chiclets”, “Bubbaloo” e “Bubblicious”,¹ detidas pelo Grupo Mondelez.²
7. Os volumes de negócios realizados pela Adquirida, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, em Portugal, no E.E.E. e a nível mundial, no ano de 2021, são os que constam da tabela seguinte:

Tabela 2 – Volume de Negócios (Milhões de Euros) do Negócio Adquirido, em 2021

	Portugal	E.E.E.	Mundial
<i>Negócio Adquirido</i>	[>5M]	[>100M]	[>100M]

Fonte: Notificante.

3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

8. Com a realização da operação de concentração notificada, a PVM passará a deter a propriedade total dos ativos do Negócio Adquirido, sobre o qual exercerá o controlo exclusivo.
9. A operação notificada inclui a aquisição de [Confidencial – cláusulas contratuais].

4. MERCADOS RELEVANTES

4.1. Mercado do Produto Relevante

4.1.1. Posição da Notificante

10. Conforme mencionado anteriormente, o negócio objeto da presente operação de concentração corresponde ao conjunto dos ativos de pastilhas elásticas da Mondelez.

¹ Por razões de completude, refira-se que a PVM irá também adquirir as marcas “Trident”, “Chiclets”, “Bubbaloo”, “Bubblicious”, “Dentyne”, “Stimorol”, “Hollywood” e “V6” nos Estados Unidos da América, Canadá e Europa, assim como as marcas europeias de doces “Cachou Lajaunie”, “Negro” e “La Vosgienne”, que não estão presentes em Portugal (*vide* ponto 1.1 do Formulário de Notificação, § 5).

² Empresa fabricante e distribuidora de todos os tipos de *snack-foods*. Concentra-se sobretudo em bolachas, chocolates, pastilhas elásticas e doces, bem como em vários queijos, produtos de mercearia e bebidas em pó. O Grupo Mondelez detém, entre outras, as marcas de snacks “Cadbury”, chocolates “Milka” e “Toblerone”, bolachas “Oreo”, “belVita” e “LU”, doces “Halls”, bebidas em pó “Tang” e pastilhas elásticas “Trident” e “Chiclets” (*vide* ponto 1.1 do Formulário de Notificação, § 6).

Quanto ao mercado da confeitaria à base de açúcar e o segmento das pastilhas elásticas

11. A Notificante propõe que seja analisado, para efeitos da presente operação de concentração, o mercado dos produtos de confeitaria à base de açúcar, no qual inclui as pastilhas elásticas, como se apresentará de seguida.
12. Segundo a Notificante, os produtos de confeitaria à base de açúcar são “[...] *produtos alimentares de pequeno tamanho³ que servem para obter mais satisfação ao nível do sabor, mais do que para a alimentação, que são fabricados industrialmente, principalmente à base de açúcar, juntamente com uma grande variedade de ingredientes e aditivos incluindo aromatizantes, corantes ou emulsionantes*”.⁴
13. Defende a Notificante que “[...] *existem argumentos sólidos baseados tanto na substituíbilidade do lado da procura como do lado da oferta [...], que sustentam a existência de um mercado único para os produtos de confeitaria à base de açúcar*”.⁵
14. Em relação à substituíbilidade do lado da procura, a Notificante argumenta que “[...] *os clientes que compram pastilhas elásticas adquiririam outros produtos de confeitaria à base de açúcar se se deparassem com um aumento no preço das primeiras, e vice-versa*”,⁶ acrescentando que “[...] *tanto as pastilhas elásticas como os doces estão associados ao prazer, recompensa, deleite e satisfação de desejos de açúcar*”, mas também “[...] *a elevar, refrescar, acalmar, aliviar o tédio, aliviar o stress, recarregar e de conexão com outros*”, tendo inclusive “[...] *funcionalidades tais como higiene oral e refresco*”.⁷
15. Defende ainda que “[...] *ambos os produtos podem potencialmente ser mantidos na boca durante um período de tempo relativamente longo, dado que algumas características de produtos de confeitaria à base de açúcar, tais como doces duros, só terminariam quando dissolvidos em saliva após determinado período de tempo, de forma semelhante que as pastilhas elásticas perderiam o seu sabor e características organoléticas quando mantidas por muito tempo*”.⁸
16. No que respeita à substituíbilidade do lado da oferta, a Notificante refere que “[...] *é fácil para os fabricantes passar do fabrico de pastilhas elásticas para a produção de outros produtos de confeitaria à base de açúcar*”, defendendo que “[os] *fabricantes que não fabricam pastilhas elásticas poderiam passar facilmente a fazê-lo num curto espaço de tempo sem investimento significativo*”.⁹

³ Estão incluídos na confeitaria à base de açúcar, de acordo com a Notificante, os seguintes produtos: “[...] (a) *doces: duros (clássicos, balsâmicos, recheados e em pau), moles (caramelos e não caramelos, eclairs), gomas e geleias, tabletes, doces de licor (alcaçuz, torcido, etc.), gomas e marshmallows, chupa-chupas; (b) confeitaria: drageias, amêndoas açucaradas, etc.; (c) pastilhas elásticas: embalagens de pastilhas elásticas, recheadas, sem açúcar, chicletes, etc.; (d) doces calmantes e medicinais; e (e) outros produtos de confeitaria à base de açúcar: frutas, efervescentes, doces líquidos e outros*” (vide ponto 4.1 do Formulário de Notificação, § 78).

⁴ Vide ponto 4.1 do Formulário de Notificação (doravante “FN”), § 78.

⁵ Vide ponto 4.1 do FN, § 81.

⁶ Vide ponto 4.1 do FN, § 82.

⁷ Vide ponto 4.1 do FN, § 83.

⁸ Vide ponto 4.1 do FN, § 85.

⁹ Vide ponto 4.1 do FN, § 86.

17. Não obstante defender, por conseguinte, que o mercado do produto relevante corresponde à confeitaria à base de açúcar, a Notificante apresenta, adicionalmente, uma segmentação de mercado mais restrita que integra as pastilhas elásticas nos seus diversos formatos, delimitação esta que, de acordo com a PVM, apenas tem sido equacionada para efeitos de delimitação de mercados de produto relevante em decisões da Comissão Europeia.¹⁰

Quanto ao papel das Marcas de Distribuição (“MDD”)¹¹

18. Independentemente da definição de mercado de produto relevante considerada no presente âmbito, a Notificante argumenta que “[n]ão deve ser feita uma distinção entre a marca de distribuição do retalhista e a marca do fabricante”,¹² sugerindo que ambas as tipologias deverão integrar o mesmo mercado.
19. No entendimento da Notificante, a relevância das MDD é justificada pelo facto de estas pertencerem à “[...] estratégia de colocação no mercado de muitos distribuidores”.¹³ Com efeito, remete para uma análise precedente da AdC,¹⁴ que se debruça acerca das relações comerciais entre a distribuição alimentar e os seus fornecedores, para concluir que as MDD “[...] são uma concorrência efetiva e direta às marcas oferecidas pela PVM e Mondelez em Portugal”.¹⁵
20. Adicionalmente, defende que a pressão concorrencial entre MDD e marcas dos fabricantes se encontra em linha com a prática decisória da AdC¹⁶ e da Comissão Europeia (“CE”),¹⁷ e com diversos estudos económicos,¹⁸ referentes a diversas tipologias de produtos.
21. Refere ainda a Notificante que “[as] MDD são uma fonte muito eficaz de pressão competitiva [...], em particular no hipotético mercado das pastilhas elásticas”,¹⁹ na medida em que se apresentam, em certos casos, como “[...] a única oferta disponível”²⁰ enquanto, por outro lado, quando comercializados com marcas de fabricante, “[...] o

¹⁰ Vide ponto 4.1 do FN, § 90.

¹¹ As marcas de distribuição são comercializadas, em exclusivo, pelos estabelecimentos retalhistas que as detêm, sendo obtidas por estes através de encomendas junto de produtores externos, com os quais estabelecem contratos habitualmente anuais e automaticamente renováveis.

¹² Vide ponto 4.1 do FN, § 93.

¹³ Vide ponto 4.1 do FN, § 94.

¹⁴ Cf. “Relatório Final sobre Relações Comerciais entre a Distribuição Alimentar e os seus Fornecedores”, de outubro de 2010, disponível na página eletrónica da AdC: <http://www.concorrenca.pt/>.

¹⁵ *Idem*.

¹⁶ Vide Ccent. 51/2007 – Sonae Distribuição/Carrefour, de 27.12.2007.

¹⁷ Vide COMP/M.6321 – Buitenfood/AD Van Geloven Holding/JV, de 13.01.2012; COMP/M.2097 – SCA/Metsa Tissue, de 31.01.2001; COMP/M.623 – Kimberly-Clark/Scott Paper, de 16.01.1996.

¹⁸ A Notificante refere, nomeadamente, os seguintes estudos: Paul Dobson, Ratula Chakraborty, "Assessing Brand and Private Label Competition", European Competition Law Review, 2015; e Vicenc Esteve Guasch, Kai-Uwe Kühn "The Competitive Constraints from Private Label Offers on Branded Mercy Pricing", University of Anglia, Centre for Competition Policy, 2021.

¹⁹ Vide ponto 5.1 do FN, § 166.

²⁰ Vide ponto 5.1 do FN, § 167.

*retalhista pode facilmente utilizar a sua MDD para exercer pressão com estas outras marcas, incluindo no acesso ao espaço premium, nomeadamente na caixa de pagamentos”.*²¹

22. Adicionalmente, argumenta que “[as] MDD têm também a capacidade de oferecer um sortido de sabores e marcas de pastilhas elásticas que competem com as marcas da PVM e do Negócio Adquirido”,²² pelo que, do exposto, conclui que as marcas MDD deverão ser incorporadas no mercado relevante sujeito a análise no contexto da operação de concentração em apreço.

4.1.2. Posição da AdC

23. A AdC não tem, até à data, qualquer precedente decisório no âmbito dos produtos em causa. A Comissão Europeia (“CE”), por seu turno, já teve oportunidade de analisar o mercado da confeitaria à base de açúcar, tendo, no entanto, deixado em aberto uma possível segmentação por referência às pastilhas elásticas, dado que tal não levantaria problemas de natureza jusconcorrencial.²³
24. Também a Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (“CNMC”) se pronunciou acerca da definição de mercado, no caso N-309 Cadbury Schweppes/Pfizer, com características idênticas à presente operação de concentração. Neste contexto, foi analisado o segmento das pastilhas elásticas, não obstante ter deixado em aberto a exata delimitação do mercado do produto relevante.
25. Por conseguinte, atendendo à limitação dos precedentes decisórios no contexto nacional e comunitário, a AdC realizou uma investigação de mercado de forma a conhecer as perspetivas dos diversos agentes, nomeadamente concorrentes²⁴ e clientes²⁵ das Partes, relativamente à substituíbilidade das pastilhas elásticas e dos produtos de confeitaria à base de açúcar, não só do ponto de vista do consumidor

²¹ *Idem.*

²² *Vide* ponto 5.1 do FN, § 168.

²³ *Vide*, nomeadamente, COMP/M.5973 – CVC/Charden International, de 12.10.2010; COMP/M.5644 – Kraft Foods/Cadbury, de 06.01.2010; COMP/M.5188 – Mars/Wrigley, de 28.07.2008; COMP/M.5176 – CVC/Schuitema, de 26.06.2008; e COMP/M.2072 – Phillip Morris/Nabisco, de 16.10.2000.

²⁴ Foram realizadas reuniões com a Fini Portugal (“Fini”), Lusiteca – Produtos Alimentares, S.A. (“Lusiteca”), Mars Portugal (“Mars”) e Vidal Portugal, Lda. (“Vidal”).

²⁵ Foram realizadas reuniões com Mercadona Portugal (“Mercadona”), Modelo Continente Hipermercados, S.A. (“Modelo Continente”), Pingo Doce – Distribuição Alimentar, S.A. (“Pingo Doce”), Lidl Portugal (“Lidl”), El Corte Inglés – Grandes Armazéns, S.A. (“El Corte Inglés”), Dia Portugal Supermercados, S.A. (“Dia”), Auchan Retail Portugal, S.A. (“Auchan”), Aldi Supermercados (“Aldi”), Cooplecnorte – Aquisição e Fornecimento de Bens e Serviços, C.R.L. (“E.Leclerc”), ITMP Alimentar, S.A. (“Intermarché”), Recheio Cash & Carry (“Recheio”), Makro Cash & Carry Portugal, S.A. (“Makro”), ADISCO – Agrupamento Distribuidores Confeitaria, ACE (“ADISCO”), Matudis – Comércio de Produtos Alimentares, Lda. (“Matudis”), EuromadiPort – Serviços de Gestão Comercial e Administrativa, S.A. (“Euromadi”), VASP – Distribuidora de Publicações, S.A. (“VASP”).

como também pela perspectiva do lado da oferta, em particular por referência ao seu processo de fabrico, o que relevará para efeitos da definição de mercado.²⁶

26. No que se refere à análise da **substituibilidade do lado da procura**, que pretende identificar os produtos considerados como substitutos para o consumidor,²⁷ a AdC recolheu elementos acerca das características, funcionalidades, motivação de consumo e público-alvo associado ao consumo de pastilhas elásticas, comparativamente ao conjunto dos produtos de confeitaria à base de açúcar.
27. De acordo com as empresas ativas no fabrico de marca do produtor,²⁸ e que se constituem como concorrentes das Partes, cerca de 90% das pastilhas elásticas vendidas não têm açúcar, o que as distancia, desde logo, da restante confeitaria, acrescentando ainda a existência de diferenciação relativa à motivação e momento de consumo, perspectiva que é, aliás, corroborada pelos clientes da PVM e da Mondelez.
28. É referido que — enquanto os produtos de confeitaria são consumidos por motivos de indulgência, garantindo a obtenção de “[...] *satisfação resultante do consumo de açúcar*”²⁹ — as pastilhas elásticas (sem açúcar) são associadas a um conjunto de funcionalidades, nomeadamente a melhoria da higiene e saúde oral, na medida em que permitem o frescor do hálito e a substituição da escovagem dos dentes.³⁰ Tal é demonstrado, a título de exemplo, pela “[...] *associação da marca de pastilhas elásticas Trident à marca Oral-B, marca de pasta de dentes*”, sendo, em particular, “[...] *a marca Trident White [...] associada ao efeito branqueador e de prevenção de manchas e tártaro nos dentes*”.³¹
29. Da investigação de mercado resulta ainda que as pastilhas elásticas contribuem igualmente para a diminuição da dependência de tabaco, no caso dos fumadores,³²

²⁶ Vide Linhas de Orientação para a Análise Económica de Operações de Concentração Horizontais (“Linhas de Orientação da AdC”), § 1.2.1.

²⁷ Cfr. Linhas de Orientação da AdC. § 1.2.3.

²⁸ *Idem* nota de rodapé 24.

²⁹ Ata da reunião com a Lusiteca (E-AdC/2023/1505, de 28.02.2023). Vide igualmente Ata da reunião com a Vidal (E-AdC/2023/4281, de 06.07.2023).

³⁰ Ata da reunião com a Fini (E-AdC/2023/1370, de 23.02.2023); Ata da reunião com a Mars (E-AdC/2023/1938, de 17.03.2023); Ata da reunião com a ADISCO (E-AdC/2023/1980, de 20.03.2023); Ata da reunião com a Aldi (E-AdC/2023/1851, de 15.03.2023); Ata da reunião com a Auchan (E-AdC/2023/1696, de 07.03.2023); Ata da reunião com a Dia (E-AdC/2023/1838, de 15.03.2023); Ata da reunião com a Pingo Doce (E-AdC/2023/1450, de 27.02.2023); Ata da reunião com a Modelo Continente (E-AdC/2023/1981, de 20.02.2023) ; Ata da reunião com o Lidl (E-AdC/2023/2911, de 05.05.2023); Ata da reunião com a Mercadona (E-AdC/2023/1544, de 01.03.2023); Ata da reunião com o Intermarché (E-AdC/2023/4349, de 10.07.2023); Ata da reunião com a Recheio (E-AdC/2023/1901, de 16.03.2023); Ata da reunião com a Makro (E-AdC/2023/3241); Ata da reunião com a Euromadi (E-AdC/2023/2591, de 17.04.2023).

³¹ Ata da reunião com a Auchan (E-AdC/2023/1696, de 07.03.2023). Vide igualmente Ata da reunião com a Mars (E-AdC/2023/1938, de 17.03.2023).

³² Ata da reunião com a Fini (E-AdC/2023/1370, de 23.02.2023); Ata da reunião com a ADISCO (E-AdC/2023/1980, de 20.03.2023); Ata da reunião com a Auchan (E-AdC/2023/1696, de 07.03.2023); Ata da reunião com a Pingo Doce (E-AdC/2023/1450, de 27.02.2023).

bem como para a melhoria da digestão³³ e acalmia do sistema nervoso,³⁴ considerações que não são ponderadas pelo consumidor final no momento da escolha de guloseimas.

30. Adicionalmente, é ainda referido que existem distinções quando ao público-alvo, atendendo a que as pastilhas elásticas sem açúcar são consumidas essencialmente por jovens e adultos, contrariamente aos produtos de confeitaria à base de açúcar, incluindo pastilhas elásticas com açúcar, que se destinam normalmente a um segmento mais infantil.³⁵
31. Segundo as Linhas de Orientação da AdC, a avaliação da substituíbilidade do lado da procura beneficia, para além das conclusões retiradas da investigação de mercado, da análise da documentação interna das Partes no âmbito das suas decisões estratégicas de mercado.³⁶
32. Com efeito, a Mondelez segmentou³⁷, [Confidencial – documento interno], como se pode observar *infra*.

Figura 1 – Análise estratégica da Mondelez (1)

[CONFIDENCIAL]

33. Adicionalmente, ainda no contexto do mesmo documento, apresentou, de forma mais restrita, a evolução das suas vendas anuais, para o período compreendido entre 2015 e 2022, de acordo com [Confidencial – documento interno] tal como se verificará *infra*.³⁸

Figura 2 – Análise estratégica da Mondelez (2)

[CONFIDENCIAL]

34. Desta forma, resulta de todo o exposto a evidência de que as pastilhas elásticas apresentam características e funcionalidades diferenciadoras relativamente aos produtos da confeitaria à base de açúcar, sendo ainda a sua motivação de consumo e

³³ Ata da reunião com a Fini (E-AdC/2023/1370, de 23.02.2023).

³⁴ Ata da reunião com o Lidl (E-AdC/2023/2911, de 05.05.2023).

³⁵ Ata da reunião com a Vidal (E-AdC/2023/4281, de 06.07.2023); Ata da reunião com a Aldi (E-AdC/2023/1851, de 15.03.2023); Ata da reunião com a Auchan (E-AdC/2023/1696, de 07.03.2023); Ata da reunião com a Cooplecnorte (E-AdC/2023/2149, de 29.03.2023); Ata da reunião com a Dia (E-AdC/2023/1838, de 15.03.2023); Ata da reunião com a Euromadi (E-AdC/2023/2591, de 17.04.2023); Ata da reunião com o Lidl (E-AdC/2023/2911, de 05.05.2023); Ata da reunião com a Matudis (E-AdC/2023/2638, de 19.04.2023); Ata da reunião com a Modelo Continente (E-AdC/2023/1981, de 20.02.2023).

³⁶ Vide Linhas de Orientação da AdC, § 1.2.34.

³⁷ Vide Anexo da resposta à Q.26 do segundo pedido de elementos à Notificante (E-AdC/2023/2395, de 05.04.2023).

³⁸ *Idem*.

público-alvo igualmente distintos. De facto, parece resultar que “[não] é concebível que um consumidor troque uma pastilha elástica sem açúcar [...] por um qualquer produto da confeitaria à base de açúcar”.³⁹

35. Como tal, e com base nos elementos qualitativos recolhidos, parece claro não existir substituíbilidade do lado da procura entre pastilhas elásticas e restante confeitaria.
36. De acordo com as Linhas de Orientação da AdC,⁴⁰ o exercício de delimitação de mercado relevante deverá ter igualmente em consideração a **substituíbilidade do lado da oferta** nos casos em que os seus efeitos sejam equivalentes aos da substituíbilidade do lado da procura em termos de eficácia e efeito imediato.
37. Tal acontece quando os fornecedores, perante alterações das condições de oferta relativas, têm a capacidade e o incentivo para reafectar os ativos produtivos entre os diferentes produtos, num curto espaço de tempo e sem incorrer em custos adicionais significativos, de forma a otimizar os seus lucros.
38. Neste sentido, os concorrentes das Partes revelam que “[o] processo produtivo para os diferentes segmentos da confeitaria de açúcar e pastilhas elásticas é diferente”,⁴¹ exigindo “[...] linhas de produção, máquinas e ingredientes diferentes”,⁴² nomeadamente “[a] goma utilizada como matéria-prima na produção de pastilhas [que] é diferente da que está na base de produção de gomas propriamente ditas”,⁴³ pelo que “[n]ão é fácil, antes implicando custos muito significativos, converter uma unidade de produção de gomas, p. ex., numa unidade de produção de [pastilhas elásticas] ou vice-versa”.⁴⁴
39. Quando ao segmento das pastilhas elásticas em específico, a sua produção com ou sem açúcar na sua composição “[...] é essencialmente a mesma, pois é uma questão de substituir o açúcar por outro input”.⁴⁵
40. Assim, da avaliação da informação decorrente tanto da investigação de mercado realizada como da documentação interna das Partes resulta que não existe substituíbilidade do lado da procura entre pastilhas elásticas e os outros produtos de confeitaria à base de açúcar. De igual modo, de acordo com a investigação de mercado realizada, não estão verificadas as condições que permitiriam alargar o mercado de produto relevante tendo em conta a substituíbilidade do lado da oferta.
41. Nesse sentido, a AdC irá analisar os impactos jusconcorrenciais da operação de concentração no **mercado das pastilhas elásticas**.
42. O referido mercado relevante englobará pastilhas elásticas sem açúcar e pastilhas elásticas com açúcar, uma vez que a adoção de uma delimitação mais restrita (i.e.,

³⁹ Ata da reunião com a Fini (E-AdC/2023/1370, de 23.02.2023).

⁴⁰ Vide Linhas de Orientação da AdC, § 1.2.8 - § 1.2.18.

⁴¹ Ata da reunião com a Vidal (E-AdC/2023/4281, de 06.07.2023). Vide igualmente Ata da reunião com a Mercadona (E-AdC/2023/1544, de 01.03.2023).

⁴² Ata da reunião com a Lusiteca (E-AdC/2023/1505, de 28.02.2023).

⁴³ *Idem* nota de rodapé 41.

⁴⁴ Ata da reunião com a Fini (E-AdC/2023/1370, de 23.02.2023).

⁴⁵ *Idem*.

segmentando o mercado) não influenciará as conclusões da avaliação jusconcorrencial da operação de concentração como mais à frente se verá.

43. Adicionalmente, as pastilhas elásticas da marca de distribuição serão igualmente incluídas no mercado relevante juntamente com as pastilhas elásticas da marca do produtor, uma vez que também neste caso a adoção de uma delimitação mais restrita não alterará as conclusões da avaliação jusconcorrencial da operação de concentração como também mais à frente se verá.

Segmentação por canal

44. De referir que a AdC tem adotado, quando aplicável, uma segmentação de mercado em função dos diferentes canais de distribuição.⁴⁶
45. As razões para uma autonomização do mercado do produto em função dos canais de distribuição têm sido as seguintes: a diferenciação ao nível das respetivas estruturas da procura, os diferentes níveis de preços praticados e margens e as diferentes dimensões e tipos de embalagens, consoante o canal a que se destinam.⁴⁷
46. *In casu*, pelas razões acima expostas, importará, por um lado, analisar o mercado das pastilhas elásticas tendo em conta o conjunto dos canais de distribuição em Portugal e, por outro, autonomizar a análise do impacto da operação notificada em função dos canais de distribuição, a saber: i) canal da distribuição moderna organizada (grande distribuição); ii) *Cash&Carry*; e iii) canal tradicional (distribuidores e armazenistas), tal como definidos de seguida.
47. A AdC procederá à avaliação do impacto jusconcorrencial da operação notificada nos dois planos de análise acima referidos, importando desde já referir que a análise por canal de distribuição corrobora as conclusões da análise ao impacto da operação no conjunto dos canais de distribuição de pastilhas elásticas em Portugal.

4.2. Mercado Geográfico Relevante

48. A Notificante considera que o mercado geográfico relevante tem uma delimitação correspondente ao território nacional.
49. Por seu turno, a investigação de mercado levada a cabo pela AdC permitiu a recolha de elementos que corroboram a delimitação geográfica apresentada pela Notificante, na medida em que, de acordo com os diversos agentes de mercado, as preferências dos consumidores variam de país para país, o que se reflete, nomeadamente, na importância relativa das marcas de pastilhas elásticas.⁴⁸

⁴⁶ Ver, por exemplo, Decisão na Ccent. n.º 22/2008 – Sumolis/Compal, de 14 de agosto de 2008, § 19.

⁴⁷ *Idem*, § 20.

