

**Ccent. 3/2024
Auchan / DIA**

**Decisão de Não Oposição
da Autoridade da Concorrência
[alínea b) do n.º 1 do artigo 50.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de
maio]**

24/04/2024

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

Processo Ccent. 3/2024 – Auchan / DIA

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 17 de janeiro de 2024, 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 Auchan Portugal, S.A. (“Auchan”, “Notificante” ou “Adquirente”) do controlo exclusivo sobre a DIA Portugal Supermercados S.A. (“DIA” ou “Adquirida”), através da aquisição de 100% do capital social desta.
2. Note-se que a operação projetada dispõe de dimensão comunitária¹, tendo sido iniciada uma pré-notificação junto da Comissão Europeia (“CE” ou “Comissão”), em 8 de agosto de 2023.² Porém, uma vez que os efeitos da presente operação de concentração se limitam ao território nacional português, foi apresentado, pela Notificante, um pedido de Remessa do caso para a AdC, à luz do artigo 4(4) do EUMR, tendo esta manifestado a sua concordância. Nesse seguimento, a CE emitiu uma Decisão de Remessa do caso, passando este a estar abrangido pela jurisdição e legislação portuguesas.
3. A operação notificada configura uma concentração de empresas na aceção da alínea b) do n.º 1 do artigo 36.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia por preencher as condições enunciadas nas alíneas a), b) e c) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.

2. AS PARTES

2.1. Empresa Adquirente

4. A Auchan é a subsidiária portuguesa da Auchan Retail International (“ARI”), a qual é controlada em exclusivo pela ELO, S.A.³
5. A ARI é um grupo multinacional francês principalmente ativo na distribuição retalhista de produtos alimentares e outros bens de consumo diário, por meio de diferentes formatos (hipermercados, supermercados, lojas de conveniência, *drive-throughs*), com cerca de 2101 pontos de venda na Europa, Ásia e África.

¹ Atendendo aos volumes de negócios gerados pelas empresas participantes, a Transação Proposta preenche os critérios de notificação previstos no Regulamento (CE) N.º 139/2004 do Conselho, de 20 de janeiro de 2004, relativo ao controlo de concentrações de empresas (“EUMR”).

² Processo M.11264

³ Além da sua atividade principal na distribuição retalhista, através da marca Auchan, a ELO também se encontra presente: (i) no setor imobiliário, por via da “New Immo Holding” que detém uma carteira de ativos imobiliários (Fonciere Ceetrus) e fornece serviços e soluções imobiliárias (Nhood); e (ii) no comércio eletrónico e setor bancário, através do fornecimento de soluções de pagamento, empréstimos pessoais, cartões de crédito, pagamento parcelado e seguros por meio do Oney Bank.

6. A Auchan está presente no mercado português do retalho de base alimentar e outros bens de consumo diário detendo, atualmente, cerca de 76 lojas próprias: 32 hipermercados, 4 supermercados e 40 supermercados MyAuchan de proximidade no continente português. Adicionalmente, opera, também, por via da sua subsidiária Auchan Energy, S.A., 30 postos de combustível no continente português.
7. A Auchan explora ainda o modelo de *franchising* ELO em Portugal, através do contrato celebrado entre a sua subsidiária Auchan Portugal Gestão de Marcas e os franquizados ("Contrato de Franquia Auchan"). À data, existem 18 lojas a operar sob a marca "Auchan", propriedade de terceiros ("Modelo FOFO" ⁴).
8. Através deste acordo, a Auchan concede o direito de utilizar as marcas Auchan e o "Sistema Auchan" (uma fórmula específica para a venda de produtos de grande consumo, que inclui, *inter alia*, decoração de *layout*, métodos para selecionar e aprovar a localização de supermercados, técnicas, método operacional comercial e publicitário) para explorar a loja. Em troca, a Auchan recebe uma comissão ("*Royalty*") do Franquiado⁵, uma percentagem da qual estará associada às Vendas Líquidas Totais do Supermercado.
9. Nos termos e para os efeitos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, o Grupo ELO realizou, em 2022, os seguintes volumes de negócios a nível mundial, no Espaço Económico Europeu (E.E.E.) e em Portugal:

Tabela 1 – Volume de negócios do Grupo ELO no ano fiscal de 2022⁶

(milhões €)	Mundial	E.E.E.	Portugal
Grupo ELO	[>100]	[>100]	[>100]

Fonte: Notificante.

2.2. Empresa Adquirida

10. A DIA é uma empresa sediada em Portugal que está ativa na distribuição retalhista de produtos alimentares e outros bens de consumo diário.