⁴⁸ Ata da reunião com a Mars (E-AdC/2023/1938, de 17.03.2023); Ata da reunião com a Vidal (E-AdC/2023/4281, de 06.07.2023); Ata da reunião com a Aldi (E-AdC/2023/1851, de 15.03.2023); Ata da reunião com a Auchan (E-AdC/2023/1696, de 07.03.2023); Ata da reunião com a Cooplecnorte (E-AdC/2023/2149, de 29.03.2023); Ata da reunião com o El Corte Inglés (E-AdC/2023/2214, de 31.03.2023); Ata da reunião com a Euromadi (E-AdC/2023/2591, de 17.04.2023); Ata da reunião com o Lidl (E-AdC/2023/2911, de 05.05.2023); Ata da reunião com a Modelo Continente (E-AdC/2023/1981, de 20.02.2023); Ata da reunião com a Recheio (E-AdC/2023/1901, de 16.03.2023).

50. A título de exemplo, os *stakeholders* consultados na investigação de mercado realizaram comparações com Espanha, na medida em que a marca de pastilhas elásticas “Orbit”, da Mars, assume uma importância destacada nesse país, o que não acontece em Portugal, onde a marca “Trident”, um dos ativos do Negócio Adquirido, lidera no segmento das pastilhas elásticas, relegando a “Orbit” para uma posição de reduzida importância,⁴⁹ como se verá na análise subsequente.
51. Tendo em consideração os argumentos expostos, a AdC aceita a delimitação geográfica proposta pela Notificante e, como tal, circunscreverá ao território nacional a avaliação dos impactos jusconcorrenciais decorrentes da presente operação de concentração.

4.3. Conclusão do Mercado Relevante

52. Em face do exposto, a AdC analisará, para efeitos da presente operação de concentração, o mercado relevante das pastilhas elásticas em Portugal, bem como o impacto da operação nas diversas segmentações do mesmo que possam relevar para apurar os efeitos da transação.

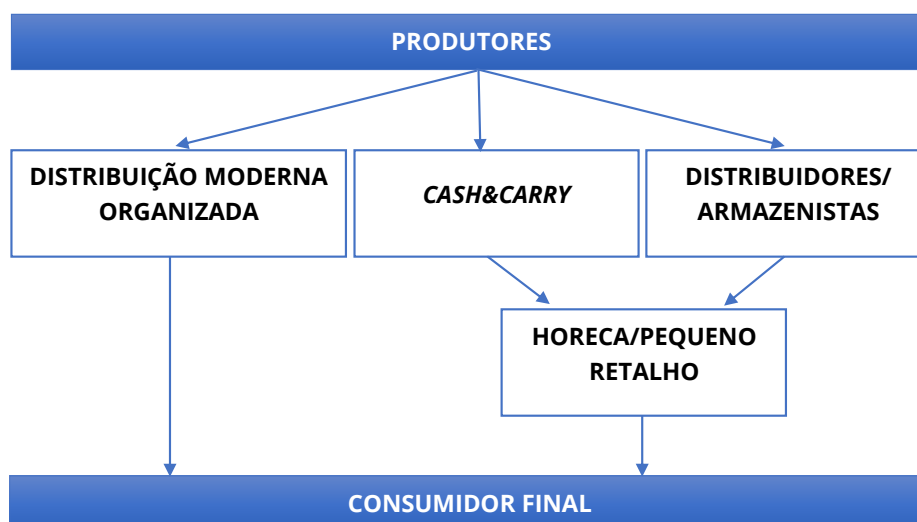
5. AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

5.1. A cadeia de valor do mercado das pastilhas elásticas

53. Tal como ilustrado *infra*, a cadeia de valor das pastilhas elásticas, desde o produtor até ao consumidor final, caracteriza-se pela existência, grosso-modo, de três canais distintos: (i) canal da distribuição moderna organizada (grande distribuição); (ii) *Cash&Carry*; e (iii) canal tradicional (distribuidores e armazenistas).

Figura 3 – Cadeia de Valor das Pastilhas Elásticas

⁴⁹ Ata da reunião com a Mars (E-AdC/2023/1938, de 17.03.2023); Ata da reunião com a ADISCO (E-AdC/2023/1980, de 20.03.2023); Ata da reunião com a Aldi (E-AdC/2023/1851, de 15.03.2023); Ata da reunião com a Auchan (E-AdC/2023/1696, de 07.03.2023); Ata da reunião com o Dia (E-AdC/2023/1838, de 15.03.2023); Ata da reunião com a Euromadi (E-AdC/2023/2591, de 17.04.2023).



54. Como nota introdutória, refira-se que os produtores identificados correspondem, por um lado, aos fabricantes de pastilhas elásticas de marcas de produtor (PVM, Mondelez, Lusiteca, Mars, Fini e Vidal) e, por outro lado, aos fabricantes de pastilhas elásticas de marcas de distribuição.⁵⁰
55. O **canal da distribuição moderna organizada** é constituído pelas grandes cadeias de distribuição, a saber: Modelo Continente, Pingo Doce, Lidl, Auchan, Mercadona, Aldi, Dia, El Corte Inglés, Intermarché e E.Leclerc.⁵¹
56. Da investigação de mercado resulta que estas entidades negociam diretamente com os fabricantes a aquisição de pastilhas elásticas de marcas do produtor e procedem de modo idêntico no que se refere à compra de pastilhas elásticas de marcas de distribuição, embora, neste caso, realizem o acompanhamento do produto em desenvolvimento para que o mesmo cumpra as especificações previamente requeridas.^{52,53}
57. Nos estabelecimentos acima referidos no ponto 55, as pastilhas elásticas são habitualmente comercializadas em duas zonas distintas, em concreto, nas prateleiras (zona do linear) e no *check out* (zona de pagamento), ocorrendo nesta última as vendas por impulso, que representam o maior peso no total da faturação destes produtos.

⁵⁰ Note-se que, entre as empresas ativas no fabrico de pastilhas elásticas de marcas de produtor, apenas a Fini produz para marcas de distribuição (*vide* ata da reunião com a Fini (E-AdC/2023/1370, de 23.02.2023)).

Os restantes produtores de MDD são empresas que se dedicam apenas ao fabrico de pastilhas para a grande distribuição e foram identificados no âmbito da investigação de mercado.

⁵¹ As empresas da insígnia E.Leclerc abastecem-se através da cooperativa Cooplecnorte – Ata da reunião com a E.Leclerc (E-AdC/2023/2149, de 29.03.2023). Também o Intermarché se abastece através da sua central de compras, o ITMP Alimentar – Ata da reunião com o Intermarché (E-AdC/2023/4349, de 10.07.2023).

⁵² Ata da reunião com a Fini (E-AdC/2023/1370, de 23.02.2023); Ata da reunião com a Modelo Continente (E-AdC/2023/1981, de 20.02.2023).

⁵³ Entre as cadeias de distribuição mencionadas, o Intermarché é a única que não comercializa pastilhas elásticas de MDD – Ata da reunião com o Intermarché (E-AdC/2023/4349, de 10.07.2023).

58. O **canal do Cash&Carry** engloba os operadores grossistas, de loja aberta, Recheio, Makro e associados da Euromadi,⁵⁴ que compram diretamente as marcas de pastilhas elásticas aos produtores, para posterior revenda ao canal HORECA e pequenos retalhistas. Importa realçar que o modelo de negócio destes estabelecimentos assenta numa lógica de *pick-up*, dado que os clientes se deslocam diretamente ao local para comprar e transportar os produtos adquiridos.
59. Por fim, o **canal tradicional** é constituído pelos pequenos distribuidores e armazenistas sem loja aberta,⁵⁵ dos quais constam, entre outros, as empresas do ADISCO,⁵⁶ os distribuidores da Matudis e a VASP. Estas entidades adquirem os produtos diretamente junto dos fabricantes, revendendo-os e procedendo ao respetivo transporte até ao canal HORECA e estabelecimentos do pequeno retalho, nos quais se incluem mercearias, quiosques e tabacarias.

5.2. Entendimento da Notificante

60. De modo a estimar a dimensão total do mercado das pastilhas elásticas, bem como as quotas de mercado das Partes e dos concorrentes, a Notificante utilizou dados agregados de vendas aos clientes finais (em caixa ou dados *sell-out*) fornecidos pela Nielsen, numa base anual, por fabricante. Estas informações foram recolhidas através de duas fontes:⁵⁷
- Nielsen MarketTrack, que corresponde ao padrão industrial para avaliar a dinâmica e o funcionamento do mercado, na medida em que agrega dados de pontos de venda de hipermercados e supermercados;
 - Nielsen INCM, que contempla estabelecimentos do canal HORECA, nomeadamente hotéis, restaurantes, cafés, *snack-bars* e HORECA organizado, ou seja, pontos de venda que fornecem refeições e que possuem pelo menos quatro lojas com o mesmo nome.
61. Tendo somado os volumes e valores de vendas dos segmentos mencionados, foram obtidas, por referência às Partes, as quotas de mercado que se apresentam na tabela *infra*:

⁵⁴ Note-se que a Euromadi é uma central de serviços que “[...] *agrega um conjunto de operadores independentes*”, nomeadamente estabelecimentos *Cash&Carry*, “*permitindo-lhes maior poder negocial na relação com os fornecedores*” – Ata da reunião com a Euromadi (E-AdC/2023/2591, de 17.04.2023).

⁵⁵ Ata da reunião com a Lusiteca (E-AdC/2023/1505, de 28.02.2023).

⁵⁶ Refira-se que “[o] ADISCO é um agrupamento complementar de empresas (...) distribuidoras” que “*visa a obtenção das melhores condições de transação junto de fornecedores, funcionando como central de compras para as empresas do agrupamento*” – Ata da reunião com o ADISCO (E-AdC/2023/1980, de 20.03.2023).

⁵⁷ Resposta à Q.3 do primeiro pedido de elementos à Notificante (E-AdC/2023/1298, de 17.02.2023).

Tabela 3 – Quotas de mercado das Partes no mercado das pastilhas elásticas, segundo a Notificante

Partes	2020		2021		2022	
	Volume	Valor	Volume	Valor	Volume	Valor
PVM	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Negócio Adquirido	[60-70]%	[80-90]%	[70-80]%	[80-90]%	[60-70]%	[80-90]%
Quota Conjunta	[70-80]%	[80-90]%	[70-80]%	[80-90]%	[70-80]%	[80-90]%

Fonte: Notificante, com bases em dados de mercado da Nielsen.

62. No entanto, em resposta a pedido de elementos da AdC, é referido que os dados de mercado fornecidos pela Nielsen não cobrem a totalidade das pastilhas elásticas comercializadas em Portugal, apresentando limitações ao nível da recolha de dados, as quais relevam identificar:⁵⁸
- alguns supermercados, como é o caso do Lidl e do Aldi, não autorizam o acesso aos seus dados, de modo que a Nielsen apenas consegue fornecer uma estimativa das suas vendas;
 - a importância das MDD não se encontra totalmente refletida;
 - a sua avaliação do canal HORECA (Nielsen INCM) assenta numa metodologia de auditoria de amostras e dados de digitalização de pontos de venda HORECA organizados, contemplando apenas uma seleção de estabelecimentos, o que limita a abordagem;
 - os pontos de venda do canal tradicional, entre os quais lojas de conveniência, quiosques e postos de abastecimento de combustível, não são abrangidos.
63. Desta forma, na resposta ao acima mencionado pedido de elementos ficou claro que a Nielsen considera cobrir [Confidencial segredo de negócio de um consultor que participou no processo], atendendo a que não lhe é possível obter dados referentes, nomeadamente, às vendas efetuadas pelos pequenos retalhistas, de modo que o canal tradicional não é considerado nesta análise.⁵⁹ Como tal, de acordo com a Notificante, a dimensão do mercado encontrar-se-á subavaliada e as quotas de mercado das Partes estarão sobrevalorizadas.^{60, 61}

⁵⁸ Resposta à Q.7 do primeiro pedido de elementos à Notificante (E-AdC/2023/1298, de 17.02.2023).

⁵⁹ *Idem*.

⁶⁰ Vide ponto 5.1 do FN, § 131.

⁶¹ Em alternativa à Nielsen, a Notificante apresenta estimativas tendo por referência a Euromonitor, que cobre uma dimensão superior do mercado, dado que engloba igualmente o canal tradicional. De acordo com esta fonte, a quota de mercado, em valor, do Negócio Adquirido no mercado das pastilhas elásticas, incluindo MDD, tal como considerado para efeitos da presente análise, correspondeu a **[50-60]%**, em 2021 (resposta à Q.7 do primeiro pedido de elementos à Notificante – E-AdC/2023/1298, de 17.02.2023). Todavia, a Euromonitor não apresenta estimativas referentes à Adquirente, pelo que, tal como a Nielsen, não consegue cobrir o mercado na sua totalidade.

5.3. Análise do mercado

5.3.1. Enquadramento da investigação de mercado

64. De modo a ultrapassar as limitações da base de dados da Nielsen apresentada pela Notificante e, por conseguinte, elaborar uma estrutura de oferta que represente da melhor forma possível a realidade do mercado em análise, a AdC realizou, tal como explicado anteriormente, uma investigação de mercado, a partir da qual foi possível a obtenção de dados de vendas de pastilhas elásticas de marcas de produtor e de marcas de distribuição, nos moldes que serão expostos *infra*.
65. Antes de mais, importa realçar que, enquanto a Nielsen utiliza dados relativos a vendas em caixa, resultantes, por isso, do contacto direto dos operadores retalhistas com os consumidores finais, os dados obtidos pela AdC têm por referência um estágio da cadeia de valor situado mais a montante, onde se encontram os produtores (i.e., dados de *sell-in*), o que permite melhor captar a dimensão do mercado das pastilhas elásticas na totalidade dos canais de distribuição, a posição relativa de cada operador e a existência de poder de mercado.
66. Atendendo a que cada canal de distribuição tem, como apresentado *supra* (vide secção 5.1), as suas especificidades, a análise conduzida pela AdC foi igualmente segmentada de acordo com os canais da grande distribuição, *Cash&Carry* e canal tradicional.
67. Por conseguinte, foram solicitados, tendo por referência os últimos três anos (2020-2022), dados relativos ao volume e valor de vendas de pastilhas elásticas de marca do produtor efetuadas tanto pelas Partes como também pelos seus concorrentes em cada um dos canais de distribuição.
68. No que se refere às pastilhas elásticas de MDD, e atendendo a que se desconheciam *a priori* as entidades que se dedicam a este tipo de fabrico, foram solicitados dados, em volume e em valor, de compras de MDD realizadas pelas cadeias da grande distribuição⁶² diretamente junto dos seus fornecedores, o que afasta a contabilização da margem do grande retalho.
69. Não obstante a AdC considerar, para efeitos da presente análise, que o mercado relevante engloba o conjunto das pastilhas elásticas na sua dimensão mais lata, foi adicionalmente solicitada, por referência às vendas de marcas do produtor e às compras no caso das MDD, a segmentação em pastilhas elásticas com açúcar e sem açúcar.
70. Desta forma, a AdC realizará a análise dos efeitos horizontais decorrentes da presente operação de concentração no conjunto dos canais de distribuição, bem como de forma segmentada por canal, a saber: grande distribuição, *Cash&Carry* e distribuição tradicional.

5.3.2. Mercado das pastilhas elásticas no conjunto dos canais de distribuição, em Portugal

71. O mercado nacional das pastilhas elásticas, considerando todos os canais de distribuição, é caracterizado pela presença de seis empresas fabricantes de marcas do

⁶² Resulta da investigação de mercado que apenas os estabelecimentos da grande distribuição comercializam pastilhas elásticas de marcas da distribuição.

produtor, a PVM e a Mondelez, atual detentora do negócio a adquirir, assim como a Lusiteca, a Fini, a Mars e a Vidal. A estas acrescenta-se um conjunto de operadores da grande distribuição, que comercializam pastilhas elásticas de marcas de distribuição.⁶³

72. Em 2021, a dimensão deste mercado em volume foi de **[1400-1500]** toneladas, com um valor de **[15-20]** milhões de euros. O mercado observou uma tendência de crescimento em 2022, ano no qual o mercado referido atingiu um volume equivalente a **[1700-1800]** toneladas e um valor de **[20-25]** milhões de euros.⁶⁴
73. A tabela *infra* ilustra a estrutura de oferta deste mercado, com a respetiva apresentação das quotas em volume e em valor, para 2020, 2021 e 2022.

Tabela 4 – Estrutura de oferta do mercado das pastilhas elásticas, em Portugal⁶⁵

Concorrentes	2020		2021		2022	
	Volume	Valor	Volume	Valor	Volume	Valor
PVM	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Negócio Adquirido	[60-70]%	[70-80]%	[60-70]%	[70-80]%	[50-60]%	[70-80]%
Quota Conjunta	[60-70]%	[70-80]%	[60-70]%	[70-80]%	[60-70]%	[70-80]%
Lusiteca	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%
Fini	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%	[0-5]%
Mars	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Vidal	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Mercadona	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Modelo Continente	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Pingo Doce	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Lidl	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%
Auchan	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Dia	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Aldi	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
E'Leclerc	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
El Corte Inglés	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Total do Mercado	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: Cálculos da AdC com base nos dados fornecidos pela Notificante e respetivos concorrentes.

74. Da análise da estrutura de oferta relativa ao mercado nacional das pastilhas elásticas, observa-se que o Negócio Adquirido detém uma posição destacada no contexto

⁶³ Mercadona, Modelo Continente, Pingo Doce, Lidl, Auchan, Dia, Aldi, E'Leclerc e El Corte Inglés.

⁶⁴ A dimensão do mercado, em volume, é superior à apresentada pela Notificante no FN, o que é indicativo da maior abrangência da investigação de mercado da AdC por comparação com os dados Nielsen. Por outro lado, o valor total de mercado é inferior, na medida em que o estágio a montante, no qual se debruçou a investigação da AdC, não engloba as margens impostas pelos retalhistas.

⁶⁵ As quotas de mercado em volume foram calculadas com base na medição em quilogramas (ou toneladas). Por outro lado, as quotas em valor foram calculadas tendo por referência os dados de vendas, em euros, dos fabricantes de MDP, bem como os dados de compras realizadas pelas cadeias de grande distribuição aos seus fornecedores de MDD.

anterior à operação notificada, com a restante quota a ser repartida pelos demais operadores do mercado, dos quais consta a Adquirente.

75. Importa igualmente realçar, desde logo, a evidente estabilidade de quotas de mercado ao longo dos anos, nomeadamente por referência às Partes, como se conclui pela análise da estrutura de oferta acima.⁶⁶
76. Em resultado da presente operação de concentração, a PVM – que, em 2022, detinha quotas de mercado de [0-5]% e de [0-5]%, respetivamente em volume e em valor⁶⁷ – passará, por via da aquisição do negócio das pastilhas elásticas da Mondelez,⁶⁸ a deter uma quota de [60-70]% e de [70-80]%, respetivamente em volume e em valor.
77. No cenário pós-concentração, a PVM passará a ser o principal operador de mercado, apresentando aproximadamente o [CONFIDENCIAL – segredo de negócio] da dimensão, em volume, do conjunto dos restantes fabricantes de pastilhas elásticas de marca do produtor e mais (i.e., cerca de [CONFIDENCIAL – segredo de negócio]) do que a totalidade dos concorrentes, entre os quais as entidades detentoras de marcas de distribuição.
78. No que se refere à dimensão em valor, a Adquirente tornar-se-ia cerca de [CONFIDENCIAL – segredo de negócio] vezes maior do que os seus concorrentes de marca do produtor e assumiria sensivelmente o [CONFIDENCIAL – segredo de negócio] da dimensão de todos os operadores do mercado, independentemente da sua tipologia.
79. De facto, o mercado em análise apresenta níveis de concentração significativamente elevados, uma vez que o *Índice de Herfindahl-Hirschman* (“IHH”) pós-operação é de [5000-6000] pontos, em resultado de um *delta* de [300-400] pontos.⁶⁹

⁶⁶ Complementarmente, refira-se que [CONFIDENCIAL – segredo de negócio].

⁶⁷ A quota de mercado da PVM, em volume, resulta da soma das quotas da “Mentos Gum” ([0-5]%) e da “Happydent” ([0-5]%). Por outro lado, a quota de mercado em valor desagrega-se em [0-5]% e [0-5]%, correspondente, respetivamente, à quota da “Mentos Gum” e da “Happydent”.

⁶⁸ A quota de mercado de [50-60]%, em volume, do Negócio Adquirido, é decomposta da seguinte forma pelas marcas que o compõem: [50-60]%, da “Trident”; [0-5]%, da “Chiclets”; [0-5]%, da “Bubbaloo”; e [0-5]%, da “Bubblicious”. Por seu turno, a quota de [70-80]%, em valor, desagrega-se em: [60-70]%, da “Trident”; [5-10]%, da “Chiclets”; [0-5]%, da “Bubbaloo”; e [0-5]%, da “Bubblicious” (vide Anexo 2 facultado pela Notificante no âmbito da resposta a pedido de elementos – E-AdC/2023/5029, de 03.08.2023).

⁶⁹ Nos termos das Linhas de Orientação da AdC, “[o] *Índice de concentração Herfindahl-Hirschman* (IHH) leva em consideração o número total de empresas no mercado e a sua dimensão relativa. Este indicador resulta da soma dos quadrados das quotas de todas as empresas participantes no mercado. A variação no IHH resultante da operação de concentração - designada por *delta* - corresponde à diferença entre o valor do IHH projetado para o cenário pós-operação e o valor daquele índice pré-operação, e capta o impacto da operação no nível de concentração do mercado, levando em consideração a dimensão relativa das partes. O IHH após a concentração é calculado no pressuposto de que as quotas de mercado das empresas se mantêm inalteradas face ao cenário pré-operação” (§ 2.2.29).

80. Atendendo a que o *IHH* pós-operação é superior a 2000, sendo o *delta* igualmente superior a 150, não se pode excluir que a operação de concentração em análise seja suscetível de redundar em problemas jusconcorrenciais de natureza horizontal.⁷⁰
81. Como referido anteriormente, a avaliação jusconcorrencial manter-se-ia ainda que as marcas de distribuição,⁷¹ com quotas de mercado agregadas de **[10-20]**% e **[10-20]**%, respetivamente em volume e em valor, não fossem incluídas na estrutura de oferta do mercado das pastilhas elásticas. Neste cenário, o peso relativo das Partes na operação e os inerentes índices de concentração seriam aumentados.⁷²
82. Adicionalmente, a análise dos impactos jusconcorrenciais também não se alteraria caso o mercado fosse analisado de forma mais restrita. Com efeito, no hipotético segmento de mercado das pastilhas elásticas sem açúcar, a PVM detinha, em 2022, quotas de mercado correspondentes a **[0-5]**% e **[0-5]**%, respetivamente em volume e em valor. No cenário pós-operação, a inclusão da “Trident” e da “Chiclets” no portefólio de pastilhas elásticas sem açúcar da Adquirente levaria a que estas quotas da PVM atingissem **[70-80]**% e **[80-90]**%, respetivamente em volume e valor.^{73,74}
83. Em face do exposto, não se poderia excluir, nesta fase do procedimento e na ausência de compromissos, que a operação notificada pudesse ser suscetível de resultar em preocupações de natureza jusconcorrencial, ainda que o acréscimo de quota decorrente da mesma seja relativamente diminuto em resultado, designadamente, do facto de a Notificante dispor de quotas pré-concentração reduzidas.
84. Atendendo a que o impacto esperado da operação notificada poderia, eventualmente, diferir entre a grande distribuição, *Cash&Carry* e comércio tradicional, a AdC analisou, também, os potenciais efeitos da operação no mercado das pastilhas elásticas por referência a cada um destes canais.

⁷⁰ De acordo com as Linhas de Orientação da AdC, tendo por base as *Orientações para a apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas* (Jornal Oficial C 31 de 05.02.2024), considera-se que seja pouco provável a identificação de problemas jusconcorrenciais nos seguintes cenários: (i) *IHH* pós-operação inferior a 1000; (ii) *IHH* pós-operação entre 1000 e 2000, com um *delta* inferior a 250; e (iii) *IHH* superior a 2000, com um *delta* inferior a 150 (§§ 2.2.34-35).

⁷¹ Vide nota de rodapé 63.

⁷² De facto, neste cenário, a entidade resultante da operação de concentração reforçaria a sua quota de mercado em valor para **[80-90]**%. O *IHH* pós-operação corresponderia a **[7000-8000]**, em resultado de um *delta* de **[400-500]** pontos.

⁷³ Para efeitos de completude, e tendo por referência o hipotético segmento das pastilhas elásticas sem açúcar, o *IHH* pós-operação de concentração, em valor, seria **[6000-7000]** pontos, em resultado de um *delta* de **[400-500]** pontos.

⁷⁴ No hipotético segmento das pastilhas elásticas com açúcar não existiria sobreposição, na medida em que a PVM apenas produz pastilhas sem açúcar. Ainda assim, o Negócio Adquirido, representado pelas marcas “Bubbalo” e “Bubblicious”, registou, em 2022, quotas de **[10-20]**% e **[20-30]**%, em volume e em valor, respetivamente.

5.3.3. Mercado das pastilhas elásticas por canal de distribuição, em Portugal

5.3.3.1 Canal da grande distribuição

85. O canal da grande distribuição caracteriza-se pela presença de cinco empresas fabricantes de pastilhas elásticas de marcas do produtor, das quais constam a Adquirente e o Negócio Adquirido, bem como a Lusiteca, Mars e Vidal,⁷⁵ juntando-se-lhes nove cadeias da grande distribuição detentoras de pastilhas elásticas de marcas de distribuição.
86. O canal da grande distribuição ascendeu, em 2020, a um volume aproximado de **[800-900]** toneladas de pastilhas elásticas, o que correspondeu a um valor de cerca de **[10-20]** milhões de euros. Em 2021, a dimensão deste mercado em volume foi de **[800-900]** toneladas, com um valor de **[10-20]** milhões de euros. A tendência de crescimento do mercado continuou em 2022, tendo a dimensão total alcançado um volume equivalente a **[1000-1100]** toneladas e um valor de **[10-20]** milhões de euros.
87. A tabela *infra* ilustra a estrutura de oferta deste segmento, com a respetiva apresentação das quotas em volume e em valor, para 2020, 2021 e 2022.

Tabela 5 - Oferta de pastilhas elásticas no canal da grande distribuição, em Portugal

	2020		2021		2022	
	Volume	Valor	Volume	Valor	Volume	Valor
PVM	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Negócio Adquirido	[60-70]%	[70-80]%	[60-70]%	[70-80]%	[60-70]%	[60-70]%
Quota Conjunta	[60-70]%	[70-80]%	[60-70]%	[70-80]%	[60-70]%	[60-70]%
Lusiteca	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Mars	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Vidal	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Mercadona	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[10-20]%
Modelo Continente	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Pingo Doce	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Lidl	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%
Auchan	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Dia	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Aldi	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
E'Leclerc	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
El Corte Inglés	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Total de Mercado	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: Cálculos da AdC com base nos dados fornecidos pela Notificante e respetivos concorrentes.⁷⁶

⁷⁵ Como se verá adiante, a Fini apenas comercializa pastilhas elásticas no canal tradicional.

⁷⁶ Note-se que, não obstante a Notificante ter identificado a VASP como cliente da PVM no canal da grande distribuição (*vide* Anexo 9 facultado pela Notificante no âmbito da resposta à Q.9 do primeiro

88. No cenário pré-operação de concentração em análise, e para o ano de 2022, o canal da distribuição moderna tem como principal operador o Negócio Adquirido, seguindo-se-lhe, a uma larga diferença, duas empresas detentoras de marcas de distribuição, a saber, a Mercadona e o Lidl, que atingiram uma quota inclusive superior, em volume e em valor, por comparação com as demais entidades titulares de marcas do produtor.
89. Com a concretização da operação de concentração em causa, a PVM verá a sua quota neste canal, em volume, aumentar de [0-5]% para [60-70]%, enquanto a respetiva quota em valor passará de [0-5]% para [60-70]%, tendo por referência o ano de 2022.⁷⁷
90. A aquisição do negócio das pastilhas elásticas da Mondelez permitiria à PVM atingir uma dimensão, em volume, mais de [CONFIDENCIAL – segredo de negócio] vezes superior à dimensão agregada dos restantes fabricantes de pastilhas elásticas de marca do produtor, tornando-se, em valor, [CONFIDENCIAL – segredo de negócio] vezes maior face a estes. Por outro lado, a Adquirente alcançaria mais do [CONFIDENCIAL – segredo de negócio] da dimensão, em volume e em valor, de todos os operadores do mercado, independentemente de estes deterem marcas do produtor ou marcas de distribuição.
91. Em particular, a oferta neste canal distingue-se dos outros canais nomeadamente pela presença de marcas de distribuição,⁷⁸ que representaram, respetivamente, [20-30]% e [20-30]% do mercado, em volume e em valor, no ano de 2022.
92. No entanto, importa realçar que cada MDD é apenas detida pela cadeia de distribuição que opta pela sua comercialização, parecendo resultar da investigação de mercado que a sua introdução na oferta destas entidades tem por objetivo a constituição, por cada cadeia, de uma alternativa às marcas do produtor, com especial ênfase relativamente às marcas do Negócio Adquirido.⁷⁹

pedido de elementos – E-AdC/2023/1298, de 17.02.2023), a AdC realocou o respetivo volume de negócios ao canal tradicional, na medida em que a atividade da VASP se centra, de acordo com a própria, no abastecimento a estabelecimentos diversos, como papelarias, tabacarias, quiosques e *press centers* (Ata da VASP – E-AdC/2023/2168, de 29.03.2023).

⁷⁷ Refira-se que as quotas de mercado, em volume e em valor, da PVM, pertencem exclusivamente à “Mentos Gum”, uma vez que a “Happydent” não registou vendas às cadeias da grande distribuição, em 2022.

Quanto ao Negócio Adquirido, a quota de mercado de [60-70]%, em volume, divide-se da seguinte forma, em função das marcas: [50-60]%, da “Trident”; [0-5]%, da “Chiclets”; [0-5]%, da “Bubbaloo”; e [0-5]%, da “Bubblicious”. Em valor, a quota de [60-70]%, apresentada pelo Negócio Adquirido, é segmentada em: [60-70]%, da “Trident”; [0-5]%, da “Chiclets”; [0-5]%, da “Bubbaloo”; e [0-5]%, da “Bubblicious”.

⁷⁸ *Vide* nota de rodapé 63.

⁷⁹ Para efeitos de completude, releva identificar a Mercadona como a única cadeia de distribuição que vende exclusivamente pastilhas elásticas da sua marca de distribuição. Os restantes representantes da distribuição moderna comercializam igualmente pastilhas elásticas de marcas do produtor.

93. No que se refere à sua comercialização nos estabelecimentos da grande distribuição, as pastilhas elásticas encontram-se, tal como referido anteriormente, geralmente posicionadas nas prateleiras e na zona do *check out*.⁸⁰
94. Atendendo a que, de acordo com a investigação de mercado, a compra de pastilhas elásticas é habitualmente realizada por impulso, a zona do *check out* oferece maior exposição ao consumidor final, pelo que se torna economicamente mais vantajoso, do ponto de vista das entidades da distribuição moderna, a cedência deste espaço a marcas com maior volume de vendas, das quais se destaca a “Trident”, do Negócio Adquirido.

5.3.3.2 Canal do *Cash&Carry*

95. O canal do *Cash&Carry* é caracterizado pela presença apenas das empresas fabricantes de marca do produtor, ou seja, as Partes envolvidas na presente operação de concentração, bem como a Lusiteca, a Mars e a Vidal.
96. O canal do *Cash&Carry* ascendeu, em 2020, a um volume correspondente a cerca de [100-200] toneladas, com um valor aproximado de [0-5] milhões de euros. Em 2021, a dimensão deste mercado em volume foi de [100-200] toneladas, o que equivaleu a um valor de [0-5] milhões de euros. No ano de 2022, a dimensão total alcançou um volume equivalente a [200-300] toneladas e um valor de [0-5] milhões de euros.
97. A tabela *infra* ilustra a estrutura de oferta deste segmento, com a respetiva apresentação das quotas em volume e em valor, para 2020, 2021 e 2022.

Tabela 6 – Oferta de pastilhas elásticas no canal do *Cash&Carry* em Portugal

	2020		2021		2022	
	Volume	Valor	Volume	Valor	Volume	Valor
PVM	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Negócio Adquirido	[50-60]%	[70-80]%	[40-50]%	[70-80]%	[50-60]%	[70-80]%
Quota Conjunta	[50-60]%	[80-90]%	[40-50]%	[70-80]%	[50-60]%	[70-80]%
Lusiteca	[30-40]%	[5-10]%	[30-40]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%
Mars	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
Vidal	[5-10]%	[0-5]%	[10-20]%	[0-5]%	[10-20]%	[0-5]%
Total de Mercado	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: Cálculos da AdC com base nos dados fornecidos pela Notificante e respetivos concorrentes.⁸¹

⁸⁰ Adicionalmente, refira-se que o formato de venda das pastilhas elásticas varia consoante a zona na qual são expostas, pelo que estas são normalmente vendidas a avulso na zona linear e em formato individual na zona do *check out*.

⁸¹ No que respeita ao Negócio Adquirido, a Notificante apresentou ainda o canal de distribuição “Outros”, no qual incluiu clientes grossistas que, de acordo com a Mondelez, partilham características distintas daquelas evidenciadas pelos estabelecimentos da grande distribuição, *Cash&Carry* e distribuidores tradicionais. Trata-se de clientes que vendem maioritariamente para fora do território português e não mantêm uma relação estável com a própria Mondelez, uma vez que apenas efetuam encomendas esporádicas e compram produtos próximos do término do prazo de validade ou que não

98. Como se observa na tabela *supra*, o mercado das pastilhas elásticas no canal do *Cash&Carry* tem como principal operador o Negócio Adquirido, que apresenta quotas de mercado em valor superiores em 20 pontos percentuais face às respetivas quotas em volume.
99. Na sequência da operação notificada, a PVM registará um aumento da sua quota de mercado, quer em volume, que passará de **[0-5]**% para **[50-60]**%, quer em valor, que passará de **[0-5]**% para **[70-80]**%, com base nos dados referentes a 2022.⁸²
100. Por conseguinte, a Adquirente passará igualmente a ser, em resultado da presente concentração, o principal operador de pastilhas elásticas no canal do *Cash&Carry*, adquirindo, por referência ao concorrente mais próximo, cerca do [CONFIDENCIAL – segredo de negócio] da sua dimensão, em volume, bem como [CONFIDENCIAL – segredo de negócio] vezes a sua dimensão, em valor.

5.3.3.3 Canal tradicional

101. Por último, a oferta de pastilhas elásticas no canal tradicional é constituída pelas mesmas empresas presentes no canal de distribuição anterior, a estas juntando-se a Fini, que, segundo as informações disponibilizadas pela própria, realiza todas as suas vendas por esta via.
102. A dimensão deste segmento ascendeu, em 2020, a um volume correspondente a cerca de **[300-400]** toneladas, com um valor aproximado de **[0-5]** milhões de euros. Em 2021, a dimensão em volume foi de **[300-400]** toneladas, o que equivaleu a um valor de **[0-5]** milhões de euros. No ano de 2022, a dimensão total alcançou um volume equivalente a **[400-500]** toneladas e um valor de **[0-5]** milhões de euros.

podem ser comercializados no estado em que se encontram, porque precisam de ser novamente rotulados (*vide* resposta da Notificante à Q.3 do terceiro pedido de elementos - E-AdC/2023/2954, de 05.04.2023).

O volume de negócios gerado pela Mondelez junto destes clientes foi incluído na estrutura de oferta do mercado no conjunto dos canais de distribuição (*vide* Tabela 2 acima). Por outro lado, a AdC aceitou a justificação apresentada pela Notificante e, por isso, não alocou estes dados a nenhum dos canais de distribuição. Ainda assim, sendo esta tipologia constituída por clientes de *Cash&Carry* e distribuidores tradicionais, a AdC levou a cabo um exercício complementar para estes canais. Nesta medida, caso os volumes de negócios com estes clientes fossem incluídos no canal do *Cash&Carry*, as quotas da PVM e do Negócio Adquirido, em 2022, seriam **[0-5]**% e **[50-60]**%, em volume, e **[0-5]**% e **[80-90]**%, em valor, pelo que tal não alteraria a análise jusconcorrencial.

⁸² No que se refere à PVM, a quota de mercado de **[0-5]**%, em volume, desagrega-se da seguinte forma: **[0-5]**%, da “Mentos Gum”; e **[0-5]**%, da “Happydent”. Em valor, a quota de **[0-5]**% decompõe-se em **[0-5]**%, da “Mentos Gum”; e **[0-5]**% da “Happydent”.

Quanto ao Negócio Adquirido, a quota de **[50-60]**%, em volume, é decomposta como se apresenta seguidamente: **[30-40]**%, da “Trident”; **[0-5]**%, da “Chiclets”; **[0-5]**%, da “Bubbalo”; e **[5-10]**%, da “Bubblicious”. Em valor, a quota de **[70-80]**% decompõe-se em **[60-70]**%, da “Trident”; **[5-10]**%, da “Chiclets”; **[0-5]**%, da “Bubbalo”; e **[0-5]**%, da “Bubblicious”.

Tabela 7 – Oferta de pastilhas elásticas no canal tradicional, em Portugal

	2020		2021		2022	
	Volume	Valor	Volume	Valor	Volume	Valor
PVM	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
Negócio Adquirido	[50-60]%	[70-80]%	[50-60]%	[70-80]%	[40-50]%	[70-80]%
Quota Conjunta	[50-60]%	[80-90]%	[50-60]%	[80-90]%	[50-60]%	[80-90]%
Lusiteca	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%
Fini	[20-30]%	[5-10]%	[20-30]%	[5-10]%	[30-40]%	[10-20]%
Mars	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Vidal	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Total de Mercado	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: Cálculos da AdC com base nos dados fornecidos pela Notificante e respetivos concorrentes.⁸³

103. No canal tradicional, o Negócio Adquirido é também o principal operador, nomeadamente no que se refere à mensuração das quotas de mercado em valor. A dimensão do negócio das pastilhas elásticas da Mondelez é mais de [CONFIDENCIAL – segredo de negócio] vezes superior à do concorrente mais próximo.
104. A realização da concentração em análise terá como consequência o aumento significativo das quotas da Adquirente, as quais passarão de [0-5]% para [50-60]%, em volume, e de [0-5]% para [80-90]%, em valor.⁸⁴
105. Na sequência, e tendo por base as estruturas de oferta acima expostas, apresenta-se na tabela *infra* o impacto da operação notificada em cada um dos três canais de distribuição.

⁸³ No seguimento da nota de rodapé anterior, caso os volumes de negócios com os clientes da categoria “Outros” fossem incluídos no canal tradicional, as quotas da PVM e do Negócio Adquirido, em 2022, seriam [0-5]% e [50-60]%, em volume, e [0-5]% e [70-80]%, em valor, pelo que tal não alteraria a análise jusconcorrencial.

⁸⁴ No que diz respeito à PVM, a quota de mercado de [0-5]%, em volume, desagrega-se da seguinte forma: [0-5]%, da “Mentos Gum”; e [0-5]%, da “Happydent”. Em valor, a quota de [0-5]% decompõe-se em [0-5]%, da “Mentos Gum”; e [0-5]%, da “Happydent”.

Por referência ao Negócio Adquirido, a quota de [40-50]%, em volume, é decomposta como se apresenta seguidamente: [40-50]%, da “Trident”; [0-5]%, da “Chiclets”; [0-5]%, da “Bubbaloo”; e [0-5]%, da “Bubblicious”. Em valor, a quota de [70-80]% decompõe-se em [60-70]%, da “Trident”; [5-10]%, da “Chiclets”; [0-5]%, da “Bubbaloo”; e [0-5]%, da “Bubblicious”.

Tabela 8 – Métricas de concentração da oferta de pastilhas elásticas por canal de distribuição

Métrica	Grande Distribuição		Cash&Carry		Tradicional	
	Volume	Valor	Volume	Valor	Volume	Valor
IHH (pré-operação)	[4000-5000]	[4000-5000]	[3000-4000]	[6000-7000]	[3000-4000]	[6000-7000]
IHH (pós-operação)	[4000-5000]	[5000-6000]	[4000-5000]	[6000-7000]	[4000-5000]	[6000-7000]
Delta	[170-180]	[200-300]	[200-300]	[300-400]	[300-400]	[600-700]

Fonte: Cálculos da AdC com base nos dados das Partes e dos concorrentes.

106. Na medida em que, independentemente da dimensão ser mensurada em volume ou em valor, os IHH pós-operação são significativamente superiores a 2000 pontos, e observando-se *deltas* igualmente acima de 150 pontos, conclui-se pela existência de um elevado nível de concentração em todos os canais, o qual será agravado em resultado da operação notificada.
107. Assim, ainda que o acréscimo de quota decorrente da operação seja relativamente diminuto em resultado, designadamente, do facto de a Notificante dispor de quotas pré-concentração reduzidas, não se poderia excluir, nesta fase do procedimento e na ausência de compromissos, a suscetibilidade de a operação notificada redundar em problemas jusconcorrenciais de natureza horizontal.⁸⁵
108. Para além da caracterização da intensidade concorrencial, através da análise das estruturas de oferta, níveis de concentração medidos pelo IHH e respetivos *deltas*, releva ainda enumerar um conjunto de outros aspetos, apresentados seguidamente, que são passíveis de contribuir para a referida conclusão.

Tabela 9 – Margens médias brutas do negócio das pastilhas elásticas das Partes, por canal de distribuição, em 2022

	Grande Distribuição	Cash&Carry	Canal Tradicional
PVM	[Confidencial]%	[Confidencial]%	[Confidencial]%
Negócio Adquirido	[Confidencial]%	[Confidencial]%	[Confidencial]%

Fonte: Dados das Partes.⁸⁶

109. Em primeiro lugar, como se observa na tabela *supra*, as margens médias brutas geradas pelo negócio das pastilhas elásticas quer da PVM, quer do conjunto de marcas

⁸⁵ De acordo com as Linhas de Orientação da AdC, tendo por base as *Orientações para a apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas* (Jornal Oficial C 31 de 05.02.2024), considera-se que seja pouco provável a identificação de problemas jusconcorrenciais nos seguintes cenários: (i) IHH pós-operação inferior a 1000; (ii) IHH pós-operação entre 1000 e 2000, com um *delta* inferior a 250; e (iii) IHH superior a 2000, com um *delta* inferior a 150 (§§ 2.2.34-35).

⁸⁶ No que se refere aos dados de margens da PVM, *vide* Anexo 7 facultado pela Notificante no âmbito da resposta à Q.10 do primeiro pedido de elementos - E-AdC/2023/1298, de 17.02.2023. Quanto aos dados do Negócio Adquirido, *vide* resposta da Notificante à Q.9 do terceiro pedido de elementos - E-AdC/2023/2954, de 05.04.2023.

que integra o Negócio Adquirido, são [CONFIDENCIAL – segredo de negócio], comum aos diversos canais de distribuição.

110. Em segundo lugar, as estruturas de oferta evidenciam a existência de quotas de mercado relativamente estáveis ao longo dos anos, com particular foco para o Negócio Adquirido, que tem liderado de forma consecutiva em todos os canais de distribuição.
111. Tal parece demonstrar, por conseguinte, a importância das marcas já estabelecidas no mercado e respetiva notoriedade junto dos consumidores. Em particular, resultou da investigação de mercado que a reputação alcançada pela “Trident”, do Negócio Adquirido, decorreu, nomeadamente, de [Confidencial – segredo de negócio], que tem vindo a criar ao longo do tempo novas funcionalidades e hábitos de consumo, fidelizando o consumidor à marca e reduzindo, por conseguinte, o espaço de afirmação de marcas de outros concorrentes.⁸⁷
112. Neste contexto, a dificuldade de entrada e expansão de novos concorrentes,⁸⁸ em paralelo com a eliminação, através da operação notificada, de uma fonte de pressão concorrencial no mercado, revelam-se suscetíveis de acentuar as eventuais preocupações jusconcorrenciais decorrentes de todo o *supra* exposto.
113. Em terceiro lugar, nesta fase do procedimento e na ausência de compromissos, não se poderia excluir que da presente operação de concentração resultassem efeitos conglomerais (i.e. de portefólio) nos distintos canais de distribuição.
114. No canal da grande distribuição, a PVM passará a deter o controlo de dois produtos com presença relevante no *checkout* (a saber, “Chupa Chups” e pastilhas elásticas, nomeadamente “Trident”), podendo desta forma vir a, eventualmente, aumentar o seu poder negocial face aos seus clientes e a reduzir a capacidade concorrencial dos concorrentes por este espaço.⁸⁹ Passará, adicionalmente, a deter marcas de pastilhas elásticas com açúcar, o que aumentará o seu portefólio.
115. Também nos canais do Cash&Carry e tradicional, a PVM aumenta o seu portefólio de produtos, reforçando, eventualmente, a sua capacidade para adotar estratégias de vendas conjuntas (*cross-selling*) e, dessa forma, criar eventuais dificuldades de acesso

⁸⁷ Ata da reunião com a Fini (E-AdC/2023/1370, de 23.02.2023); Ata da reunião com a Lusiteca (E-AdC/2023/1505, de 28.02.2023); Ata da reunião com a Vidal, (E-AdC/2023/4281, de 06.07.2023); Ata da reunião com a ADISCO (E-AdC/2023/1980, de 20.03.2023); Ata da reunião com a Cooplecnorte (E-AdC/2023/2149, de 29.03.2023); Ata da reunião com a Modelo Continente (E-AdC/2023/1981, de 20.02.2023); Ata da reunião com o El Corte Inglés (E-AdC/2023/2214, de 31.03.2023); Ata da reunião com o Lidl (E-AdC/2023/2911, de 05.05.2023); Ata da reunião com a Euromadi (E-AdC/2023/2591, de 17.04.2023).

⁸⁸ Recentemente, o mercado das pastilhas elásticas teve apenas dois entrantes em Portugal: por um lado, a cadeia de supermercados Mercadona, que adota, no entanto, uma estratégia de mercado diferenciadora, na medida em que comercializa pastilhas elásticas exclusivamente da sua marca de distribuição; por outro lado, também a marca “True Gum” é recém-chegada no mercado nacional, oferecendo pastilhas elásticas *vegan*, sem açúcar e baseadas em ideais de sustentabilidade.

⁸⁹ Vide Ata da reunião com a Lusiteca (E-AdC/2023/1505, de 28.02.2023) e Ata da reunião com a Vidal (E-AdC/2023/4281, de 06.07.2023).

ao mercado — dada a muito limitada existência de alternativas — às marcas concorrentes da PVM e do Negócio Adquirido.⁹⁰

116. Em quarto lugar, os diversos *stakeholders* do mercado das pastilhas elásticas apontam o Negócio Adquirido como sendo o principal concorrente da PVM. No sentido inverso, e não **obstante o negócio das pastilhas elásticas da Mondelez se encontrar destacado dos demais** concorrentes, é igualmente referida a PVM como a principal força concorrencial destes outros operadores, pelo que da presente operação resulta a junção dos dois operadores de referência no mercado das pastilhas elásticas em território nacional.⁹¹
117. Caso a AdC considerasse o cenário mais restrito, referente ao **segmento de mercado das pastilhas elásticas sem açúcar**, no qual as Partes se sobrepõem, o impacto da concentração, em termos de quotas de mercado, ilustrar-se-ia de acordo com a tabela que de seguida se apresenta.⁹²

Tabela 10 – Quotas de mercado das Partes no segmento de mercado das pastilhas elásticas sem açúcar, por canal de distribuição, em 2022

	Grande Distribuição		Cash&Carry		Canal Tradicional	
	Volume	Valor	Volume	Valor	Volume	Valor
PVM	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%
Negócio Adquirido	[60-70]%	[70-80]%	[80-90]%	[90-100]%	[80-90]%	[80-90]%
Quota Conjunta	[70-80]%	[70-80]%	[90-100]%	[90-100]%	[80-90]%	[90-100]%

Fonte: Cálculos da AdC com base nos dados das Partes e dos concorrentes.

118. O cenário em causa abrange as marcas “Mentos Gum” e “Happydent”, da PVM, enquanto do lado do Negócio Adquirido apenas são consideradas as marcas “Trident” e “Chiclets”, uma vez que a “Bubbaloo” e a “Bubblicious” pertencem ao segmento das pastilhas elásticas com açúcar.⁹³
119. Não obstante as quotas de mercado mais elevadas, com particular evidência nos canais do *Cash&Carry* e tradicional, a análise tendo por base este cenário hipotético

⁹⁰ Vide Ata da reunião com a Lusiteca (E-AdC/2023/1505, de 28.02.2023).

⁹¹ Ata da reunião com a Fini (E-AdC/2023/1370, de 23.02.2023); Ata da reunião com a Lusiteca (E-AdC/2023/1505, de 28.02.2023); Ata da reunião com a Vidal, (E-AdC/2023/4281, de 06.07.2023); Ata da reunião com a Auchan (E-AdC/2023/1696, de 07.03.2023); Ata da reunião com a Dia (E-AdC/2023/1838, de 15.03.2023); Ata da reunião com o Modelo Continente (E-AdC/2023/1981, de 20.02.2013); Ata da reunião com a Cooplecnorte (E-AdC/2023/2149, de 29.03.2023);

⁹² Apesar da ausência de sobreposição no mercado das pastilhas elásticas com açúcar, o Negócio Adquirido, representado pelas marcas Bubbalo e Bubblicious, registou, em 2022, quotas de mercado, respetivamente em volume e valor, de [20-30]% e [10-20]%, no canal da grande distribuição; [10-20]% e [20-30]%, no canal do Cash&Carry; e [10-20]% e [20-30]%, no canal tradicional.