⁴ São propriedade e exploradas pelo franquiado.

⁵ De acordo com a Notificante, os franquizados assumem o risco económico da sua atividade, sendo responsáveis, individual e autonomamente, pelas principais decisões comerciais e económicas e aspetos competitivos, incluindo, definir preços de revenda e determinar a quantidade de produtos a comprar. O franquiado é também responsável por garantir o título legal para explorar a localização do Supermercado (por exemplo, direitos de propriedade, direitos de arrendamento, direitos de superfície).

⁶ Segundo a Notificante, os valores relativos ao ano fiscal de 2023 apenas estarão disponíveis em 2024, pelo que apresenta os valores relativos ao exercício de 2022. Note-se que nestes valores, assim como no volume de negócios da Adquirida apresentado na tabela 2 infra, estão incluídos os valores de vendas no canal *online*. De acordo com a Notificante, baseado no Report NIQ-Performance Auchan 2022, as vendas *online*, no mercado nacional, correspondem a cerca de [0-5]% das vendas globais, sendo, portanto, residuais nas vendas globais do mercado. Acresce que ainda de acordo com o referido relatório, as vendas *online* representam igualmente uma expressão residual nas vendas totais quer da Auchan, quer da DIA no mercado nacional. Os impactos das vendas online serão ainda mais residuais nas áreas onde a AdC não pode afastar a possibilidade da existência de problemas jusconcorrenciais como melhor adiante e verificará.

11. A Adquirida é controlada exclusivamente pela Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. (retalhista internacional de produtos alimentares e de bens de consumo diário, sediada em Espanha) e pela sua subsidiária Luxembourg Investment Company 322 S.à r.l.
12. Em conjunto com a sua subsidiária DIA Portugal II S.A. **[CONFIDENCIAL - informação referente à estrutura societária da Adquirida que não se encontra publicamente disponível]**, a Adquirida é proprietária e explora **[100-200]** lojas "Minipreço" e "Mais Perto" em todo o continente português, além de **[0-5]** centros logísticos/armazéns.
13. Adicionalmente, a Adquirida atua como franqueada da DIA Spain em Portugal, nos termos de um Contrato de Franquia celebrado entre a Adquirida e a DIA Spain ("Contrato Master de Franquia").^{7,8}
14. Nesse contexto, a Adquirida possui **[300-400]** lojas operadas por terceiros sob as marcas "Minipreço" e "Mais Perto", sendo que:
 - i. **[200-300]** lojas são propriedade da DIA e operadas por um franquiado ("Modelo COFO") e
 - ii. **[50-100]** são propriedade e exploradas pelo franquiado ("Modelo FOFO").
15. No total, a DIA detém **[400-500]** lojas ativas em Portugal, sob as marcas "Minipreço" e "Mais Perto".
16. Nos termos e para os efeitos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, a Adquirida realizou, em 2022, cerca de €**[>100] milhões** em Portugal.⁹

3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

17. Conforme já referido, a transação projetada consiste na aquisição pela Auchan do controlo exclusivo da DIA e da sua subsidiária, através da aquisição de 100% do capital social da DIA, atualmente detido pela Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. e pela sua subsidiária Luxembourg Investment Company 322 S.à r.l.
18. A operação de concentração notificada dispõe de natureza horizontal.

⁷ Contrato celebrado. Note-se que, com a conclusão da operação prevista, **[CONFIDENCIAL - informação de natureza contratual]**.

A Notificante **[CONFIDENCIAL - informação comercial sensível e estratégica]**.

⁸ Seguindo a prática decisória de outras Autoridades Nacionais de Concorrência, tais como a espanhola e a francesa, a título exemplificativo e respetivamente, *vide* Decisão de 1 de março de 2023, C/1363/23 ALCAMPO/ ACTIVOS DIA e Decisão de 21 de novembro de 2014, n.º14-DCC-173 Dia France SAS / Société Carrefour France SAS, a AdC considera na apreciação do perímetro da operação de concentração notificada, a totalidade das lojas indicadas.

⁹ De acordo com a Notificante, a Adquirida não tem qualquer atividade fora deste território.