⁹³ No segmento de mercado das pastilhas elásticas com açúcar, estaríamos perante uma transferência de quota uma vez que apenas o Negócio Adquirido, através das marcas “Bubbaloo” e “Bubblicious”, se encontra presente.

não alteraria (não desagruaria) as conclusões da avaliação jusconcorrencial decorrente da operação de concentração em apreço acima referidas.^{94,95}

5.4. Conclusão

120. Atendendo (i) ao elevado grau de concentração do mercado das pastilhas elásticas em território nacional, com (ii) o Negócio Adquirido a ser o principal *player* de mercado em todos os canais de distribuição, (iii) apresentando margens médias brutas compatíveis com a existência de poder de mercado, e tendo igualmente em conta (iv) que da operação notificada resultará a eliminação de uma alternativa no mercado — ainda que o acréscimo de quota decorrente da operação seja relativamente diminuto em resultado, designadamente, do facto de a Notificante dispor de quotas pré-concentração reduzidas —, bem como (v) a existência de barreiras à entrada e expansão — resultantes, nomeadamente, mas sem exclusão, da notoriedade das marcas da Adquirida — não se pode excluir, *prima facie*, a suscetibilidade de a operação em apreço, tal como notificada e na ausência de compromissos, resultar em preocupações de natureza jusconcorrencial.

6. DOS COMPROMISSOS APRESENTADOS PELA NOTIFICANTE

6.1. Compromisso de 8 de maio

6.1.1. Descrição do compromisso

121. Em 8 de maio de 2023⁹⁶, a Notificante apresentou um pedido formal de discussão de compromissos nos termos e para os efeitos do disposto no n.º 1 do artigo 51.º da Lei da Concorrência, o qual suspendeu o prazo previsto no n.º 1 do artigo 49.º da mesma lei por um período de vinte dias úteis.⁹⁷
122. Fundamentando a sua proposta de compromissos, a Notificante refere o seguinte:

⁹⁴ Para efeitos de completude, o segmento das pastilhas elásticas sem açúcar teria, no canal da grande distribuição, os seguintes *IHH* pós-concentração e *delta*: [5000-6000] pontos e [200-300] pontos, em volume, e [5000-6000] pontos e [200-300] pontos, em valor. No canal do *Cash&Carry*, o *IHH* pós-concentração e *delta* seriam: em volume, [8000-9000] pontos e [800-900] pontos, e em valor, [8000-9000] pontos e [400-500] pontos. Quanto ao canal tradicional, o *IHH* pós-concentração e o *delta* atingiriam: [7000-8000] pontos e [1000-2000] pontos, em volume, e [8000-9000] pontos e [900-1000] pontos, em valor.

⁹⁵ Recorde-se que, no cenário de mercado das pastilhas elásticas com açúcar, não existe sobreposição, pelo que apenas se verificará uma mera transferência de quota. No entanto, tal não significa que este facto não tenha de ser analisado em termos de portefólio (*vide* § 115).

⁹⁶ E-AdC/2023/2958.

⁹⁷ De referir que este prazo de vinte dias úteis para análise de compromissos foi suspenso por via de pedidos de elementos (S-AdC/2023/1767, de 10.05.2023, e S-AdC/2023/2066, de 31.05.2023) relativos aos compromissos apresentados, nos termos do n.º 4 do artigo 49.º da Lei da Concorrência, aplicado por força do n.º 3 do artigo 51.º do mesmo diploma, terminando a referida suspensão com a receção dos elementos solicitados e da versão não confidencial dos mesmos, acompanhada da fundamentação das confidencialidades indicadas.

- que o mercado relevante deve incluir, pelo menos, os produtos de confeitaria à base de açúcar, nos quais se incluem as pastilhas elásticas;
- que neste mercado as quotas de mercado resultantes da operação são muito inferiores às que são estimadas considerando um mercado relevante incluindo apenas as pastilhas elásticas;
- que, em todo o caso, ainda que o mercado relevante fosse definido incluindo apenas pastilhas elásticas, de uma análise objetiva da estrutura do mercado e da posição dos diferentes intervenientes — incluindo fornecedores e distribuidores, modernos e tradicionais — resulta que as preocupações de natureza jusconcorrencial da AdC não têm fundamento;
- que o facto de nenhum terceiro ter apresentado observações no processo ou se ter registado como (contra) interessado confirma que a concentração não cria um risco para a concorrência;
- que, além disso, o acréscimo de quota resultante da operação notificada é muito reduzido, dado que a Notificante é um fornecedor com uma [Confidencial – segredo de negócio] em Portugal;
- que estes factos diferenciam claramente a operação notificada de outras concentrações com quotas de mercado elevadas;
- que outro fator de diferenciação muito significativo é o efetivo contrapoder negocial dos operadores da distribuição moderna;
- que o nível de concentração no segmento da distribuição moderna é muito elevado e que os principais supermercados beneficiam de poder de mercado na relação com os seus fornecedores; e
- que as únicas preocupações jusconcorreciais que poderão existir são as que dizem respeito à distribuição tradicional.

123. Com estes fundamentos, a Notificante **propôs o seguinte compromisso:**

- Adoção de medidas garantindo que, após a operação notificada [Confidencial – segredo de negócio].

124. O objetivo destas medidas, refere a Notificante, seria eliminar a alegada preocupação de exercício de poder de mercado no fornecimento de pastilhas elásticas [Confidencial – segredo de negócio] após a operação notificada.

125. Para o efeito, a Notificante identificaria [Confidencial – segredo de negócio].

6.1.2. Análise ao compromisso de 8 de maio

Enquadramento da análise

126. Nos termos previstos nas “Linhas de Orientação sobre a Adoção de Compromissos em Controlo de Concentrações” (“Linhas de Orientação sobre Compromissos”)⁹⁸, a AdC deve analisar os compromissos propostos pela Notificante no sentido de avaliar se os mesmos são adequados, suficientes, exequíveis e proporcionais para assegurar que a

⁹⁸ Aprovadas em 28.07.2011.

operação notificada, modificada pelos compromissos apresentados, não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva.⁹⁹

127. Os compromissos devem ser **eficazes**, ou seja, suscetíveis de eliminar (todas) as preocupações jusconcorrenciais identificadas, tendo-se ainda em consideração a necessária exequibilidade dos mesmos, avaliando-se a respetiva suscetibilidade de implementação e monitorização.^{100,101}
128. Os compromissos devem ainda ser **eficientes**, ou seja, corresponderem à solução com menores custos de entre aqueles suscetíveis de eliminar as preocupações jusconcorrenciais identificadas.¹⁰²
129. Os compromissos devem ainda ser **proporcionais**, ou seja, corresponderem ao necessário à eliminação das preocupações jusconcorrenciais identificadas, salvaguardando um equilíbrio entre a preocupação e o meio utilizado.¹⁰³
130. A Notificante deve fundamentar os compromissos propostos à luz dos problemas jusconcorrenciais identificados e dos princípios acima enunciados.^{104,105}
131. Tendo em conta os objetivos ou princípios normativos — acima expostos — que orientam a avaliação de compromissos, a AdC tem clara preferência por compromissos de natureza estrutural, em detrimento dos compromissos de natureza comportamental, em especial estando em causa operações ou efeitos de natureza horizontal.¹⁰⁶
132. No mesmo sentido apontam as *Lignes directrices de L'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations*, de 2020, que referem que os compromissos estruturais são particularmente adequados para obviar a problemas jusconcorrenciais resultantes de concentrações horizontais (da sobreposição horizontal de atividades), como é o caso da operação notificada.¹⁰⁷

⁹⁹ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 4.

¹⁰⁰ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 22 (i), primeiro parágrafo.

¹⁰¹ Apenas se aceitam compromissos que apresentem um elevado grau de certeza quanto aos efeitos pretendidos, garantindo o afastamento das preocupações identificadas, o que implica uma análise de eventuais riscos e a redução dos mesmos para um nível aceitável (Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 22 (i), segundo parágrafo).

¹⁰² São assim tidos em conta os custos de distorção do mercado que resultem, em particular, da implementação de compromissos comportamentais, relevando os custos suportados por terceiros (resultantes de eventuais distorções do mercado) e pela própria AdC (em termos de custos de acompanhamento e monitorização dos compromissos) (Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 22 (ii), segundo parágrafo).

¹⁰³ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 22 (iii).

¹⁰⁴ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 23.

¹⁰⁵ Os compromissos apresentados devem responder aos problemas jusconcorrenciais suscitados pela operação, tal como identificados pela AdC na fase em que o procedimento se encontra (Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 13).

¹⁰⁶ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 41.

¹⁰⁷ § 371, *in fine*.

133. Com efeito, em regra, uma solução estrutural apresenta-se como mais eficaz, na medida em que introduz alterações estruturais corretivas dos problemas jusconcorrenciais identificados e apresenta menores custos de monitorização e menores dificuldades na prova do respetivo cumprimento.^{108,109}
134. Por último, importa referir que o conteúdo dos compromissos potencialmente aceites pela AdC varia em função do grau de investigação já desenvolvido e da densificação dos problemas concorrenciais já efetuada pela AdC.
135. Assim, os compromissos apresentados em primeira fase do procedimento são tendencialmente mais abrangentes do que os compromissos apresentados em fase de investigação aprofundada, que podem dirigir-se já, em regra, mais cirurgicamente a problemas especificamente identificados de forma mais apurada, sendo que cabe à Notificante a escolha do momento em que procede à apresentação de compromissos.¹¹⁰
136. Feito este enquadramento, consideremos o caso concreto.

Análise do caso concreto

137. Tal como acima se refere, o compromisso apresentado pela Notificante em 8 de maio deve revelar-se adequado, suficiente, exequível e proporcional para obviar às preocupações jusconcorrenciais identificadas na atual fase do presente procedimento, que são as seguintes:
138. Em termos sintéticos, a operação notificada suscita potenciais preocupações de natureza jusconcorrencial no fornecimento de pastilhas elásticas em todos os canais de distribuição, tendo em conta (i) as elevadas quotas de mercado resultantes da operação notificada, sendo o Negócio Adquirido — o qual abrange, em Portugal, as marcas Trident, Chiclets, Bubbalo e Bubblicious — o principal operador de mercado em todos os canais de distribuição; e (ii) a eliminação de uma alternativa (autónoma) de fornecimento num mercado já fortemente concentrado (as marcas “Happydent” e “Mentos Gum” da PVM e as marcas acima referidas do Negócio Adquirido concorrem atualmente no mercado, constituindo alternativas no fornecimento de pastilhas elásticas nos vários canais de distribuição).

¹⁰⁸ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 42.

¹⁰⁹ A AdC pode considerar a possibilidade de aceitar compromissos de natureza comportamental em situações em que os efeitos anticoncorrenciais da operação sejam de duração limitada, nomeadamente por fatores exógenos à vontade da própria empresa, ou quando os compromissos comportamentais forem mais aptos à preservação dos benefícios da operação para os consumidores ou, ainda, de modo a complementar compromissos estruturais, em particular com o intuito de eliminar os diversos tipos de risco associados a compromissos de natureza estrutural (Linhas de Orientação sobre Compromissos, §§ 44-45). Na decisão de 25 de junho de 2008, no processo Ccent. 6/2008 – EDP Produção/Ativos EDIA, por exemplo, a AdC considerou que, em face dos desenvolvimentos previstos para os cinco anos seguintes, a estrutura da oferta iria sofrer alterações significativas suscetíveis de atenuar a posição dominante da Notificante no mercado da produção de energia elétrica, deste modo se justificando a adoção de compromissos comportamentais, § 596.

¹¹⁰ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 109. Quando a AdC só esteja em condições de excluir preocupações jusconcorrenciais após investigação aprofundada, podem ser aceites compromissos em primeira fase mesmo quando não se encontre totalmente demonstrada a necessidade dos mesmos ou estes possam ser mais abrangentes ou exigentes do que o estritamente necessário (Linhas de Orientação sobre Compromissos, nota 107).

139. Acontece que o compromisso proposto pela Notificante — [Confidencial – segredo de negócio] — não se afigurou, nomeadamente, adequado e suficiente para obviar às preocupações jusconcorrenciais acima identificadas.
140. Em primeiro lugar, o compromisso proposto não estava suficientemente densificado quanto:
 - (i) às [Confidencial – segredo de negócio] objeto do compromisso;
 - (ii) aos [Confidencial – segredo de negócio] a abranger pelo compromisso;
 - (iii) à forma de garantir e supervisionar o compromisso; e
 - (iv) ao período de abrangência do mesmo.
141. A não densificação do compromisso impede uma análise aprofundada à sua eficácia, eficiência e proporcionalidade, que não podem ser comprovadas.
142. Em segundo lugar, o compromisso proposto estava limitado ao canal tradicional, não abrangendo os canais da distribuição moderna organizada (Grande Distribuição) e os *Cash&Carry*.
143. O compromisso proposto partia do pressuposto de que o alegado poder negocial da Grande Distribuição (e dos *Cash&Carry*) permitiria, no que a estes canais de distribuição concerne, obviar aos eventuais efeitos concorrenciais que resultariam do acréscimo de quota da Notificante e da eliminação de um concorrente no fornecimento de pastilhas elásticas.
144. Na atual fase do procedimento, não se encontra demonstrado pela Notificante que o alegado poder negocial da Grande Distribuição (e dos *Cash&Carry*) em relação à Notificante, no fornecimento de pastilhas elásticas, exista em dimensão significativa ou — a existir com dimensão significativa — seja suficiente para contrariar totalmente o potencial aumento do poder de mercado em resultado da operação notificada, aspeto que seria analisado em fase de investigação aprofundada.
145. Tal como acima se refere, os compromissos apresentados em primeira fase do procedimento são tendencialmente mais abrangentes do que os compromissos apresentados em segunda fase, por via da resposta a eventuais preocupações jusconcorrenciais que a AdC só conseguirá comprovar, ou não, em investigação aprofundada, pelo que importaria abranger, no compromisso proposto, também o fornecimento de pastilhas elásticas à Grande Distribuição e aos *Cash&Carry*.
146. A esta luz, por conseguinte, o compromisso proposto não se afigura, nomeadamente, adequado e suficiente para obviar ao previsível efeito negativo para a concorrência resultante do acréscimo de quota da Notificante e da eliminação de um concorrente no fornecimento de pastilhas elásticas.
147. Acontece que a eficácia, a eficiência e a proporcionalidade do compromisso proposto em 8 de maio são muito questionáveis, atendendo, nomeadamente, aos elevados riscos de distorção e de monitorização e incumprimento que comporta.
148. No que aos riscos de distorção diz respeito, tal como referem as Linhas de Orientação sobre Compromissos, o compromisso apresentado é suscetível de criar distorções no mercado, com impacto negativo na respetiva eficácia.¹¹¹

¹¹¹ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 40 (iii).

149. O compromisso proposto pela Notificante [Confidencial – segredo de negócio], afastando este canal do “normal” funcionamento do mercado.
150. Efetivamente, tal comportaria um risco de distorção das condições de mercado, [Confidencial – segredo de negócio].
151. Da distorção dos mecanismos de mercado por um período significativo poderia resultar um prejuízo para todos os operadores ao longo da cadeia de valor e para o consumidor final.
152. No que aos riscos de monitorização e de incumprimento diz respeito, tal como referem as Linhas de Orientação, o compromisso em causa poderia estar sujeito a riscos de monitorização, atendendo, nomeadamente, ao volume e complexidade da informação requerida no processo de monitorização, à existência de problemas de assimetria de informação e ao período temporal alargado em que o mesmo teria de vigorar.¹¹²
153. Por último, e não de somenos importância, a aceitação de um compromisso comportamental que envolve, nomeadamente, uma fixação das condições comerciais por um período limitado, para resolver um potencial problema jusconcorrencial de natureza estrutural e duradouro, não se enquadra nos cenários *supra* identificados e que contam das Linhas de Orientação de Compromissos nos quais se pode, eventualmente, vir a aceitar compromissos de natureza comportamental.
154. Por todas as razões acima enunciadas, a AdC considera que o compromisso proposto em 8 de maio de 2023 não seria, nomeadamente, adequado e suficiente para assegurar que a operação notificada, modificada nos termos do compromisso apresentado, não seria suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva.

6.2. Compromissos de 18 de setembro

6.2.1. Descrição dos compromissos

155. Em face do exposto, a Notificante, apesar de reiterar o seu desacordo em relação à abordagem ao mercado relevante da AdC neste processo, apresentou, em 29 de junho de 2023¹¹³, e, através de minuta nos termos das Linhas de Orientação sobre Compromissos, em 31 de julho,¹¹⁴ um novo pacote de compromissos, que se apresenta de seguida.

¹¹² Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 40 (iv).

¹¹³ E-AdC/2023/4098.

¹¹⁴ E -AdC/2023/4958 e E-AdC/2023/4959. A respeito deste segundo compromisso, a AdC formulou pedidos de elementos à Notificante (S-AdC/2023/2560, de 4 de julho, S-AdC/2023/2594, de 5 de julho, S-AdC/2023/2995, de 28 de julho, S-AdC/2023/3368, de 23 de agosto, S-AdC/2023/3441- S-AdC/2023/3442, de 29 de agosto, que suspenderam o prazo de vinte de dias úteis para análise do mesmo, nos termos do disposto n.º 4 do artigo 49.º da Lei da Concorrência, aplicado por força do n.º 3 do artigo 51.º do mesmo diploma, terminando a referida suspensão com a receção dos elementos solicitados e da versão não confidencial dos mesmos, acompanhada da fundamentação das confidencialidades indicadas.

156. De referir que a última versão deste segundo pacote de compromissos, com a respetiva versão não confidencial, para sujeição a teste de mercado, foi apresentada em 18 de setembro de 2023.¹¹⁵
157. Os compromissos consistem, basicamente, no seguinte:
158. A PVM compromete-se a licenciar as marcas i) “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”¹¹⁶ e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” ou, em alternativa, as marcas ii) “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”¹¹⁷, com vista ao uso das Marcas Licenciadas (“ML”) em relação ao fabrico, exibição, publicidade, promoção, rotulagem, venda, *marketing* e distribuição dos produtos das ML nos vários canais de distribuição em Portugal, até ao termo do período de desinvestimento.
159. Esta condição de licenciamento inclui [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].
160. A licença a conceder será [CONFIDENCIAL – – teor do contrato de licenciamento].
161. O licenciado [CONFIDENCIAL – – teor do contrato de licenciamento].
162. A Licença para cada uma das ML incluirá uma cláusula de [CONFIDENCIAL - teor do contrato de licenciamento].¹¹⁸
163. A PVM compromete-se, ainda, [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].
164. O preço de fornecimento dos produtos será calculado [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].
165. Do perímetro dos ativos a alienar faz ainda [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].

6.2.2. Fundamentação para os compromissos de 18 de setembro

166. A Notificante considera que estes compromissos são adequados, tendo em conta as vendas realizadas e posicionamento de mercado, em Portugal, de cada uma das ML.
167. Refere a Notificante que o licenciamento das marcas em causa a um terceiro concorrente reduzirá as quotas de mercado da entidade pós-transação em termos que permitem eliminar o acréscimo de quota gerado pela transação proposta, eliminando assim as preocupações jusconcorrenciais identificadas.
168. A Notificante considera que os ativos são muito interessantes do ponto de vista comercial e que qualquer das empresas ativas no sector poderá estar potencialmente

¹¹⁵ E-AdC/2023/5709.

¹¹⁶ Atualmente da PVM.

¹¹⁷ As marcas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”, atualmente da Mondelez, passarão para a titularidade da Notificante com a realização da operação notificada.

¹¹⁸ Este valor será atualizado de acordo com o índice de preços ao consumidor. O valor das vendas sobre o qual o *royalty* será calculado manter-se-á constante durante o período da Licença (i.e., será calculado por referência às vendas realizadas no passado – sendo assim um valor fixo anual – e não por referência às vendas realizadas em cada um dos anos da duração do contrato), mantendo-se, portanto, o valor do *royalty* também constante ao longo do período de duração do contrato, salvo a aplicação da variação que resulta do índice de preços no consumidor verificado em Portugal.

interessada na sua aquisição, sendo também possível que novos operadores aproveitem a oportunidade para entrar neste mercado.

169. De acordo com a Notificante, os compromissos a oferecer devem incluir remédios de natureza estrutural que satisfaçam, em simultâneo, as seguintes condições:
 - O efeito da assunção dos compromissos resulte na redução da quota de mercado da entidade pós-concentração de modo que anule o *delta* gerado pela Transação; e
 - Inclusão no leque de marcas a desinvestir de pastilhas elásticas com e sem açúcar, de modo a oferecer, no processo de venda, um efeito de portefólio e variedade de marcas.
170. Refere a Notificante que as ML cumprem o requisito a respeito da composição dos produtos vendidos sob as marcas relevantes.
171. Com efeito, refere a Notificante, a “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” constitui uma marca de produtos de pastilha elástica sem açúcar e as marcas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” são marcas de produtos de pastilha elástica com açúcar.
172. Refere ainda a Notificante que os compromissos propostos, em ambos os conjuntos alternativos de marcas a licenciar neste contexto, cumprem o requisito relativo ao efeito de eliminação do *delta* gerado pela operação notificada.

6.2.3. Análise dos compromissos de 18 de setembro

173. Como já *supra* se salientou, tendo em conta os objetivos ou princípios normativos que orientam a avaliação de compromissos, a AdC, em regra, tem clara preferência por compromissos com impacto estrutural no mercado.¹¹⁹
174. Nos termos das Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 76, os compromissos estruturais passam pela alteração da estrutura de mercado e, em concreto, pela entrada ou reforço da posição de concorrentes no mercado. Podem corresponder, nomeadamente, ao objetivo de entrada de um concorrente num dado mercado, como resultado da cedência de acesso, da alienação de concessões, da alienação de licenças ou da cedência de marcas.
175. E, o § 77 e nota de rodapé correspondente, no âmbito dos compromissos relativos à alienação de marcas e licenças, a AdC considera, nomeadamente, que a alienação de uma atividade se afigura, em geral, preferível à concessão de licenças sobre direitos de propriedade intelectual, porque a concessão de uma licença gera mais incerteza, não permite, por si só, ao licenciado concorrer no mercado, requer uma relação contínua com o licenciante, que pode levar a que este influencie o comportamento do licenciado no mercado, e pode causar litígios entre o licenciante e o licenciado quanto ao âmbito, bem como às condições e modalidades da licença.
176. Mais se refere nas Linhas de Orientação sobre Compromissos que os acordos de licença (em regra exclusivos e sem restrições) podem, contudo, constituir uma alternativa à alienação, nos casos em que, por exemplo, esta última prejudicaria a

¹¹⁹ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 41.

prossecação de processos de investigação e desenvolvimento eficiente em curso ou quando a alienação for impossível devida à natureza da atividade.¹²⁰

177. De referir que, no presente caso, as marcas em causa continuarão a ser largamente utilizadas pela Notificante fora de Portugal, representando as marcas fora de Portugal uma proporção muito elevada do volume de negócios gerado pelas marcas em causa, o que pode constituir fundamento para a aceitação, a título excecional, de um contrato de licença (em detrimento de um contrato de alienação ou cessão de marca).¹²¹
178. Tendo em conta o acima exposto, um compromisso sob a forma de uma licença de uso de marca apenas poderá ser acolhido pela AdC se — (i) para além de eliminar todas as preocupações jusconcorrenciais identificadas na fase do procedimento em causa — (ii) as condições de exploração da marca por parte do licenciado se aproximarem bastante das que resultariam de uma alienação da marca, mitigando-se, de forma muito significativa, os riscos atrás enunciados a respeito da concessão de licenças de marca.
179. Os compromissos propostos cumprem os requisitos (i) e (ii) atrás enunciados.

Quanto a (i) supra: eliminação das preocupações jusconcorrenciais

180. Tal como explicado, nomeadamente, a pretexto do enquadramento à avaliação jusconcorrencial, a AdC realizou uma investigação de mercado, no âmbito da qual obteve dados de vendas de pastilhas elásticas num estágio da cadeia a montante, ao nível dos produtores (i.e., dados *sell-in*), o que permitiu captar a dimensão do mercado na totalidade dos canais de distribuição.
181. De acordo com a referida investigação de mercado, as quotas de mercado da Notificante PVM e do Negócio Adquirido, no conjunto dos canais de distribuição, corresponderam, em valor, a **[0-5]**% e **[70-80]**%, respetivamente, no ano de 2022.
182. Como tal, a presente operação de concentração resulta num incremento de quota de mercado correspondente a **[0-5]**%, pelo que a análise dos compromissos propostos será realizada por comparação com este valor.
183. O cálculo da quota conjunta das marcas propostas como compromisso determinará se o acréscimo de quota resultante da sobreposição horizontal da operação é anulado e se, por conseguinte, as preocupações jusconcorrenciais identificadas pela AdC são, por esta via, colmatadas.
184. Neste sentido, são apresentadas na tabela *infra* as quotas conjuntas das alternativas propostas como compromissos pela Notificante.

¹²⁰ Nota de rodapé n.º 67.

¹²¹ Cf. nota de rodapé n.º 69 das Linhas de Orientação sobre Compromissos.

Tabela 11 – Acréscimo de quota resultante da operação vs. quotas dos ativos que são objeto dos compromissos, em valor, em 2022

	Todos os canais
Acréscimo de quota	[0-5]%
a) [CONFIDENCIAL – marca a licenciar] + [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]	[0-5]%
b) [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]+ [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]	[0-5]%

Fonte: Cálculos da AdC com base na investigação de mercado¹²²

185. O cenário envolvendo o desinvestimento das marcas de pastilhas elásticas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” representa uma quota de mercado de **[0-5]%** e é aquele que mais se aproxima do reforço de quota resultante da operação, embora não seja suficiente para o anular.
186. Por outro lado, o cenário alternativo, que envolve o desinvestimento das marcas de pastilhas elásticas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”, representa uma quota de mercado de **[0-5]%**.
187. No que refere à análise tendo por base cada um dos canais de distribuição, apresentam-se *infra* os incrementos — reforço de quota por canal — em resultado da operação notificada, bem como a quota conjunta das marcas que compõem os compromissos propostos.

Tabela 12 – Reforço de quota por canal vs. quotas dos ativos que são objeto dos compromissos, em valor, em 2022

	Grande Distribuição	Cash&Carry	Canal Tradicional
Reforço de quota por canal	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
a) [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]+ [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
b) [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]+ [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

Fonte: Cálculos da AdC com dados da Notificante.¹²³

188. No canal da grande distribuição, a operação de concentração resulta num incremento de quota de mercado de **[0-5]%**, verificando-se que ambos os cenários de desinvestimento não permitem anular o reforço de quota da operação. Neste canal, as marcas que, em conjunto, mais se afastam do *delta* da operação, i.e., “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”, representam uma quota de mercado de **[0-5]%**. Por outro lado, o par de marcas

¹²² Vide Anexo 2 facultado pela Notificante no âmbito da resposta a pedido de elementos - E-AdC/2023/5029, de 03.08.2023.

¹²³ *Idem.*

“[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” somam uma quota de [0-5]%.¹²⁴

189. No canal do *Cash&Carry*, decorre da presente operação de concentração um incremento de [0-5]%, anulado por ambos os cenários de desinvestimento. As marcas de pastilhas elásticas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” representam uma quota de mercado de [5-10]%, enquanto as marcas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”, que compõem o cenário alternativo, somam uma quota de [0-5]%
190. No canal tradicional, o incremento de quota de mercado decorrente da operação de concentração corresponde a [0-5]%, não sendo anulado por nenhum dos cenários propostos. Todavia, as marcas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” representam uma quota de mercado de [0-5]%, que muito se aproxima do reforço de quota gerado pela operação. Já as marcas que compõem o compromisso alternativo, i.e., “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” somam uma quota de mercado de [0-5]%, longe do incremento evidenciado neste canal de distribuição.

Do posicionamento de mercado da [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]

191. Da investigação de mercado realizada, em particular através da análise de elementos adicionais solicitados à Notificante, resulta que a “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” deteve, no canal da grande distribuição, uma quota de mercado, em valor, de [0-5]%, em 2020 e 2021, tendo esta quota decrescido para um valor mais próximo de zero, em 2022.
192. Atendendo a que a “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” consta das duas opções de desinvestimento dos compromissos propostos, a AdC solicitou esclarecimentos à Notificante relativamente ao papel e evolução desta marca no canal da grande distribuição.
193. Na sequência, a Notificante argumenta que a “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” apresenta um formato e embalagem destinados, sobretudo, ao consumo individual do produto por parte dos clientes num ponto de venda de comércio tradicional ou num estabelecimento HORECA, dado que as pastilhas elásticas da “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” são essencialmente vendidas à unidade.¹²⁵
194. Refere, no entanto, a Notificante de que, num cenário em que a “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” seja licenciada a um terceiro, nada impedirá o licenciado de complementar a embalagem atual com recipientes maiores, a fim de desenvolver igualmente a sua presença em pontos de venda da grande distribuição. Adicionalmente, argumenta que o investimento necessário para oferecer este tipo de embalagem não é significativo e a tecnologia está facilmente disponível.¹²⁶

¹²⁴ Recorde-se que a marca de pastilhas elásticas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” detém uma quota de mercado muito residual neste canal de distribuição, pelo que as quotas conjuntas apresentadas se referem, nomeadamente, às marcas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”.

¹²⁵ Vide resposta da Notificante a pedido de esclarecimento realizado pela AdC acerca dos Compromissos Oferecidos – E-AdC/2023/3908, de 20.06.2023.

¹²⁶ *Idem*.

Conclusão

195. Em termos gerais, ainda que as opções de desinvestimento oferecidas no pacote de compromissos representem uma quota de mercado inferior ao reforço de quota resultante da operação, considera-se que o pacote de compromissos propostos é suscetível de eliminar as preocupações jusconcorrenciais identificadas.
196. Esta conclusão é, aliás, também sustentada pela análise às observações em teste de mercado aos compromissos, que serão descritas *infra* e para onde se remete.
197. De facto, o pacote de compromissos (i) tem natureza estrutural, pelo que permitirá a entrada ou expansão de um operador; (ii) contém pastilhas elásticas com açúcar e sem açúcar (efeito portefólio); (iii) oferece marcas já estabelecidas e reconhecidas no mercado o que, dependendo de quem for o comprador, poderá a vir a criar ou reforçar a presença de um *player* neste mercado que no cenário pré-operação é já de si muito concentrado¹²⁷.
198. Acresce que a marca “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” tem um peso “[CONFIDENCIAL – segredo de negócio]” o que parece ter resultado de uma estratégia de *packaging* (i.e., em que as pastilhas elásticas da “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” são vendidas, essencialmente, à unidade, um formato mais adequado ao canal HORECA do que ao canal da Grande Distribuição).
199. Ora, esta opção parece ter resultado de uma gestão conjunta das marcas de pastilhas elásticas sem açúcar da PVM (i.e., a “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e a “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”), em que a “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” surge em embalagens multi-unidade focadas essencialmente [CONFIDENCIAL – segredo de negócio] e, por outro lado, a “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” é comercializada à unidade e, como tal [CONFIDENCIAL – segredo de negócio].
200. No cenário em que a “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” seja alienada a um operador independente (i.e., desaparecendo esta gestão conjunta das marcas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” que é feita atualmente pela PVM), não existirão impedimentos a que o novo operador venha a complementar a embalagem atual da “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” com novas embalagens (i.e., em formatos multi-unidades) mais adequadas à Grande Distribuição. Aliás, os operadores da Grande Distribuição poderão, eles próprios, requerer ao Licenciado o desenvolvimento desse tipo de embalagens multi-unidade da “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”, caso entendam necessário criar uma alternativa às marcas entretanto adquiridas pela PVM.

Quanto a (ii) supra: autonomia do licenciado para exploração da marca

201. Para que o adquirente das marcas a licenciar possa constituir uma verdadeira alternativa à Notificante no que concerne ao fornecimento de pastilhas elásticas, é necessário que o mesmo possa explorar comercialmente as marcas em causa,

¹²⁷ Na hipótese de o adquirente da licença vir a ser uma entidade que já se encontra presente no mercado e cuja gama de produtos seja a de confeitaria à base de açúcar, o efeito portefólio poderá neste caso ganhar uma importância adicional no reforço e/ou expansão do referido operador e, conseqüentemente, na capacidade concorrencial que o mesmo conseguirá fazer à entidade resultante da operação de concentração.

- durante o período do licenciamento, que terá de ser de longa duração (i.e., virtualmente ilimitado), de forma perfeitamente autónoma em relação ao licenciante.
202. Os compromissos propostos, nomeadamente a minuta de contrato de licenciamento anexa aos mesmos, asseguram tais condições de exploração ao licenciado.
203. Com efeito, nos termos do documento de compromissos apresentado:
204. O Licenciamento das marcas [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]+ [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]ou [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]+ [CONFIDENCIAL – marca a licenciar] (“Marcas Licenciadas” ou “ML”) para o território nacional, por um período de cinquenta anos, incluirá [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].¹²⁸
205. A Licença será [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].¹²⁹
206. O Licenciado poderá [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].¹³⁰
207. A Licença para cada uma das Marcas Licenciadas incluirá [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].
208. O valor das vendas sobre o qual o [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].¹³¹
209. A Licenciante fornecerá ainda [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento]relacionado com as ML ao Licenciado.¹³²
210. A Notificante compromete-se, ainda, [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].
211. O [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].
212. Do perímetro dos ativos a alienar faz ainda parte uma [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].¹³³
213. Nos termos da minuta do contrato de licenciamento das marcas em causa anexa à presente Decisão:
- o Licenciante concede ao Licenciado uma [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento];¹³⁴
 - a Licença a conceder inclui [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento];¹³⁵
 - o Licenciado pode, segundo o seu exclusivo critério, [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento];¹³⁶

¹²⁸ Ponto 3.

¹²⁹ Ponto 4.

¹³⁰ Ponto 4.

¹³¹ Ponto 5.

¹³² Ponto 3, na referência ao Anexo III do Contrato de Licenciamento.

¹³³ Ponto 3, na referência ao Anexo III do Contrato de Licenciamento.

¹³⁴ Ponto 2.1.

¹³⁵ Ponto 2.1., *in fine*.

¹³⁶ Ponto 2.1., *in fine*.

- o Licenciado pode [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento];¹³⁷
- o Licenciado tem o [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento];¹³⁸
- o Contrato não implica qualquer limitação à liberdade do Licenciado de [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento];¹³⁹
- o Licenciado poderá à sua descrição, [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento]; e
- o Licenciado poderá utilizar os [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].¹⁴⁰

214. Ante o acima exposto, conclui-se que os compromissos de 18 de setembro são adequados, suficientes, proporcionais e exequíveis para obviar às preocupações jusconcorrenciais suscitadas pela operação tal como notificada, tendo em conta, nomeadamente:

- (i) que se trata de um pacote de compromissos que permitirá a entrada ou expansão de um operador, que abrange pastilhas elásticas com açúcar e sem açúcar (efeito portefólio), que oferece marcas já estabelecidas e reconhecidas no mercado, não havendo impedimentos a que o novo operador venha a complementar a embalagem atual da “[CONFIDENCIAL – marcas a licenciar]”, orientada para o canal HORECA, com novas embalagens (i.e., em formatos multi-unidades) mais adequadas à Grande Distribuição, e
- (ii) que o operador que explorar as Marcas Licenciadas terá ampla margem de atuação na exploração económica das mesmas, nomeadamente ao nível do estabelecimento das condições de venda, da publicidade, *marketing* e promoção, da alteração dos elementos identificadores das marcas e produtos a abranger pelas mesmas, constituindo uma verdadeira alternativa à Notificante, o que não aconteceria na ausência dos compromissos propostos.

6.2.4. Teste de mercado

215. Em 19 de setembro, a Autoridade sujeitou o segundo pacote de compromissos a teste de mercado, solicitando a pronúncia das empresas concorrentes e clientes da Notificante e da Mondelez acerca da adequação, suficiência, exequibilidade e proporcionalidade do compromisso proposto para obviar às potenciais preocupações jusconcorrenciais identificadas na presente fase do procedimento, tendo sido disponibilizados às empresas em causa o documento de compromissos e as minutas dos contratos de licenciamento e de fornecimento.

216. As empresas solicitadas em teste de mercado foram as seguintes:

- ADISCO – Agrupamento Distribuidores de Confeitaria, ACE;
- Aldi Supermercados;

¹³⁷ Ponto 4.3 a).

¹³⁸ Ponto 6.2.

¹³⁹ Ponto 3.3.

¹⁴⁰ Ponto 4.1.c).

- Auchan;
 - Cooplecnorte;
 - Dia Portugal Supermercados, S.A.;
 - El Corte Inglés;
 - Euromadi Port;
 - Fini Portugal;
 - Intermarché;
 - Lidl Portugal;
 - Lusiteca - Produtos Alimentares, S.A.;
 - Mars Portugal;
 - Makro Cash & Carry, S.A.;
 - Matudis;
 - Mercadona Portugal;
 - Modelo Continente Hipermercados, S.A.;
 - Pingo Doce - Distribuição Alimentar, S.A.;
 - Recheio Cash & Carry;
 - VASP; e
 - Vidal Portugal, Lda.
217. A ADISCO, Aldi, Auchan, El Corte Inglés, Euromadi Port, Intermarché, Matudis, Mercadona Portugal, Pingo Doce - Distribuição Alimentar, S.A., Recheio Cash & Carry e VASP não colocaram qualquer objeção à realização da operação notificada, alterada nos termos do compromisso apresentado.
218. A LIDL Portugal e o Dia Portugal Supermercados, S.A. apresentaram reservas ao pacote de compromissos, que seguidamente se expõem e analisam.
219. As restantes entidades consultadas não se pronunciaram.

Análise das observações do Dia Portugal Supermercados, S.A.

220. O Dia Portugal Supermecados, S.A., refere que atualmente não comercializa as marcas “[CONFIDENCIAL - marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL - marca a licenciar]”, abrangidas no pacote de compromissos, pelo que não estará nas melhores condições para se pronunciar sobre o compromisso proposto, referindo, no entanto, que seria preferível haver um comprador identificado e aprovado pela AdC em momento prévio à operação de concentração.
221. O Dia refere, ainda, que, atendendo aos dados de que dispõe sobre as quotas de mercado de cada uma das marcas de pastilhas elásticas abrangidas no compromisso, o mesmo poderá não ser suficiente para garantir a concorrência efetiva no mercado.
222. Como melhor desenvolvido *supra*, ainda que a quota de mercado das referidas marcas seja relevante, na avaliação do pacote de compromissos é também importante levar em linha de conta um conjunto de outros elementos, nomeadamente, o facto de permitir a entrada ou expansão de um novo operador, de se estar na presença de

marcas reconhecidas no mercado, de se conjugar pastilhas com e sem açúcar, do comprador dispor de liberdade para desenvolver os produtos em causa como entender, permitindo a sua adaptação ao que os consumidores procuram, entre outros aspetos.

Análise das observações Lidl Portugal

223. A Lidl refere nas suas observações que considera que os compromissos propostos pela Notificante são “[...] *manifestamente ineficazes, insuficientes e inadequados para manter ou restaurar as condições de concorrência que subsistiam no período anterior à concentração notificada e respetiva projetada implementação* [...]”.
224. A Lidl argumenta que no caso da Notificante [CONFIDENCIAL – forma de negociação Lidl] o que permitirá criar ou reforçar “[...] *as condições para o exercício de poder de mercado unilateral por parte da Perfetti*”.
225. Acresce, ainda segundo a Lidl, que as marcas [CONFIDENCIAL – marca a licenciar], [CONFIDENCIAL – marca a licenciar] e [CONFIDENCIAL – marca a licenciar] que a Notificante se propõe a licenciar, “[...] *não têm qualquer representatividade no mercado português, pelo que tal licenciamento não traria nenhuma consequência expressiva*”.
226. Assim, a Lidl considera que “[...] *(i) a Perfetti passará a ser, de longe, o principal operador de mercado em todos os canais de distribuição; que (ii) com a concretização da operação de concentração notificada se eliminará uma forte alternativa no mercado, em virtude da saída da Mondelez; e que (iii) o mercado das pastilhas elásticas em Portugal é concentrado e está perfeitamente estagnado, conforme a Lidl teve oportunidade de informar V. Exas., não se verificando novas entradas há mais de 20 anos, nem se perspetivando que tal situação se venha a alterar a curto ou mesmo a médio prazo*”.
227. Refere ainda a Lidl que os compromissos em causa, ao serem constituídos por uma conjugação entre uma marca da Notificante e uma marca da Adquirida, representam um risco por ser “[...] *reconduzível a uma alienação mix-and-match, com o consequente aumento de risco associado ao desinvestimento, designadamente em virtude das informações limitadas ao dispor da Perfetti sobre as marcas da Mondelez e por não constituírem uma atividade homogénea*”.
228. A Lidl acrescenta ainda que “[...] *se duvida, por essas mesmas razões, da própria viabilidade do licenciamento, no sentido de um qualquer potencial adquirente dos licenciamentos poder estar a adquirir um negócio viável numa base stand-alone*”.
229. Por fim, a Lidl refere que “[...] *desconhecendo-se atualmente a identidade de qualquer potencial entidade que poderá vir a adquirir tais licenças [...] tal tem obviamente um impacto não negligenciável na apreciação do impacto jusconcorrencial dos compromissos. Basta, aliás, pensar que a própria viabilidade das marcas, enquanto negócio competitivo, viável e autónomo, dependerá sempre em última instância da concreta identidade e atividades do potencial adquirente*”.
230. Assim, e na ótica da Lidl, “[...] *o mínimo que se impõe é um compromisso do tipo up-front licensee ou, mais precisamente e de forma mais adequada ao presente caso, do tipo fix-it-first, por forma a afastar o atual enorme grau de incerteza quanto à viabilidade e sucesso de implementação dos compromissos apresentados* [...]”.
231. Por fim, e a título subsidiário, a Lidl considera que “[...] *no mínimo seria adequado, face a tudo o que anteriormente se referiu, a assunção de um compromisso do tipo crown jewel. Neste contexto, só a assunção, por parte da Notificante, de um compromisso de*

licenciamento de produtos de uma marca com alguma presença e impacto minimamente significativo no mercado seria adequado – por ex., a referida “Chiclets” –, caso não seja possível e a muito curto prazo, encontrar um licenciado adequado para o licenciamento das marcas ora propostas pela Notificante.”.

232. Relativamente às preocupações referidas pelo Lidl nas suas observações, a AdC faz notar que o mercado em análise, pré-operação de concentração, é um mercado muito concentrado e onde a Mondelez é o principal operador. E que, por outro lado, o acréscimo de quota decorrente da operação é relativamente diminuto em resultado, designadamente, do facto de a Notificante dispor de quotas pré-concentração reduzidas.
233. Da investigação de mercado realizada, e como referido pela Lidl, resultou efetivamente que não têm entrado novos operadores de pastilhas elásticas de marca de produtor no mercado e que os que se encontram presentes não têm ganho quota de mercado.
234. Assim, reconhecendo e concordando a AdC com a Lidl de que da operação de concentração resulta a eliminação de um operador, na avaliação dos compromissos apresentados pela Notificante esse é um dos principais aspetos a ter em linha de conta pela Autoridade.
235. E, de facto, ao contrário do referido pela Lidl, é importante realçar que as marcas que fazem parte do pacote de compromissos apresentado, ainda que não tenham o peso de uma marca como a Trident, são marcas reconhecidas no mercado e cujo peso não é assim tão irrelevante, sobretudo se atendermos ao acréscimo igualmente diminuto de quota decorrente da operação de concentração (*cf.* quotas de mercado na secção correspondente).
236. Ademais, o pacote de compromissos apresentado diz respeito a um conjunto de ativos e não apenas de marcas. Isto é, exatamente porque existe a preocupação por parte da AdC de que este negócio seja competitivo, viável e autónomo, como referido pela Lidl, é garantido ao potencial adquirente a transmissão do *know-how*, da lista de clientes, a garantia de fornecimento dos produtos por determinado período de tempo para que, entre outros aspetos, não haja interrupção no abastecimento dos produtos ao mercado, a liberdade de explorar os ativos como entender em termos de sabores, formato, embalagem, entre outros.
237. Note-se ainda que a preocupação manifestada pela Lidl quanto “[à]s informações limitadas ao dispor da Perfetti sobre as marcas da Mondelez[...]”, de facto, é também uma preocupação da AdC, mas numa dimensão distinta. Isto é, a AdC considera, como não poderia deixar de ser, fundamental que a Perfetti não tenha acesso aos segredos de negócio dos ativos da Mondelez que estão incluídos no pacote de compromissos.
238. Razão pela qual os ativos da Mondelez incluídos no pacote de compromissos serão geridos, como consta do documento de compromissos em anexo, por um gestor operacional independente que terá como função gerir e manter e/ou valorizar os ativos em causa.
239. No entanto, toda a informação relativa aos ativos da Mondelez do pacote de compromissos será transmitida ao adquirente na mesma medida do que sucederá com o ativo pertencente à Notificante.

240. Por fim, quanto à relevância da identidade do adquirente dos ativos do pacote de compromissos para a avaliação da efetividade do pacote de compromissos, a AdC, mais uma vez, não ignora a preocupação apresentada pela Lidl.
241. Nesse sentido, e como se pode verificar na minuta do pacote de compromissos, existirá um mandatário de desinvestimento que terá como função a alienação dos referidos ativos. No entanto, a aprovação final quanto à identidade do adquirente é da responsabilidade da AdC.
242. Ora, na avaliação que será feita do adquirente por parte da Autoridade estará, certamente, a preocupação que a conjugação dos ativos e do adquirente resulta na criação de um operador efetivo no mercado.

Conclusão

243. Assim, a AdC entende que o segundo pacote de compromissos proposto pela Notificante se afigura adequado, suficiente, proporcional e exequível para obviar às potenciais preocupações jusconcorrenciais suscitadas pela operação tal como notificada.

7. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS

244. 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 sua realização e à mesma necessárias.
245. As referidas cláusulas devem ser analisadas à luz da prática decisória da AdC e da Comunicação da Comissão relativa às restrições diretamente relacionadas e necessárias às concentrações (“Comunicação”).

Cláusula de não concorrência

246. O contrato que está na base da operação notificada prevê uma cláusula de não-concorrência, [Confidencial – teor do contrato].
247. Em relação a esta cláusula de não concorrência, considera-se a mesma diretamente relacionada e necessária à realização da operação notificada, pelo período acima referido, com as seguintes ressalvas:
- Apenas por referência à atividade da Adquirida em Portugal à data da celebração do acordo na base da operação notificada; e
 - Sem prejuízo da aquisição ou manutenção de ações unicamente para fins de investimento financeiro e que não confirmam, direta ou indiretamente, funções de gestão ou uma influência efetiva na empresa concorrente.¹⁴¹

Cláusulas de não solicitação

248. O contrato que está na base da operação notificada contém duas cláusulas de não solicitação, [Confidencial – teor do contrato].

¹⁴¹ Comunicação, § 25.

249. Por um lado, existe uma cláusula de não solicitação [Confidencial – teor do contrato].
250. Por outro lado, [Confidencial – teor do contrato].
251. Em relação a estas cláusulas de não solicitação, considera-se diretamente relacionada e necessária à realização da operação notificada em território nacional, pelo período acima referido, apenas aquela que visa proteger o comprador (*supra*, §250)¹⁴² e, em relação a esta, apenas por referência aos empregados da Adquirida em território nacional que, à data da celebração do acordo que está na base da operação notificada, sejam essenciais, nomeadamente pelo seu saber-fazer, para manutenção do valor integral da mesma.¹⁴³

Cláusula de confidencialidade

252. O contrato que está na base da operação notificada prevê uma cláusula de confidencialidade que [Confidencial – teor do contrato].
253. Em relação a esta cláusula de confidencialidade, na medida em que dela possam decorrer restrições da concorrência, considera-se a mesma diretamente relacionada e necessária à realização da operação notificada apenas pelo período de três anos após o início da implementação da operação e apenas em benefício da adquirente.¹⁴⁴

Contrato de distribuição

254. A Notificante e a Mondelez celebrarão um Contrato de Distribuição Principal, [Confidencial – teor do contrato].¹⁴⁵
255. Em relação a este Contrato de Distribuição, considera-se o mesmo diretamente relacionado e necessário à realização da operação notificada em território nacional pelo período acima referido, atendendo à necessidade de assegurar a continuidade da atividade do negócio cedido num período transitório, com a exceção [Confidencial – teor do contrato], não estritamente necessária à realização da operação notificada.¹⁴⁶

Contrato de serviços transitórios

256. Além disso, a Notificante e a Mondelez celebrarão um Contrato de Serviços Transitórios [Confidencial – teor do contrato].
257. Os serviços abrangidos por este acordo estão relacionados [Confidencial – teor do contrato].
258. Em relação a este Contrato de Serviços Transitórios, considera-se o mesmo diretamente relacionado e necessário à realização da operação notificada em território nacional pelo período convencionado, atendendo à verosímil necessidade de assegurar a continuidade do aprovisionamento do negócio cedido durante um

¹⁴² Em geral, é ao adquirente que é preciso assegurar que conseguirá obter o valor integral da atividade adquirida (Comunicação, § 17).

¹⁴³ Comunicação, § 26.

¹⁴⁴ Comunicação, § 26.

¹⁴⁵ Vendedora atuará [Confidencial – teor do contrato].

¹⁴⁶ Comunicação, § 34.

período transitório, para substituir as relações de dependência por uma posição autónoma no mercado.¹⁴⁷

8. AUDIÊNCIA PRÉVIA

259. Nos termos dos números 1 e 3 do artigo 54.º da Lei da Concorrência, promoveu-se a audiência prévia da Notificante, tendo esta informado a Autoridade da Concorrência que não tem comentários a apresentar a respeito do Projeto de Decisão notificado a 9 de outubro de 2023.

¹⁴⁷ Comunicação, § 35.

9. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

260. 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, adota uma decisão de não oposição, acompanhada da imposição de condições e obrigações, nos termos do documento de compromissos e respetivos anexos, que se juntam, partes integrantes desta Decisão, à luz do n.º 1, alínea b), e do n.º 2 do artigo 50.º da Lei da Concorrência, uma vez que a operação notificada, com as alterações introduzidas pelos compromissos propostos, não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado nacional ou numa parte substancial do mesmo.

Lisboa, 11 de outubro de 2023

O Conselho de Administração da Autoridade da Concorrência,

X

Nuno Cunha Rodrigues
Presidente

X

Miguel Moura e Silva
Vogal

X

Ana Sofia Rodrigues
Vogal

Índice

1.	OPERAÇÃO NOTIFICADA	2
2.	AS PARTES	2
2.1.	Adquirente	2
2.2.	Negócio Adquirido	3
3.	NATUREZA DA OPERAÇÃO	3
4.	MERCADOS RELEVANTES	3
4.1.	Mercado do Produto Relevante	3
4.1.1.	Posição da Notificante	3
4.1.2.	Posição da AdC	6
4.2.	Mercado Geográfico Relevante	10
4.3.	Conclusão do Mercado Relevante	11
5.	AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL	11
5.1.	A cadeia de valor do mercado das pastilhas elásticas	11
5.2.	Entendimento da Notificante	13
5.3.	Análise do mercado	15
5.3.1.	Enquadramento da investigação de mercado	15
5.3.2.	Mercado das pastilhas elásticas no conjunto dos canais de distribuição, em Portugal	15
5.3.3.	Mercado das pastilhas elásticas por canal de distribuição, em Portugal	19
5.3.3.1	Canal da grande distribuição	19
5.3.3.2	Canal do <i>Cash&Carry</i>	21
5.3.3.3	Canal tradicional	22
5.4.	Conclusão	27
6.	DOS COMPROMISSOS APRESENTADOS PELA NOTIFICANTE	27
6.1.	Compromisso de 8 de maio	27

6.1.1.	Descrição do compromisso.....	27
6.1.2.	Análise ao compromisso de 8 de maio	28
6.2.	Compromissos de 18 de setembro	32
6.2.1.	Descrição dos compromissos.....	32
6.2.2.	Fundamentação para os compromissos de 18 de setembro	33
6.2.3.	Análise dos compromissos de 18 de setembro	34
6.2.4.	Teste de mercado.....	40
7.	CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS	44
8.	AUDIÊNCIA PRÉVIA	46
9.	DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	47

Índice Tabelas

Tabela 1 – Volume de Negócios (Milhões de Euros) da PVM, em 2021	2
Tabela 2 – Volume de Negócios (Milhões de Euros) do Negócio Adquirido, em 2021	3
Tabela 3 – Quotas de mercado das Partes no mercado das pastilhas elásticas, segundo a Notificante.....	14
Tabela 4 – Estrutura de oferta do mercado das pastilhas elásticas, em Portugal	16
Tabela 5 – Oferta de pastilhas elásticas no canal da grande distribuição, em Portugal ...	19
Tabela 6 – Oferta de pastilhas elásticas no canal do Cash&Carry, em Portugal	21
Tabela 7 – Oferta de pastilhas elásticas no canal tradicional, em Portugal	23
Tabela 8 – Métricas de concentração da oferta de pastilhas elásticas por canal de distribuição.....	24
Tabela 9 – Margens médias brutas do negócio das pastilhas elásticas das Partes, por canal de distribuição, em 2022.....	24
Tabela 10 – Quotas de mercado das Partes no segmento de mercado das pastilhas elásticas sem açúcar, por canal de distribuição, em 2022.....	26
Tabela 11 – Acréscimo de quota resultante da operação vs. quotas dos ativos que são objeto dos compromissos, em valor, em 2022.....	36
Tabela 12 – Reforço de quota por canal vs. quotas dos ativos que são objeto dos compromissos, em valor, em 2022	36

Índice de Figuras

Figura 1 – Análise estratégia da Mondelez (1)	8
Figura 2 – Análise estratégia da Mondelez (2)	9
Figura 3 – Cadeia de Valor das Pastilhas Elásticas	12

Anexos

Documento de Compromissos

Minuta de Contrato de Licenciamento

Minuta de Contrato de Fornecimento

Minuta de Contrato de Fornecimento

Minuta de Contrato de Mandato de Monitorização

Minuta de Contrato de Mandato de Desinvestimento

Ccent./2023/4

COMPROMISSOS

ASSUMIDOS PERANTE A AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

1. Nos termos do n.º 1 do artigo 51.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio ("**Regime Jurídico da Concorrência**" ou "**RJC**"), a Perfetti Van Melle Group B.V., pessoa coletiva n.º 24243428, com domicílio em Stationsplein ZW 997, Tristar 3, 1117 CE Schiphol - Oost, Países Baixos, notificante no processo Ccent./2023/4, assume perante a Autoridade da Concorrência o cumprimento integral dos Compromissos que se seguem, os quais visam sanar as preocupações jusconcorrenciais identificadas durante a análise da concentração acima identificada.
2. Os Compromissos agora assumidos e a seguir descritos permitem à Autoridade da Concorrência adotar uma decisão de não oposição no processo Ccent./2023/4, nos termos da alínea b) do n.º 1 e do n.º 2 do artigo 50.º do RJC, acompanhada da imposição de condições e obrigações ("**Decisão**"), no exercício da competência que lhe é conferida pela alínea b) do n.º 1 do artigo 19.º dos seus Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 125/2014, de 18 de agosto.
3. Os Compromissos estabelecidos no presente Documento de Compromissos entrarão em vigor na data de notificação da decisão de não oposição e farão parte integrante da mesma.
4. Os prazos estabelecidos no presente Documento de Compromissos são contínuos, exceto quando os prazos são expressamente indicados para serem contados em dias úteis (caso em que são suspensos aos sábados, domingos e feriados nacionais).
5. O presente Documento de Compromissos deve ser interpretado em conformidade com a Decisão, o Regime Jurídico da Concorrência e as Linhas de Orientação sobre a Adoção de Compromissos em Controlo de Concentrações, de 28.07.2011.

Secção A. DEFINIÇÕES

AdC	Autoridade da Concorrência
Alienação	Licenciamento efetivo das Marcas Licenciadas.
Adquirente	Pessoa singular ou coletiva que adquire a licença das Marcas Licenciadas em conformidade com o procedimento descrito na Secção E <i>infra</i> .
[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]	A marca "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]", identificada no Anexo 1, à data do Documento de Compromissos, propriedade da [CONFIDENCIAL – Identificação de proprietário] e que, após a implementação da transação, passará a ser detida pela PVM.
[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]	A marca "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]", identificada no Anexo 2, à data do Documento de Compromissos, propriedade da [CONFIDENCIAL – Identificação de proprietário] e que, após a implementação da transação, passará a ser detida pela PVM.
Compromissos	O conjunto de compromissos, particularmente identificados nas secções B <i>infra</i> , assumidos pela PVM perante a AdC no âmbito da operação de concentração.
Contrato de Licenciamento	Contrato celebrado entre a PVM e o Adquirente da licença através do qual se procede ao licenciamento das Marcas Licenciadas por um período de [CONFIDENCIAL – duração de contrato].
Controlo	Possibilidade de exercer, individual ou conjuntamente, e tendo em conta as circunstâncias de facto ou de direito, uma influência determinante sobre a atividade de uma empresa ou de um ativo.
Data da Decisão	Data de assinatura da Decisão pelo Conselho de Administração da AdC.
Data de Notificação da Decisão	Data em que a PVM foi notificada da Decisão.
Data do Licenciamento	Data de concessão de licenças das Marcas Licenciadas.

Decisão

Decisão de não oposição emitida pela AdC no âmbito do processo Ccent./2023/4, nos termos do artigo 50.º, n.º 2, do RJC, acompanhada da imposição de condições e obrigações destinadas a garantir o cumprimento dos Compromissos assumidos pela PVM, de forma a assegurar a manutenção de uma concorrência efetiva.

Mandatário de Monitorização Operacional Independente

Pessoa nomeada pela PVM para acompanhar a gestão quotidiana das Marcas Licenciadas entre o *closing* e a data de Licenciamento para a gestão quotidiana das Marcas Licenciadas, a fim de garantir à AdC que essas marcas continuam a ser exploradas em condições normais de atividade. O Mandatário de Monitorização Operacional Independente e o Mandatário de Monitorização podem ser a mesma entidade.

[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]

A marca registada "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]", identificada no Anexo 3, que é propriedade da PVM.

Licença

A cessão das Marcas Licenciadas através do Contrato de Licenciamento a celebrar entre a PVM e o Adquirente.

Marcas Licenciadas

As Marcas Licenciadas são as que serão licenciadas ao Adquirente e que correspondem às marcas "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]" e "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]" ou, em alternativa a esta última, à marca "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]".

Mandatário de Desinvestimento

Uma pessoa singular ou coletiva, independente das Partes e das sociedades pertencentes à mesma unidade económica, nos termos do n.º 2 do artigo 3.º do RJC, nomeada pela PVM e aprovada pela AdC, a quem a PVM concedeu o Mandato de Desinvestimento, nos termos da Secção C *infra*.

Mandatário de Monitorização

Uma pessoa singular ou coletiva, independente das Partes e das empresas pertencentes à mesma unidade económica nos termos do n.º 2 do artigo 3.º do RJC, nomeadamente pela PVM e aprovada pela

	AdC, que tem o dever de fiscalizar o cumprimento dos Compromissos pela PVM.
Mandato de Desinvestimento	Contrato de Mandato exclusivo, celebrado entre a PVM, na qualidade de Mandante, e o Mandatário de Desinvestimento, para efeitos de concessão da Licença, nos termos da Secção C <i>infra</i> .
Projeto de Contrato de Mandato de Desinvestimento:	Projeto incorporado na decisão cujos termos serão adotados na versão final do Mandato de Desinvestimento e [CONFIDENCIAL].
Projeto de Contrato de Mandato de Monitorização:	Projeto integrado na decisão cujos termos devem ser adotados na versão final do Mandato de Monitorização.
Projeto de Contrato de Mandato do Mandatário Operacional Independente:	Projeto incorporado na Decisão relativa às funções a desempenhar pelo Mandatário de Monitorização Operacional Independente.
[CONFIDENCIAL – Vendedora do negócio adquirido]	[CONFIDENCIAL – Vendedora do negócio adquirido], a empresa que atualmente detém as marcas "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]" e "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]".
Negócio Adquirido	Atividade da [CONFIDENCIAL – Vendedora do negócio adquirido] no sector das pastilhas elásticas na América do Norte e na Europa.
Operação de concentração	Transação notificada à AdC em 19 de janeiro de 2023, objeto do processo Ccent./2023/4, visando a aquisição do Controlo exclusivo do Negócio Adquirido pela PVM.
Partes	PVM e o Adquirente, quando referidas conjuntamente.
Produtos	Quaisquer produtos de pastilhas elásticas, chicletes e outros produtos de confeitaria que ostentem qualquer um dos Direitos de Marca Licenciados, incluindo os produtos existentes.
Período de desinvestimento	Período total planeado para a alienação, que inclui o primeiro e o segundo períodos de alienação.
Período de Licenciamento	Duração de [CONFIDENCIAL – duração de contrato].
Plano de Monitorização	Um plano inicial sobre a forma de exercer as funções do Mandatário de monitorização, apresentado pelo Mandatário de

	Monitorização à AdC no período anterior à aprovação das suas funções pela AdC.
Plano de Desinvestimento	Um plano inicial sobre a forma de executar as obrigações do Mandatário de Desinvestimento, apresentado por este último à AdC no período anterior à aprovação das suas funções pela AdC.
Plano de Monitorização Operacional Independente	Um plano inicial sobre a forma de executar as obrigações do Mandatário de Monitorização Operacional Independente, apresentado por este último à AdC no período anterior à aprovação das suas funções pela AdC.
Período de Desinvestimento	Período durante o qual o Contrato de Licenciamento deve ser celebrado pelas Partes, que corresponde a [CONFIDENCIAL – Prazo] após a Data de Notificação da Decisão, acrescido das suspensões e prorrogações previstas no ponto 7 do presente Documento de Compromissos, se necessário.
Primeiro Período de Desinvestimento	[CONFIDENCIAL – Prazo] a contar da Data de Notificação da Decisão.
PVM	Perfetti Van Melle Group B.V., a empresa notificante que assume os Compromissos.
Segundo Período de Desinvestimento	[CONFIDENCIAL – Prazo], a contar da data do termo do Primeiro Período de Desinvestimento.

Secção B. COMPROMISSOS

Secção B.1 Condições

1. A fim de assegurar a manutenção de uma concorrência efetiva no mercado, a PVM assume os seguintes Compromissos perante a AdC:

Compromisso: Condição de Licenciamento

2. Para assegurar a manutenção de uma concorrência efetiva, a PVM compromete-se a licenciar as marcas i) "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]" e "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]"; ou ii) "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]" e "[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]", com vista ao uso das Marcas Licenciadas em relação ao fabrico, exibição, publicidade, promoção, rotulagem, venda, *marketing* e distribuição dos produtos das Marcas Licenciadas nos vários canais de distribuição, em Portugal, até ao termo do Período de Desinvestimento.
3. Esta Condição de Licenciamento inclui [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].
4. A Licença é de natureza [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento]. Este pode alterar as especificações do produto e logótipos, ou criar novos produtos, incluindo a criação de novos SKUs, bem como alterar os trabalhos artísticos e embalagens comercializadas pelo Adquirente, atribuindo-se ao Licenciado uma capacidade de exploração comercial das Marcas Licenciadas similar à de um titular das referidas marcas em Portugal.
5. A Licença para cada uma das Marcas Licenciadas incluirá uma [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].
6. A PVM compromete-se a [CONFIDENCIAL – teor do contrato de licenciamento].
7. A PVM efetua o Licenciamento o mais tardar [CONFIDENCIAL – Prazo] após a Data de Notificação da Decisão, sob reserva do seguinte:
 - (a) O prazo acima referido fica suspenso durante o período de apreciação da minuta final do Contrato de Licenciamento pela AdC, ou seja, desde o momento da receção pela AdC de toda a informação referida no ponto 48 até à decisão da AdC;
 - (b) Se o Licenciamento corresponder a uma concentração sujeita a notificação nos termos do RJC ou das normas de direito da concorrência da União Europeia ou de outros Estados, o período acima referido será suspenso durante a apreciação da concentração;
 - (c) Caso a PVM assine o Contrato de Licenciamento, previamente aprovado pela AdC, durante o período de [CONFIDENCIAL – Prazo] que antecede o termo do Primeiro Período de Desinvestimento, o Primeiro Período de Desinvestimento será prorrogado por [CONFIDENCIAL – Prazo], para implementação do Desinvestimento, e consequentemente a entrada em vigor do Contrato de Mandato de Desinvestimento será adiada por igual período;
 - (d) Se o Mandatário de Desinvestimento assinar o Contrato de Licenciamento, previamente aprovado pela AdC, durante o período de [CONFIDENCIAL – Prazo] que antecede o final do Segundo Período de Desinvestimento, o Segundo Período

de Desinvestimento é prorrogado por [CONFIDENCIAL – Prazo], para implementação do Desinvestimento;

- (e) Caso se preveja que não será possível cumprir o Período de Desinvestimento devido ao tempo necessário para obter licenças ou autorizações de qualquer entidade pública, a AdC pode, mediante pedido fundamentado da PVM, prorrogar aquele Período pelo tempo necessário à sua obtenção.
- 8. A PVM deve celebrar o Mandato de Desinvestimento, em conformidade com Projeto de Contrato de Mandato de Desinvestimento anexo à Decisão, com o Mandatário de Desinvestimento, o mais tardar [CONFIDENCIAL – Prazo] antes do início do Segundo Período de Desinvestimento, a fim de que o Mandato de Desinvestimento entre em vigor no início deste período.
- 9. A PVM terá cumprido os Compromissos propostos no presente documento se, no final do Período de Desinvestimento, tiver celebrado o Contrato de Licenciamento e procedido à cessão das Marcas Licenciadas por via da Licença e se a viabilidade económica e a competitividade das Marcas Licenciadas tiverem sido preservadas.

Reversão da Operação

- 10. Se a PVM não puder cumprir qualquer das obrigações estabelecidas na secção B.1 do presente documento, compromete-se a tomar todas as medidas razoáveis para eliminar quaisquer efeitos da concentração.

Condição inicial de execução

- 11. A concentração notificada só pode ser realizada após a nomeação do Mandatário de Monitorização e do Mandatário de Monitorização Operacional Independente.

Secção C. OBRIGAÇÕES

Obrigações relativas ao compromisso: Condição de Licenciamento

- (i) **Obrigações relativas ao processo de Licenciamento**
- 12. A PVM compromete-se a nomear um Mandatário de Monitorização Operacional Independente e um Mandatário de Monitorização que podem ser a mesma entidade, conforme previsto nos pontos 30 a 43 *infra*.
- 13. O Mandatário de Monitorização e o Mandatário de Monitorização Operacional Independente devem ser independentes das Partes e das empresas pertencentes à mesma unidade económica, nos termos do n.º 2 do artigo 3.º do RJC, possuir as qualificações e experiência necessárias para o exercício do mandato e não ter qualquer conflito de interesses. Os Mandatários são remunerados pela PVM e atuam no interesse da AdC, tendo em vista o cumprimento dos Compromissos. A PVM compromete-se a estabelecer com os Mandatários uma forma de remuneração que não iniba ou desincentive o escrupuloso cumprimento dos Mandatos, bem como a boa e célere execução dos Compromissos.
- 14. A PVM compromete-se a nomear um Mandatário de Monitorização Operacional Independente no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo] a contar da data da notificação de

Decisão. O Mandatário de Monitorização Operacional Independente é responsável por acompanhar a gestão quotidiana das Marcas Licenciadas, por forma a garantir que estas continuam a ter uma presença no mercado como tinham antes da concentração. O Mandatário de Monitorização Operacional Independente atua de forma independente da PVM e no melhor interesse das Marcas Licenciadas, visando garantir que as Marcas Licenciadas mantêm a sua viabilidade económica, valor de mercado, competitividade e independência face aos ativos retidos e à PVM.

15. Para efeitos do disposto no ponto 14, o Mandatário de Monitorização Operacional Independente receberá cópias de todas as encomendas recebidas dos clientes relativamente às marcas, e informação relativa aos preços praticados pela PVM, às condições de venda e às quantidades vendidas, devendo reportar mensalmente à AdC a apreciação dessa informação.
 16. A PVM compromete-se a encontrar um Adquirente e a celebrar um Contrato de Licenciamento antes do final do Primeiro Período de Desinvestimento.
 17. O Adquirente deve ser previamente aprovado pela AdC, de acordo com o procedimento descrito na Secção E *infra*.
 18. Os termos da alienação, incluindo todas as cláusulas contratuais, devem ser previamente aprovados pela AdC nos termos descritos na Secção E *infra*. Caso a concentração dê origem a uma nova operação de concentração notificável nos termos do RJC, a mesma só poderá ter lugar após a emissão de uma decisão da AdC que não se oponha ao Licenciamento das Marcas Licenciadas ao Adquirente, no âmbito do procedimento de controlo de concentrações.
 19. A PVM envia à AdC, no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo] a contar da data em que emitiu o seu Compromisso de Licenciamento, todos os documentos necessários à verificação do cumprimento do Compromisso de Licenciamento.
 20. A fim de manter o efeito estrutural do presente compromisso na concorrência, as Partes e as empresas que fazem parte da mesma unidade económica nos termos do n.º 2 do artigo 3.º do RJC não podem, no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo] a contar da data do Contrato de Licenciamento, adquirir as Marcas Licenciadas, no todo ou em parte.
- (ii) **Obrigações relativas à condição de preservação da viabilidade económica e da competitividade das Marcas Licenciadas**
21. A partir da Data de Notificação da Decisão e até à Data de Licenciamento, a PVM preservará a viabilidade económica, o valor de mercado e a competitividade das Marcas Licenciadas, em conformidade com as boas práticas de gestão, devendo, nomeadamente:
 - (a) abster-se de adotar quaisquer atos que possam ter qualquer efeito adverso sobre o valor, a gestão ou a competitividade das Marcas Licenciadas, ou que sejam suscetíveis de alterar a natureza ou o âmbito da sua atividade, a sua estratégia industrial ou comercial ou a sua política de investimento;
 - (b) afetar recursos suficientes para o desenvolvimento das atividades relacionadas com as Marcas Licenciadas, com base no plano de atividades em curso para essas marcas;
 22. Para efeitos do presente parágrafo, a PVM fornecerá ao Mandatário de Monitorização Operacional Independente toda a informação necessária para a realização das tarefas

descritas no parágrafo e cooperará de boa-fé com o Mandatário de Monitorização Operacional Independente.

(iii) **Obrigação de não envolvimento**

23. A PVM compromete-se, desde a Data de Notifica o da Decisão até a data de concessão da Licença, a:

(a) manter as Marcas Licenciadas separadas dos ativos retidos e sob gestão do Mandatário de Monitoriza o Operacional Independente;

(a) assegurar que o Mandatário de Monitoriza o Operacional Independente, se nomeado, não tenha qualquer envolvimento nos ativos retidos.

24. Até a Data de Licenciamento, a PVM compromete-se a prestar toda a assistência necessária ao Mandatário de Monitoriza o com vista a assegurar que as Marcas Licenciadas são licenciadas como uma entidade separada e aut noma dos ativos retidos.

(iv) **Acesso a informa es sobre Marcas Licenciadas**

25. A PVM aplicar  todas as medidas necessárias, determinadas pelo Mandatário de Monitoriza o Operacional Independente, para garantir que não obterá, desde a data da notifica o da Decisão, quaisquer segredos comerciais, *know-how*, informa es comerciais ou outras informa es confidenciais relacionadas com as Marcas Licenciadas.

(v) **Due diligence**

26. A PVM dará aos potenciais adquirentes a oportunidade de efetuarem a devida *due diligence*, fornecendo-lhes todas as informa es necessárias sobre as Marcas Licenciadas, sob reserva das devidas salvaguardas de confidencialidade, e proporcionando-lhes o contacto necessário com os empregados, considerando as instru es do Mandatário de Monitoriza o Operacional Independente.

(vi) **Controlo e supervisão**

27. A PVM compromete-se a manter a AdC regularmente informada sobre o cumprimento dos Compromissos, respondendo aos pedidos de esclarecimento e informa o que a AdC lhe dirija.

28. A PVM compromete-se a apresentar relatórios mensais   AdC e ao Mandatário de Monitoriza o sobre os potenciais adquirentes e o estado das negocia es.

29. A PVM informará a AdC e o Mandatário de Monitoriza o dos desenvolvimentos do processo de *due diligence*, para o que enviará uma cópia da lista de informa es e documentos que serão disponibilizados aos potenciais compradores antes de lhes ser enviada.

Sec o C. SELE O DOS MANDAT RIOS

30. A PVM nomeará o Mandatário de Monitoriza o e Mandatário de Monitoriza o Operacional Independente no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo] posteriores   data da Notifica o da Decisão, para exercerem as fun es previstas no Projeto de Contrato de Mandatário de Monitoriza o e no Projeto de Contrato de Mandatário de Monitoriza o Operacional Independente, previamente aprovados pela AdC e que fazem parte integrante da Decisão.

31. A PVM identificará uma lista de entidades que poderão atuar como Mandatário de Monitorização e Mandatário de Monitorização Operacional Independente, sujeita a aprovação posterior pela AdC.
32. A PVM nomeará um Mandatário de Desinvestimento até [CONFIDENCIAL – Prazo] antes do termo do Primeiro Período de Desinvestimento (independentemente da sua duração), para exercer as funções previstas no Projeto de Contrato de Mandatário de Monitorização.
33. O Mandatário de Monitorização pode também assumir as funções de Mandatário de Monitorização Operacional Independente e de Mandatário de Desinvestimento.
34. Se a PVM não tiver celebrado um Contrato de Licenciamento até [CONFIDENCIAL – Prazo] antes do termo do Primeiro Período de Desinvestimento, a PVM identificará uma lista de entidades que possam desempenhar as funções do Contrato de Mandato de Desinvestimento, conforme aprovado pela AdC nos termos do ponto 30. O Mandatário de Desinvestimento tomará posse no início do Segundo Período de Desinvestimento.
35. Se a PVM não tiver celebrado um Contrato de Licenciamento no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo] antes da conclusão do Primeiro Período de Desinvestimento, a PVM entrega à AdC, no prazo referido no ponto 34 *supra*, uma lista de pelo menos três entidades idóneas que pretende nomear como Mandatário de Desinvestimento.
36. Para além da identificação das entidades propostas, nos termos necessários à verificação dos requisitos previstos no ponto 12 *supra*, a lista deve ser acompanhada, para cada uma das entidades propostas, dos seguintes documentos e informações:
 - (a) Plano inicial de Monitorização para implementação pelo Mandatário de Monitorização, que deve incluir medidas adequadas para salvaguardar a proteção de informações comercialmente sensíveis;
 - (b) Indicação de que o Mandatário de Monitorização assumirá subsequentemente, se for caso disso, as funções de Mandatário de Desinvestimento;
 - (c) Plano inicial de Desinvestimento para implementação pelo Mandatário de Desinvestimento;
 - (d) Plano de Monitorização Independente Operacional que inclua vários conjuntos de informação relacionados com o desempenho das Marcas Licenciadas, que serão fornecidos pela PVM, ao Mandatário de Monitorização Operacional Independente.
37. Após a receção da lista elaborada pela PVM, a AdC analisará e aprovará todas as entidades propostas que cumpram os requisitos enunciados no ponto 13 *supra*. A AdC poderá, justificadamente, recusar alguma ou todas as entidades propostas pela PVM.
38. Se a AdC aprovar pelo menos duas das entidades propostas, a PVM inicia de imediato as negociações com a entidade ou entidades aprovadas pela AdC com o objetivo de chegar a um acordo sobre o Mandato.
39. Caso a AdC não aprove nenhuma das entidades propostas na primeira lista apresentada, a PVM deve, no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo] após a decisão de indeferimento da AdC, propor três novas entidades, acompanhadas da informação prevista no ponto 36.
40. Caso a AdC aprove apenas uma das entidades propostas na primeira lista apresentada, a PVM iniciará de imediato negociações com a entidade aprovada pela AdC com vista a chegar a um acordo sobre o Mandato ou proporá, no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo]

após a decisão da AdC, a designação e os elementos previstos no ponto 36 de duas novas entidades.

41. Caso a avaliação das primeira e segunda listas apresentadas não resulte na aprovação pela AdC de pelo menos duas entidades, a PVM inicia de imediato as negociações com a entidade aprovada pela AdC para chegar a um acordo sobre o Mandato ou a AdC indica o nome de pelo menos duas entidades com as quais a PVM deve negociar para exercer as funções de Mandatário de Monitorização e/ou Mandatário de Desinvestimento.
42. A PVM negocia livremente com as entidades aprovadas pela AdC, e apresenta à AdC, no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo] após a decisão de aprovação dos Mandatários (de Monitorização e Desinvestimento), um original devidamente assinado do Contrato de Mandato de Monitorização (e de Desinvestimento, se for caso disso).
43. Em caso de cessação do Mandato de Monitorização ou do Mandato de Desinvestimento, nomeadamente por revogação, terá lugar um novo processo de nomeação e escolha do Mandatário de Monitorização ou do Mandato de Desinvestimento, nos mesmos termos e procedimento aqui estabelecidos. A PVM apresentará uma nova lista, conforme previsto na presente secção, no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo] a contar da data de cessação. O Mandatário de Monitorização ou do Mandato de Desinvestimento cessante manter-se-á em funções até à entrada em vigor do novo Mandato.

Secção D. MANDATO DE DESINVESTIMENTO

44. Se a PVM não tiver celebrado um Contrato de Licenciamento até [CONFIDENCIAL – Prazo] antes do final do Primeiro Período de Desinvestimento, ou no caso de a AdC ter rejeitado o Adquirente proposto durante esse período, a PVM celebra um Contrato de Mandato de Desinvestimento que obriga o Mandatário de Desinvestimento, no Segundo Período de Desinvestimento, a proceder ao Licenciamento das marcas nos termos e condições que considerar adequados, incluindo proceder ao Licenciamento sem qualquer preço mínimo, tendo em conta o cumprimento adequado dos Compromissos.
45. A PVM submete à AdC, até [CONFIDENCIAL – Prazo] antes do início do Segundo Período de Desinvestimento, um original devidamente assinado do Contrato de Mandato de Desinvestimento.
46. O Contrato de Mandato de Desinvestimento é irrevogável, nos termos legais, por iniciativa unilateral do mandante, sendo, no entanto, revogável pela AdC.

Secção E. ADQUIRENTE

47. O Contrato de Licenciamento e o Adquirente devem ser previamente aprovados pela AdC.
48. A fim de assegurar a manutenção de uma concorrência efetiva, a aprovar pela AdC, o Adquirente deve:
 - (i) Ser independente da PVM e das empresas pertencentes à mesma unidade económica nos termos do n.º 2 do artigo 2.º do RJC;
 - (ii) Possuir a capacidade financeira, a capacidade técnica e a experiência necessárias e deter os ativos, principalmente as licenças, necessários ao exercício da atividade de comercialização das Marcas Licenciadas;

(iii) Não ser suscetível de criar, *prima facie*, problemas de concorrência ou preocupações quanto à aplicação do Contrato de Licenciamento.

49. Com vista à aprovação pela AdC, o projeto final do Contrato de Licenciamento deve ser enviado à AdC e deve ser acompanhado de elementos que permitam à AdC avaliar o cumprimento dos requisitos descritos no ponto anterior, bem como a conformidade da Licença com os termos previstos nos Compromissos.

CONTRATO DE LICENCIAMENTO

Em [●], em [●]

Entre

PERFETTI VAN MELLE BENELUX B.V., uma sociedade devidamente constituída e existente ao abrigo das leis dos Países Baixos, com sede em [●], registada nos [Países Baixos], com o número V.A.T. [●] (doravante designada por "**PVM BENELUX**"), representada neste ato por [●] e [●], na sua qualidade de mandatários da PVM BENELUX;

PERFETTI VAN MELLE S.p.A., uma empresa devidamente constituída e existente ao abrigo das leis de Itália, com sede em [●], registada em Itália, com o número V.A.T. [●] (doravante referida como "**PVM ITÁLIA**"), representada neste ato por [●] e [●], na sua qualidade de procuradores da PVM ITÁLIA;

e

_____, uma empresa devidamente constituída e existente ao abrigo das leis de _____, com sede social em _____, registada no Registo Comercial de _____ com o número V.A.T. _____ (a seguir designada por "**LICENCIADO**"), representada no presente ato por _____ na sua qualidade de _____ da Empresa;

A PVM BENELUX, a PVM ITALY e o LICENCIADO serão coletivamente designados por "**PARTES**" e/ou individualmente por "**PARTE**".

[CONFIDENCIAL – teor de contrato de licenciamento]

1 ASSINATURAS ELECTRÓNICAS

A execução e a entrega do presente Contrato ou de qualquer das suas alterações por assinatura eletrónica através de um prestador de serviços certificado de confiança qualificado (por exemplo, a Signaturit) serão consideradas como tendo o mesmo efeito jurídico vinculativo que a versão original assinada entregue pessoalmente. A pedido de qualquer das PARTES, as PARTES devem reexecutar e entregar cópias originais em papel do presente Contrato ou de qualquer das suas alterações.

EM FÉ DO QUE, as PARTES outorgantes assinaram o presente Contrato, em três exemplares originais, na data mencionada no cabeçalho.

LICENCIADO

PVM BENELUX

[•]

_____ [PERFETTI VAN MELLE BENELUX B.V.]

[•]

(nome da empresa)

—

[•]

[PERFETTI
VAN MELLE
BENELUX
B.V.]

PVM ITÁLIA

[•]

[PERFETTI
VAN MELLE
S.p.A.].

—
[•]

[PERFETTI
VAN MELLE
S.p.A.].

ANEXO I

Direitos de Marcas Licenciadas:	- [CONFIDENCIAL – identificação das marcas a licenciar]
Cláusula 1 c)	
Prazo:	Um período de [CONFIDENCIAL – duração do contrato]
Cláusula 1 i)	a partir da data indicada no início do presente Contrato
Território:	Portugal
Cláusula 1 n)	
Taxa de Licenciamento:	Relativamente ao primeiro ano de contrato.
Cláusula 1 m)	- para a marca [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]:[CONFIDENCIAL – Montante de taxa] euros - para a marca [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]: [CONFIDENCIAL – Montante de taxa] euros - para a marca [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]: [CONFIDENCIAL – Montante de taxa] euros
Moeda:	Euro
Cláusula 1 h)	

ANEXO II

Produtos Existentes

SKUs [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]

Descrição da BWS	Material	Descrição do material	Variante	Formato /Sabor BI
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

Descrição da BWS	Material	Descrição do material	Variante	Formato /Sabor BI
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

Descrição da BWS	Material	Descrição do material	Variante	Formato /Sabor BI
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

Descrição da BWS	Material	Descrição do material	Variante	Formato /Sabor BI
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

Descrição da BWS	Material	Descrição do material	Variante	Formato /Sabor BI
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

Descrição da BWS	Material	Descrição do material	Variante	Formato /Sabor BI
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

Descrição da BWS	Material	Descrição do material	Variante	Formato /Sabor BI
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

Descrição da BWS	Material	Descrição do material	Variante	Formato /Sabor BI
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

Descrição da BWS	Material	Descrição do material	Variante	Formato /Sabor BI
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

Descrição da BWS	Material	Descrição do material	Variante	Formato /Sabor BI
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]SKUs

Material	Descrição do material
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]
[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]	[CONFIDENCIAL – Descrição de SKU]

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

ANEXO III

Know-how comercial licenciado

A. “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”

Não existe *know-how* comercial licenciado referente à marca “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” registada em Portugal.

B. “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”/ “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”

Não existe *know-how* comercial licenciado referente às marcas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” registada em Portugal.

Nomes de clientes e dados de contacto

A. “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”

Os clientes da marca “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” em Portugal são os descritos na tabela seguinte:

Clientes	Contactos
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]

Clientes	Contactos
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]

B. “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”/”[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”

Os clientes das marcas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” em Portugal são os descritos na tabela seguinte:

Clientes	Contactos
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]
[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]	[CONFIDENCIAL – Identificação de cliente]

Inventários de produtos

A. “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”

O inventário de produtos “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” existente à data de redação do presente contrato é o seguinte:

- O inventário inclui [CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas].
- O stock médio a 12 meses é de [CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]. A cobertura média é de [CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas].
- O inventário atual, em setembro de 2023, é de [CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]. A cobertura corresponde a [CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas].

B. “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”/”[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”

O inventário de produtos “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” e “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” existente à data de redação do presente contrato encontra-se descrito na tabela seguinte:

Material	Description	MDLZ DC Portugal Stock [KG]	In transfer from Gebze Portugal [KG]	Gebze MU Stock[kg]
[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]
[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]
[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]
[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]	[CONFIDENCIAL – Informação sobre produtos das marcas]

Materiais promocionais

C. “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”

A marca “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” não detém quaisquer materiais promocionais.

D. “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”/”[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”

As marcas “[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]”/”[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]” dispõem apenas do mostrador ilustrado na figura em seguida.

Imagem confidencial

ANEXO IV

Requisitos mínimos para a identificação dos direitos de marca da LICENCIANTE na
Produtos (consoante o espaço disponível)

AVISO LEGAL LONGO [*inserir logótipo* [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]].

Fabricado e distribuído por [*nome do titular da licença*]
sob licença da Perfetti Van Melle Benelux B.V.

© XXXX Perfetti Van Melle

BREVE AVISO LEGAL [*inserir logótipo* [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]]
Licenciado oficial © XXXX PVM

AVISO LEGAL [CONFIDENCIAL – marca a licenciar] Licenciado oficial
MONOCOLOR © XXXX PVM

("XXXX" reflecte o ano em que o produto está a ser
expedido para o retalho)

AVISO LEGAL LONGO [*inserir logótipo* [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]].

Fabricado e distribuído por [*nome do titular da licença*]
sob licença da Perfetti Van Melle Benelux B.V.

© XXXX Perfetti Van Melle

BREVE AVISO LEGAL

[*inserir logótipo* [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]]
Licenciado oficial © XXXX PVM

AVISO LEGAL
MONOCOLOR

[CONFIDENCIAL – marca a licenciar] Licenciado oficial
© XXXX PVM

("XXXX" reflecte o ano em que o produto está a ser
expedido para o retalho)

AVISO LEGAL LONGO

[*inserir o logótipo da* [CONFIDENCIAL – marca a
licenciar]].

Fabricado e distribuído por [*nome do titular da licença*]
sob licença da Perfetti Van Melle S.P.A.

© XXXX Perfetti Van Melle

BREVE AVISO LEGAL

[*inserir logótipo* [CONFIDENCIAL – marca a licenciar]]
Licenciado oficial © XXXX PVM

AVISO LEGAL
MONOCOLOR

[CONFIDENCIAL – marca a licenciar]Licenciado oficial
© XXXX PVM

("XXXX" reflecte o ano em que o produto está a ser
expedido para o retalho)

[PVM]
E
[COMPRADOR]

CONTRATO DE FORNECIMENTO

[CONFIDENCIAL – teor de contrato]

O PRESENTE CONTRATO (o "**Contrato**") é celebrado em _____

ENTRE:

- (1) [PVM], [●] (o "**Fornecedor**"); e
- (2) [COMPRADOR], [●] (o "**Beneficiário**").

INTRODUÇÃO:

O Fornecedor e o Beneficiário pretendem celebrar o presente Contrato para estipular os termos e condições em que o Grupo do Fornecedor prestará, ou obterá a prestação de determinados serviços de fornecimento ao Grupo do Beneficiário a partir da Data de Início.

AS PARTES ACORDAM no seguinte:

1. **INTERPRETAÇÃO**

As palavras e expressões definidas no presente Contrato terão o significado que lhes é atribuído no Anexo 1.

[CONFIDENCIAL – teor de contrato]

ANEXO 1
PRODUTOS, CUSTO DO PRODUTO, MONTANTE DA MARGEM DE LUCRO

[Produto]

<u>SKU</u>		<u>Quantidade mínima de encomenda</u> <i>(toneladas)</i>	<u>Custo do produto</u> <i>[(por kg)]</i> <i>[(moeda)]</i>	<u>Montante da margem de lucro</u> <i>[(por kg)]</i> <i>[(moeda)]</i>
[•]	[•]	[•]	[•]	[•]
[•]	[•]	[•]	[•]	[•]

ANEXO 2
ESPECIFICAÇÕES DO PRODUTO

[A fornecer].

ANEXO 3
ESPECIFICAÇÕES DA EMBALAGEM

[A fornecer].

ANEXO 4
INTERPRETAÇÃO

1.1 No presente Contrato:

[CONFIDENCIAL - teor de contrato]

EXECUTADO pelas partes

Assinado por)
em nome e por conta de)
[PVM])

Assinado por)
em nome e por conta de)
[COMPRADOR])

[PVM]
E
[COMPRADOR]

CONTRATO DE FORNECIMENTO

[CONFIDENCIAL – teor de contrato]

O PRESENTE CONTRATO (o "**Contrato**") é celebrado em _____

ENTRE:

- (3) [PVM], [●] (o "**Fornecedor**"); e
- (4) [COMPRADOR], [●] (o "**Beneficiário**").

INTRODUÇÃO:

O Fornecedor e o Beneficiário pretendem celebrar o presente Contrato para estipular os termos e condições em que o Grupo do Fornecedor prestará, ou obterá a prestação de determinados serviços de fornecimento ao Grupo do Beneficiário a partir da Data de Início.

AS PARTES ACORDAM no seguinte:

2. **INTERPRETAÇÃO**

As palavras e expressões definidas no presente Contrato terão o significado que lhes é atribuído no Anexo 1.

[CONFIDENCIAL – teor de contrato]

**ANEXO 1
PRODUTOS, CUSTO DO PRODUTO, MONTANTE DA MARGEM DE LUCRO**

[Produto]

<u>SKU</u>		<u>Quantidade mínima de encomenda</u> (toneladas)]	<u>Custo do produto</u> [(por kg)] [(moeda)]	<u>Montante da margem de lucro</u> [(por kg)] [(moeda)]
[•]	[•]	[•]	[•]	[•]
[•]	[•]	[•]	[•]	[•]

**ANEXO 2
ESPECIFICAÇÕES DO PRODUTO**

[A fornecer].

**ANEXO 3
ESPECIFICAÇÕES DA EMBALAGEM**

[A fornecer].

**ANEXO 4
INTERPRETAÇÃO**

1.2 No presente Contrato:

[CONFIDENCIAL -teor de contrato]

EXECUTADO pelas partes

Assinado por)
em nome e por conta de)
[PVM])

Assinado por)
em nome e por conta de)
[COMPRADOR])

**Contrato de Mandato de Monitorização do Processo de
Cumprimento dos Compromissos e Gestão Operacional das
Marcas Licenciadas**

Entre:

- 1.º Perfetti Van Melle Group B.V., pessoa coletiva número 24243428 (doravante designada por “**PVM**” ou “**Mandante**”), com sede em Stationsplein ZW 997, Tristar 3, 1117 CE Schiphol - Oost, neste ato representada por [●], na qualidade de membro do Conselho de Administração, com poderes para o ato, e
- 2.º [Nome da pessoa singular ou denominação social da empresa, morada, número de identificação fiscal ou número de pessoa coletiva] (doravante “[nome da pessoa singular ou denominação abreviada da empresa]” ou “**Mandatário de Monitorização**”)

(coletivamente denominadas “**Partes**”)

Considerando que:

- A. A Autoridade da Concorrência adotou, nos termos e para os efeitos da alínea a) do número 1 e número 3 da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (“**Regime Jurídico da Concorrência**”), uma decisão de não oposição à operação objeto do Processo Ccent./2023/4 (doravante “**Decisão**”) no dia [data da decisão], a qual foi notificada à PVM a [dia em que a notificante foi notificada da Decisão emitida pela Autoridade da Concorrência];
- B. A Decisão foi condicionada ao respeito integral de um conjunto de compromissos por parte da notificante e correspondentes condições e obrigações (doravante “**Compromissos**”), constantes do Documento de Compromissos junto à Decisão (doravante “**Documento de Compromissos**” ou simplesmente “**Compromissos**”), que agora se junta a este Contrato e que dele passa a fazer parte integrante (Anexo);
- C. A Mandante selecionou o [identificação de Mandatário] para assegurar as funções de Mandatário de Monitorização do processo de cumprimento dos Compromissos, as de monitorização operacional independente e os termos e condições do presente Contrato (doravante também “**Contrato de Mandato**”, “**Contrato**” ou “**Mandato**”) foram aprovados pela Autoridade da Concorrência a [data].
- D. Incumbe à Autoridade da Concorrência fiscalizar e garantir o cumprimento dos Compromissos em geral e o cumprimento das cláusulas constantes do Contrato de Mandato em particular;
- E. O Mandatário de Monitorização age no interesse da Autoridade da Concorrência com vista a assegurar o cumprimento, por parte da PVM, dos Compromissos constantes da Decisão;

É celebrado o presente Contrato de Mandato, de que os Considerandos *supra* fazem parte integrante e que se regerá pelo disposto nas cláusulas seguintes:

I. Definições:

AdC: Autoridade da Concorrência.

Documento de Compromissos (ou “Compromissos”): Conjunto de condições e obrigações a que a PVM se obriga a cumprir no âmbito do processo Ccent./2023/4, constantes do Documento de Compromissos que se junta em anexo e que faz parte integrante do presente Contrato.

Equipa do Mandatário de Monitorização: As pessoas responsáveis pelas tarefas atribuídas no Contrato de Mandato e que são as identificadas na Cláusula 1.^a.

Licenciamento: concretização de um contrato formal de licenciamento das marcas licenciadas identificadas no Documento de Compromissos, válido por um período de 50 (cinquenta) anos.

Mandatário de Monitorização: a entidade neste contrato que assume as obrigações de monitorizar o cumprimento dos Compromissos assumidos pela PVM quanto ao licenciamento das Marcas a Licenciar entre a data deste Contrato e o Licenciamento dos mesmos. Assume ainda a monitorização operacional independente das Marcas a Licenciar, o que corresponde ao acompanhamento da gestão dos ativos em causa.

Marcas a Licenciar: os ativos a licenciar, tal como se encontram definidos nos termos do Documento de Compromissos em anexo.

Plano de Monitorização: o plano detalhado relativo ao modo de concretização das obrigações do Mandatário de Monitorização, submetido por este à Autoridade da Concorrência, tal como previsto na Cláusula 2.^a, n.º 1, alínea (i) do presente Contrato.

Plano de Monitorização Operacional Independente: o plano detalhado relativo ao modo de concretização das obrigações do Mandatário de Monitorização, submetido por este à AdC, tal como previsto na Cláusula 3.^a, n.º 1, alínea (i) do presente Contrato.

Prazo de Desinvestimento: prazo previsto no Documento de Compromissos para a PVM proceder ao licenciamento das Marcas a Licenciar.

Todas as demais definições utilizadas neste Contrato de Mandato têm o mesmo significado que lhe é atribuído no Documento de Compromissos em anexo.

Cláusula 1.^a

(Objeto, Escopo e Natureza do Mandato)

1. Nos termos e condições do presente Contrato, o Mandante confere ao Mandatário de Monitorização, que aceita, mandato exclusivo para, por conta do Mandante e no interesse da AdC, exercer as funções de Mandatário de Monitorização que incluem as de monitorização operacional independente.
2. O presente Contrato é celebrado nos termos e para os efeitos do cumprimento dos Compromissos. O Mandatário de Monitorização exerce, respetivamente, as suas funções de acordo com o Plano de Monitorização e o Plano de Monitorização Operacional Independente aprovados pela AdC e pelas disposições contratuais que se seguem.
3. A Equipa do Mandatário de Monitorização é composta pelas seguintes pessoas singulares:
[identificação]
A referida equipa não pode ser alterada sem prévia aprovação, por escrito, da AdC e da Mandante.

Cláusula 2.^a

(Poderes, Deveres e Direitos do Mandatário de Monitorização)

1. O Mandatário fica obrigado a praticar os atos jurídicos e materiais necessários à execução do Mandato, designadamente:
 - (i) Entrega do Plano de Monitorização, que versa em especial sobre a monitorização das diligências de Licenciamento das Marcas a Licenciar entre esta data e a data do Licenciamento, no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo Contratual] após a notificação, pela AdC, da aceitação do presente Contrato de Mandato, indicando todos os passos que pretende vir a efetuar nesse sentido e os respetivos prazos;

Dar imediatamente a conhecer ao Mandante e à AdC qualquer conflito de interesses que possa impedir ou pôr em causa a boa execução do presente Contrato de Mandato;

VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL

- (ii) Elaborar e entregar, mensalmente, à AdC, com cópia da versão não confidencial para o Mandante, um relatório escrito sobre a execução do Mandato. Neste relatório, o Mandatário refere, entre outros, os seguintes aspetos:
 - (a) a situação operacional e financeira das Marcas a Licenciar, incluindo informação sobre encomendas recebidas, preços praticados e reação dos clientes;
 - (b) qualquer informação que chegue ao seu conhecimento e que possa pôr em causa a boa e rápida execução dos Compromissos, nomeadamente de qualquer ação da PVM que possa colocar em causa o valor das Marcas a Licenciar;
 - (c) a demonstração da independência da gestão das Marcas a Licenciar face à gestão dos ativos retidos; da ausência de envolvimento de Trabalhadores-chave afetos às Marcas a Licenciar, em qualquer negócio ou atividade relevante relativa à Empresa e/ou aos ativos retidos e vice-versa;
 - (d) o cumprimento das restantes condições e obrigações assumidas nos Compromissos;
 - (e) a avaliação dos esforços da Mandante com vista ao licenciamento das Marcas a Licenciar e cumprimento dos demais Compromissos;
 - (f) relativamente ao desinvestimento, reportar os potenciais Licenciados e toda a demais informação recebida pela PVM a este respeito, no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo Contratual] após a receção da mesma, juntando parecer fundamentado sobre a adequação aos Compromissos;
 - (g) sempre que necessário, propor as medidas que, no seu entender, devam ser adotadas com vista a prevenir um qualquer incumprimento, por parte do Mandante, dos Compromissos;
 - (iii) Informar por escrito a AdC, com cópia da versão não confidencial para o Mandante, sobre qualquer aspeto da execução do Mandato, sempre que tal se justifique ou lhe seja solicitado pela AdC.
2. O Mandatário deve exercer o Mandato de forma diligente e de boa-fé.
3. O Mandatário tem direito:
- (i) a receber a retribuição prevista na Cláusula 6.ª;
 - (ii) a obter do Mandante toda a informação necessária à boa execução do Mandato.

Cláusula 3.ª

(Poderes, Deveres e Direitos do Mandatário no que respeita à monitorização operacional independente)

1. O Mandatário fica obrigado a praticar os atos jurídicos e materiais necessários à execução do Mandato, designadamente:
 - (i) Entrega do Plano de Monitorização Operacional Independente, que versa em especial sobre o acompanhamento da gestão das Marcas a Licenciar entre esta data e a data do Licenciamento, no prazo de [CONFIDENCIAL – Prazo Contratual] após a notificação, pela AdC, da aceitação do presente Contrato de Mandato, indicando todos os passos que pretende vir a efetuar nesse sentido e os respetivos prazos;
 - (ii) Assegurar que a gestão das Marcas a Licenciar é feita de forma independente e no melhor interesse do negócio, de forma a assegurar a continuidade da sua viabilidade económica, bem como a sua independência relativamente aos ativos retidos.
- (iii) Monitorizar a:

VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL

- (a) preservação da viabilidade econômica, do valor de mercado e da competitividade das Marcas a Licenciar;
 - (b) minimização do risco de perda do potencial competitivo das Marcas a Licenciar;
 - (c) qualquer ato da PVM e das empresas que integrem a mesma unidade econômica nos termos do n.º 2 do artigo 3.º do Regime Jurídico da Concorrência, que possa ter algum impacto negativo no valor, gestão ou competitividade das Marcas a Licenciar;
 - (d) a disponibilização pela PVM de recursos suficientes e necessários para permitir a continuidade no mercado das Marcas a Licenciar, em termos semelhantes ao que acontecia antes da aquisição pela PVM.
- (iv) Monitorizar a independência e autonomia da gestão das Marcas a Licenciar face aos ativos retidos.

Cláusula 4.ª

(Prestação de serviços a outras entidades)

Durante a vigência do mandato, o Mandatário de Monitorização fica impedido de participar em quaisquer negócios que comprometam ou possam razoavelmente pôr em causa o conjunto dos seus deveres para com o Mandante e a AdC, salvo com autorização, por escrito, dada por ambos.

Cláusula 5.ª

(Deveres e Instruções do Mandante)

O Mandante fica obrigado a:

- (i) Colaborar de boa-fé com o Mandatário de Monitorização para que este possa cumprir o Mandato;
- (ii) Fornecer ao Mandatário de Monitorização e a informação necessária à boa execução do Mandato;
- (iii) Abster-se de intervir ou dar quaisquer orientações ao Mandatário de Monitorização sobre as suas competências de monitorização previstas no presente Contrato;
- (iv) Dar conhecimento à AdC de qualquer situação que possa impedir o cumprimento das medidas assumidas pelo Mandatário de Monitorização;
- (v) Remunerar o Mandatário de Monitorização, nos termos previstos na Cláusula 6ª.

Cláusula 6.ª

(Retribuição)

O Mandatário de Monitorização será remunerado da seguinte forma:

- (i) na data de celebração do contrato;
- (ii) por cada mês completo de execução do Contrato;
- (iii) aquando da elaboração do relatório final.

Cláusula 7.ª

(Direitos e Instruções da AdC)

1. A AdC tem o direito de solicitar a todo o tempo ao Mandatário de Monitorização a informação necessária para acompanhar a execução do Mandato e garantir o cumprimento dos Compromissos.

VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL

2. O Mandante e o Mandatário reconhece à AdC o direito de, por iniciativa desta ou a pedido do Mandante e/ou do Mandatário, dar a estes as instruções que repute necessárias ao cumprimento do Mandato e dos Compromissos.
3. A AdC notifica, simultaneamente, o Mandatário de Monitorização e o Mandante, da receção e aceitação por parte da AdC, do Contrato de Mandato.

Cláusula 8.^a

(Confidencialidade)

1. As Partes só divulgam a existência e o teor do presente Contrato, e do seu anexo, em cumprimento de disposição legal ou regulamentar, de decisão administrativa, de sentença de tribunal judicial ou arbitral transitada em julgado, ou sempre que tal seja indispensável ao cumprimento do presente Contrato, casos em que, de todo o modo, divulgam apenas a informação estritamente necessária para o efeito e, sempre que possível, concertam com a respetiva contraparte o teor da informação a divulgar e as condições da sua divulgação.
2. O Mandatário de Monitorização não divulga qualquer informação de natureza confidencial constante da Decisão sobre Compromissos ou que consubstancie segredo de negócio a que tenha tido acesso no âmbito da execução do presente Contrato de Mandato.

Cláusula 9.^a

(Notificações e Modificação)

1. Quaisquer notificações entre as Partes, nos termos do presente Contrato, são efetuadas, por carta registada com aviso de receção, para a sede ou residência dos Partes indicada no cabeçalho do presente Contrato.
2. A alteração da morada de qualquer das Partes só produz efeitos se for comunicada aos restantes Partes, através de carta registada com aviso de receção.

Cláusula 10.^a

(Início de Funções, Revogação e Caducidade do Mandato)

1. O presente Contrato produz efeitos a partir da notificação da sua aprovação por parte da AdC, nos termos previstos na Cláusula 7.^a, n.º 3.
2. O presente Mandato vigora até ao prazo previsto para o cumprimento dos Compromissos.
3. O Mandato de Monitorização só poderá ser revogado:
 - (i) Por acordo escrito entre o Mandante e o Mandatário de Monitorização, aceite pela AdC;
 - (ii) Por decisão, devidamente fundamentada, da AdC;
 - (iii) Por iniciativa do Mandante, se tiver ocorrido justa causa.

A pretensão do Mandante de invocar justa causa que legitime a revogação do Mandato, nomeadamente o incumprimento reiterado, manifesto, grosseiro ou grave, por parte do Mandatário de Monitorização, das funções que lhe forem confiadas, tem que ser previamente autorizada pela AdC, que não autoriza a revogação quando, fundamentadamente, considere que a mesma consubstanciaria um cumprimento dos compromissos, *maxime* do compromisso de independência do Mandatário.

VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL

- (iv) Por iniciativa do Mandatário de Monitorização, nos termos legais, desde que comunicada à AdC e ao Mandante com, pelo menos, [CONFIDENCIAL – Prazo Contratual] de antecedência.
4. Em qualquer dos casos, o Mandatário de Monitorização permanece no exercício das suas funções até que novo Mandatário seja nomeado, devendo aquele primeiro transmitir toda a informação relevante para o exercício das funções constantes do presente Contrato, a este último.
5. Nos 12 (doze) meses posteriores à cessação do presente Contrato, o Mandatário de Monitorização fica impedido de prestar outro serviço ao Mandante.

Cláusula 11.^a (Interpretação)

Em caso de dúvida, as disposições do presente Contrato são interpretadas em conformidade com a Decisão e o Documento de Compromissos.

Cláusula 12.^a (Lei Aplicável)

1. O presente Contrato rege-se pela Lei Portuguesa, sendo-lhe aplicável, no que aqui se não encontrar regulado, o disposto nos artigos 1157.º a 1184.º do Código Civil.
2. As obrigações assumidas pelo Mandatário de Monitorização a favor da AdC ficam sujeitas ao disposto nos artigos 443.º a 451.º do Código Civil, valendo a aprovação, pela AdC, do Contrato de Mandato, prevista na Cláusula 1.^a, n.º 3, como adesão nos termos e para os efeitos do artigo 447.º, n.º 3, do Código Civil.

Cláusula 13.^a (Jurisdição)

Para a resolução de qualquer litígio emergente do presente Contrato que não tenha sido superado por negociação de boa-fé entre os Partes, é competente o foro da comarca de Lisboa.

O presente Contrato é feito em três vias, uma para o Mandante, uma segunda para o Mandatário de Monitorização e a última para a Autoridade da Concorrência.

[Local], [data]

[Assinaturas]

[Mandante]

[Mandatário de Monitorização]

VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL

ANEXO I
Documento de Compromissos

Contrato de Mandato de Desinvestimento

Entre:

- 1.º Perfetti Van Melle Group B.V., pessoa coletiva número 24243428 (doravante designada por “PVM” ou “Mandante”), com sede em Stationsplein ZW 997, Tristar 3, 1117 CE Schiphol - Oost, neste ato representada por [●], na qualidade de membro do Conselho de Administração, com poderes para o ato, e
- 2.º [Nome da pessoa singular ou denominação social da empresa, morada, número de identificação fiscal ou número de pessoa coletiva] (doravante “[nome da pessoa singular ou denominação abreviada da empresa]” ou “Mandatário de Monitorização”) ou ainda “Mandatário”.

(coletivamente denominadas “**Contraentes**” ou “**Partes**”)

Considerando que:

- F. A Autoridade da Concorrência adotou, nos termos e para os efeitos do art. 53.º, n.º 1, alínea a) e número 3 da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (“**Regime Jurídico da Concorrência**”), uma decisão de não oposição à operação objeto do Processo Ccent./2023/4 (doravante “**Decisão**”) no dia [data da decisão], a qual foi notificada à PVM a [dia em que a notificante foi notificada da Decisão emitida pela Autoridade da Concorrência];
- G. A Decisão foi condicionada ao respeito integral de um conjunto de compromissos por parte da notificante, de natureza estrutural, e de correspondentes condições e obrigações (doravante “**Compromissos**”), constantes do Documento de Compromissos junto à Decisão (doravante “**Documento de Compromissos**” ou simplesmente “**Compromissos**”), que agora se junta a este Contrato e que dele passa a fazer parte integrante (Anexo I);
- H. O Mandatário de Desinvestimento e os termos e condições do presente Contrato de Mandato de Desinvestimento (doravante também “**Contrato de Mandato**” ou “**Mandato**”) foram aprovados pela Autoridade da Concorrência a [data].
- I. Incumbe à Autoridade da Concorrência fiscalizar e garantir o cumprimento do Conjunto de Compromissos em geral e o cumprimento das cláusulas constantes do presente Contrato em particular;
- J. O Mandatário de Desinvestimento age no interesse da Autoridade da Concorrência com vista a assegurar o cumprimento, por parte da PVM, dos Compromissos constantes da Decisão relativamente ao licenciamento dos ativos;

É celebrado o presente Contrato de Mandato de Desinvestimento, de que os Considerandos *supra* fazem parte integrante e que se regerá pelo disposto nas cláusulas seguintes:

I. Definições:

AdC: Autoridade da Concorrência.

Ativos Retidos: A Empresa e/ou os ativos detidos pela PVM e/ou adquiridos no âmbito da Operação de Concentração cujo licenciamento não é incluído nos Compromissos, tal como se encontram definidos nos termos do Documento de Compromissos em anexo.

Documento de Compromissos (ou “Compromissos”): Conjunto de condições e obrigações a que a PVM se obriga a cumprir no âmbito do processo Ccent./2023/4, constantes do Documento de Compromissos que se junta em anexo e que faz parte integrante do presente Contrato.

Equipa do Mandatário de Desinvestimento: As pessoas responsáveis pelas tarefas atribuídas no Contrato de Mandato e que são as identificadas na Cláusula 1.^a.

Licenciamento: concretização de um contrato formal de licenciamento das marcas licenciadas identificadas no Documento de Compromissos, válido por um período de 50 (cinquenta) anos.

Mandatário de Desinvestimento: a entidade parte neste contrato que assume as obrigações previstas no Contrato e assumidas pela PVM quanto à execução do contrato de Licenciamento das Marcas a Licenciar.

Marcas a Licenciar: os ativos a licenciar, tal como se encontram definidos nos termos do Documento de Compromissos em anexo.

Prazo de Desinvestimento: Prazo previsto no Documento de Compromissos para a PVM proceder ao Licenciamento das Marcas a Licenciar.

Projeto de Promoção do Desinvestimento: plano detalhado relativo ao modo de concretização das obrigações do Mandatário de Desinvestimento com vista ao Licenciamento das Marcas a Licenciar, submetido por este à Autoridade da Concorrência, tal como previsto na Cláusula 2.^a, n.º 1, alínea (i) do presente Contrato.

Todas as demais definições utilizadas neste Contrato de Mandato têm o mesmo significado que lhe é atribuído no Documento de Compromissos em anexo.

Cláusula 1.^a

(Objeto, Escopo e Natureza do Mandato)

1. Nos termos e condições do presente Contrato, o Mandante confere ao Mandatário, que aceita, o mandato exclusivo para proceder por conta do Mandante, e no interesse da AdC, ao Licenciamento das Marcas a Licenciar, tal como definidas e descritas no Documento de Compromissos.
2. O Mandato é celebrado no âmbito dos Compromissos e tem por escopo promover a execução do Compromisso de execução do contrato de Licenciamento, consistente no Licenciamento das Marcas.
3. Sem prejuízo do disposto na Cláusula 2.^a, n.º 4, e de outras obrigações expressamente assumidas perante o Mandante, o Mandato é conferido no interesse da AdC, na qualidade de entidade perante a qual foram assumidos os Compromissos e a quem incumbe fiscalizar e garantir o cumprimento dos mesmos.
4. A Equipa do Mandatário de Desinvestimento é composta pelas seguintes pessoas singulares:

[identificação]

A referida equipa não pode ser alterada sem prévia aprovação da Autoridade da Concorrência e da PVM.

Cláusula 2.^a

(Poderes, Deveres e Direitos do Mandatário de Desinvestimento)

1. O presente Contrato inclui, relativamente ao Mandatário de Desinvestimento, as obrigações de praticar todos os atos jurídicos e materiais necessários à execução plena e atempada do Compromisso, designadamente:
 - (i) Entrega de Projeto de Promoção do Desinvestimento das Marcas a Licenciar, [CONFIDENCIAL – prazo contratual] no prazo de após a notificação, pela AdC, da aceitação do presente Contrato, indicando

VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL

todos os passos que pretende vir a efetuar nesse sentido, nomeadamente os prazos previstos;

- (ii) Dar imediatamente a conhecer ao Mandante e à AdC qualquer conflito de interesses que possa impedir ou pôr em causa a boa execução do Mandato;
- (iii) Procurar, seleccionar e contactar, pela(s) forma(s) que entender mais conveniente(s), eventuais interessados na aquisição das Marcas a Licenciar, que preencham os requisitos previstos nos Compromissos;
- (iv) Fazer publicar, a expensas da PVM, em dois jornais de expansão nacional e/ou internacional, que está a ser promovida o Licenciamento das Marcas a Licenciar;
- (v) Elaborar um dossier de apresentação das Marcas a Licenciar para facultar às pessoas e/ou entidades por si contactadas e obter destas a assinatura de um termo de confidencialidade previamente aprovado pela AdC;
- (vi) Incluir em todos os documentos e correspondência relevantes a menção de que o Licenciamento das Marcas a Licenciar visa dar cumprimento aos Compromissos assumidos pelo Mandante perante a AdC e, bem assim, que os termos e condições do Contrato de Licenciamento das Marcas a Licenciar carecem de aprovação da AdC e, no que diz respeito às declarações de garantia e demais obrigações, de aprovação do próprio Mandante;
- (vii) Dar a conhecer ao Mandante e à AdC a identidade dos potenciais beneficiários do Licenciamento das Marcas a Licenciar;
- (viii) Estudar, negociar e definir os termos e as condições, procedimentais e substantivas, de Licenciamento das Marcas a Licenciar, com integral respeito pelos Compromissos e ainda pelo disposto no presente Contrato;
- (ix) Estudar, preparar e negociar uma minuta do Contrato de Licenciamento, com respeito pelos Compromissos e pelo disposto no presente Contrato;
- (x) Submeter à aprovação da AdC a minuta final do Contrato de Licenciamento das Marcas a Licenciar e a identidade do Licenciado, com todos os documentos necessários à sua aprovação;
- (xi) Praticar, em representação do Mandante, os atos constantes da procuração irrevogável a seu favor passada pelo Mandante, com poderes suficientes e necessários para o Licenciamento das Marcas a Licenciar, cuja minuta faz parte integrante do presente Contrato como Anexo II;
- (xii) Cobrar do licenciado o preço de Licenciamento das Marcas a Licenciar a que houver lugar e entregá-lo, de acordo com as melhores práticas do mercado, [CONFIDENCIAL – prazo contratual] no prazo de , ao Mandante, através de depósito em conta por este indicada para o efeito;
- (xiii) Elaborar e entregar, [CONFIDENCIAL – prazo contratual] no prazo de após o termo de cada mês de calendário, à AdC, com cópia da versão não confidencial para o Mandante, um relatório escrito sobre a execução do presente Mandato;
- (xiv) Informar por escrito a AdC, com cópia da versão não confidencial para o Mandante, sobre a execução do Mandato, sempre que tal se justifique ou lhe seja solicitado pela AdC;
- (xv) Informar por escrito a AdC sobre qualquer informação que chegue ao seu conhecimento e que possa pôr em causa a boa e rápida execução dos

VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL

Compromissos, nomeadamente de qualquer ação da PVM que possa colocar em causa o valor das Marcas a Licenciar;

- (xvi) Informar por escrito o Mandante, com cópia para a AdC, sobre a execução do Mandato, sempre que tal se justifique ou lhe seja solicitado pelo Mandante;
 - (xvii) Sempre que julgue necessário ou oportuno, propor por escrito à AdC, com cópia da versão não confidencial para o Mandante, as medidas que, no seu entender, devem ser tomadas para prevenir um qualquer incumprimento dos Compromissos por parte do Mandante.
2. O Mandatário de Desinvestimento deve executar o mandato de forma diligente e de boa-fé.
 3. O Mandatário de Desinvestimento tem direito:
 - (iii) A receber a retribuição prevista na Cláusula 6.ª;
 - (iv) A solicitar ao Mandante toda a informação razoavelmente necessária à boa execução do Mandato;
 - (v) A obter declaração de quitação dos seus deveres, uma vez prestadas as respetivas contas.
 4. Na execução do Mandato, o Mandatário de Desinvestimento deve salvaguardar os legítimos interesses do Mandante, nomeadamente financeiros, de imagem ou de reputação.
 5. No prazo de [CONFIDENCIAL – prazo contratual] após o cumprimento dos Compromissos ou o termo do Segundo Período de Desinvestimento, sem que os compromissos tenham sido cumpridos, o Mandatário remete à AdC um relatório final e global sobre o exercício do Mandato, explicitando os termos do cumprimento ou os motivos do eventual incumprimento dos Compromissos.

Cláusula 3.ª

(Poderes de Representação, Substitutos e Auxiliares)

1. O Mandatário de Desinvestimento tem poderes para representar o Mandante na negociação dos termos e condições da minuta do Contrato de Licenciamento, exceto no que diz respeito às declarações de garantia e a quaisquer compromissos do Mandante, incluindo obrigações de não concorrência e de indemnização, os quais carecem de aprovação deste último.
2. O Mandatário de Desinvestimento não pode fazer-se substituir por outrem na execução do Mandato.

Cláusula 4.ª

(Stand Still)

1. Durante a vigência do Mandato, o Mandatário de Desinvestimento fica impedido de, direta ou indiretamente, participar, realizar e apoiar quaisquer negócios que possam gerar um conflito de interesses que comprometa ou possa razoavelmente pôr em causa a independência ou a objetividade do Mandatário de Desinvestimento e o cumprimento dos seus deveres para com o Mandante e a AdC, salvo com autorização expressa dada por ambos.
2. Para os efeitos do número anterior, considera-se atuação indireta do Mandatário de Desinvestimento, nomeadamente, a que for levada a cabo por sociedades suas dominadas, dominantes ou sujeitas ao mesmo domínio, independentemente da localização da respetiva sede.

Cláusula 5.^a

(Deveres, Direitos e Instruções do Mandante)

1. O Mandante fica obrigado a:
 - (vi) Colaborar de boa-fé com o Mandatário de Desinvestimento para que este possa cumprir o Mandato;
 - (vii) Fornecer ao Mandatário de Desinvestimento toda a informação de que este razoavelmente necessite para cumprir o Mandato que lhe foi confiado. A invocação de qualquer causa que legitime a escusa de prestação de informação solicitada é enviada à AdC, com indicação dos fundamentos em que se baseou tal escusa, que decide de forma fundamentada;
 - (viii) Tomar todas as medidas que possam ser razoavelmente necessárias para a boa e rápida execução por parte do Mandatário de Desinvestimento das funções que lhe são acometidas no âmbito do presente Contrato, nomeadamente para dar cumprimento aos pedidos que a AdC lhe tenha efetuado nos termos da cláusula 2.^a, n.º 1, al. (xiv) do presente Contrato;
 - (ix) Abster-se de promover, por si ou por terceiro, o Licenciamento das Marcas a Licenciar durante a vigência do Mandato;
 - (x) Remunerar o Mandatário de Desinvestimento, nos termos previstos na Cláusula 6.^a;
 - (xi) Emitir uma Procuração Irrevogável a favor do Mandatário de Desinvestimento que lhe permita exercer plenamente os poderes constantes do presente Contrato.
2. O Mandante tem o direito de dar ao Mandatário de Desinvestimento as indicações que tiverem sido previamente autorizadas pela AdC, nomeadamente aquelas que, dizem respeito ao teor da informação a divulgar a terceiros e a eventuais potenciais adquirentes a incluir na lista de entidades a contactar pelo Mandatário de Desinvestimento tendo em vista a boa execução do Mandato.

Cláusula 6.^a

(Retribuição)

O Mandatário será remunerada da seguinte forma:

- (iv) na data de celebração do contrato;
- (v) por cada mês completo de execução do Contrato;
- (vi) aquando da elaboração do relatório final

Cláusula 7.^a

(Direitos e Instruções da AdC)

1. A AdC tem o direito de solicitar, a todo o tempo, ao Mandatário de Desinvestimento, a informação razoavelmente necessária para acompanhar a execução do Mandato e garantir o cumprimento do Licenciamento.
2. A AdC tem o direito de dar instruções ao Mandatário de Desinvestimento que repute necessárias ao cumprimento da obrigação de Licenciamento prevista nos Compromissos.

Cláusula 8.^a

(Confidencialidade)

3. As partes só divulgam a existência e o teor do presente Contrato, e dos seus anexos, em cumprimento de disposição legal ou regulamentar, de decisão administrativa, de sentença de tribunal judicial ou arbitral transitada em julgado, ou sempre que tal seja indispensável

VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL

ao cumprimento das suas obrigações, casos em que, de todo o modo, divulgam apenas a informação estritamente necessária para o efeito e, sempre que possível, concertam com a outra parte o teor da informação a divulgar e as condições da sua divulgação.

4. O Mandatário de Desinvestimento não divulga qualquer informação de natureza confidencial ou que consubstancie segredo de negócio a que tenha tido acesso no âmbito da execução do seu Mandato. Tal informação não é, assim, tornada pública pelo Mandatário de Desinvestimento nem está acessível a qualquer entidade terceira. O disposto neste número não se aplica à informação relativa às Marcas a Licenciar na estrita medida em que se trate de informação divulgada a potenciais adquirentes que se tenham vinculado a uma obrigação de não confidencialidade
5. O Mandatário de Desinvestimento não divulga a terceiros informação relativa ao decorrer do processo de Licenciamento, nomeadamente no que respeita ao número e identidade de potenciais adquirentes, bem como às ofertas que tenham sido apresentadas.

Cláusula 9.^a

(Notificações e Modificação)

3. Quaisquer notificações entre as Partes, nos termos do presente Contrato, são efetuadas, por carta registada com aviso de receção, para a sede ou residência dos Contraentes indicada no cabeçalho do presente Contrato.
4. A alteração da morada de qualquer dos Contraentes só produz efeitos se for comunicada aos restantes Contraentes, através de carta registada com aviso de receção.

Cláusula 10.^a

(Início de Funções, Revogação e Caducidade do Mandato)

1. O Mandatário de Desinvestimento inicia as suas funções [CONFIDENCIAL – prazo contratual].
2. O presente Mandato vigora até ao prazo previsto para o cumprimento dos Compromissos de Licenciamento, especificamente da execução do contrato de Licenciamento, das Marcas Licenciadas, no Documento de Compromissos, salvo se tiver, entretanto, ficado sem objeto por ter sido completamente executado.
3. O Mandato só pode ser revogado:
 - (i) Antes do início de funções do Mandatário, mediante declaração conjunta do Mandante e da AdC;
 - (ii) Por acordo entre o Mandante e o Mandatário, com o consentimento prévio da AdC;
 - (iii) Por decisão, devidamente fundamentada, da AdC;
 - (iv) Por iniciativa do Mandante, se tiver ocorrido justa causa.
 - (v) A pretensão do Mandante de invocar justa causa que legitime a revogação do Mandato, nomeadamente o incumprimento reiterado, manifesto, grosseiro ou grave, por parte do Mandatário, das funções que lhe forem confiadas, tem de ser previamente autorizada pela Autoridade da Concorrência, que não autoriza a revogação quando, fundamentadamente, considere que a mesma consubstanciará um cumprimento dos compromissos, *maxime* do compromisso de independência do Mandatário.
 - (v) Por iniciativa do Mandatário de Desinvestimento, nos termos legais, desde que comunicada à AdC e ao Mandante com pelo menos [CONFIDENCIAL – prazo contratual] de antecedência.
4. Caso o Mandato cesse nos termos do número 3 da presente cláusula, o Mandatário de Desinvestimento permanece no exercício das suas funções até que um novo Mandatário

VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL

seja nomeado, devendo aquele primeiro transmitir toda a informação relevante para o exercício das funções constantes do presente Contrato, a este último.

5. A PVM não pode, em qualquer circunstância, substituir o Mandatário de Desinvestimento sem obter o consentimento prévio da AdC.

Cláusula 11.^a (Interpretação)

Em caso de dúvida, as disposições do presente Mandato devem ser interpretadas em conformidade com a Decisão e o Documento de Compromissos.

Cláusula 12.^a (Lei Aplicável)

1. O presente Contrato rege-se pela Lei Portuguesa, sendo-lhe aplicável, no que aqui se não encontrar regulado, o disposto nos artigos 1157.º a 1184.º do Código Civil.
2. As obrigações assumidas pelo Mandatário de Desinvestimento a favor da Autoridade da Concorrência ficam sujeitas ao disposto nos artigos 443.º a 451.º do Código Civil, valendo a aprovação, pela Autoridade da Concorrência, do Contrato de Mandato, prevista na Cláusula 1.^a, n.º 1, como adesão nos termos e para os efeitos do artigo 447.º, n.º 3, do Código Civil.

Cláusula 13.^a (Jurisdição)

Para a resolução de qualquer litígio emergente do presente Contrato que não tenha sido superado por negociação de boa-fé entre os Contraentes, é competente o foro da comarca de Lisboa.

O presente Contrato é feito em três vias, uma para o Mandante, uma segunda para o Mandatário de Desinvestimento e a última para a Autoridade da Concorrência.

[Local], [data]

[Assinaturas]

[Mandante]

[Mandatário de Desinvestimento]

Anexo I
Documento de Compromissos

Anexo II
Procuração irrevogável