4. MERCADOS RELEVANTES e RELACIONADOS

4.1. Mercado do Produto Relevante

19. Tanto a Notificante como a Adquirida atuam no setor do retalho de base alimentar e de outros bens de consumo diário¹⁰.
20. A atividade de distribuição a retalho alimentar consiste na disponibilização ao público de um conjunto mais ou menos alargado de produtos alimentares e artigos para o lar (não alimentares), sendo exercida por uma pluralidade de operadores com características distintas (em termos de dimensão, área de vendas, gama de produtos e profundidade de gama), estando organizados sob os mais diversos tipos de estabelecimentos, nomeadamente, hipermercados, supermercados, lojas *discount*, minimercados, lojas de conveniência, lojas especializadas, comércio tradicional e venda à distância.¹¹
21. Na presente operação de concentração os ativos a serem adquiridos dizem respeito a estabelecimentos de retalho alimentar correspondentes ao formato tradicional de supermercado explorados sob as marcas “Minipreço” e “Mais Perto”.¹²

4.1.1. Posição da Notificante

22. A Notificante considera que a definição exata do mercado relevante poderá ser deixada em aberto por entender que a operação de concentração não suscita quaisquer preocupações jusconcorrenciais.
23. Em todo o caso, para efeitos da presente análise, a Notificante, considerando as atividades da Adquirida e as definições dos mercados relevantes que resultam da prática decisória anterior da UE e da AdC, entende que o mercado da distribuição retalhista de base alimentar, incluindo os formatos supermercados, hipermercados e lojas *discount*, deverá corresponder ao mercado do produto relevante.

4.1.2. Posição da AdC

24. Na sua prática decisória¹³, a AdC já considerou que o mercado retalhista de base alimentar deverá excluir, por um lado, a distribuição retalhista em que a componente alimentar não é dominante e, por outro, o comércio especializado, isto é, lojas cuja oferta versa sobre uma categoria específica de produtos alimentares como é o caso de talhos, peixarias, padarias, entre outras, atendendo, designadamente, às diferenças em termos de formato, de gama e variedade de produto comercializados.

¹⁰ Por vezes também referidos como “FMCG” – Fast Moving Consumer Goods.

¹¹ Cfr., designadamente, Ccent. 10/2013 – MCH/Ativos Hiper Sá, §19.

¹² Para efeitos da presente decisão, a AdC doravante quando se referir à insígnia Minipreço estará igualmente a considerar a insígnia “Mais Perto”.

¹³ Vide, entre outros, os processos Ccent. n.º 51/2005 – Feira Nova/ Horta, Ccent. n.º 25/2006 – Dia Portugal/ 4 Estabelecimentos Patrisuper, Ccent. n.º 13/2007 – ITMI/ Marrachinho, Ccent. n.º 30/2007 – Bensaúde/NSL, Ccent. n.º 51/2007 – Sonae Distribuição/Carrefour, Ccent. n.º 1/2008 – Pingo Doce/Plus e Ccent. n.º 44/2008 – Companhia Portuguesa de Hipermercados/Activos Sonae Distribuição.

25. Adicionalmente, nos processos em que os estabelecimentos-alvo de distribuição retalhista de base alimentar correspondiam ao formato “supermercado”, a AdC concluiu que os mesmos sofrem pressão concorrencial significativa por parte dos estabelecimentos de maior dimensão, tendo, desta forma, incluído no mesmo mercado do produto relevante os formatos hipermercado, supermercado e *discount*.¹⁴
26. Também no processo Ccent. n.º 51/2007 – Sonae Distribuição/Carrefour, em que os estabelecimentos a adquirir correspondiam ao formato “hipermercado”, a AdC concluiu, após uma análise aprofundada com vista a avaliar a pressão concorrencial exercida sobre os hipermercados, por parte de estabelecimentos de outros formatos de retalho alimentar, que o mercado relevante incluiria os formatos hipermercados, supermercados e lojas *discount*.¹⁵
27. Assim, para efeitos da análise da presente operação de concentração e considerando que não foram identificados motivos que pudessem justificar o afastamento da prática decisória passada (que vai no mesmo sentido da prática decisória da União Europeia¹⁶), a AdC aceita a delimitação de mercado do produto relevante proposta pela Notificante, ou seja, o mercado retalhista de base alimentar nos formatos hipermercado, supermercado e lojas *discount*.¹⁷

4.2. Mercados Geográficos Relevantes

4.2.1. Posição da Notificante

28. Recorda a Notificante que, na sua prática decisória, a CE tem entendido que o mercado de distribuição retalhista de base alimentar dispõe de âmbito geográfico local, devendo ser definido pelo território onde os pontos de venda devem ser facilmente alcançados pelos

¹⁴ Note-se que, na sua prática decisória, a AdC tem considerado que a distribuição grossista de produtos alimentares e bens de consumo corrente em formato *cash & carry* constitui um mercado de produto distinto, por considerar que este tipo de formato opera num estágio da cadeia de oferta diferente (distribuição grossista) daquele em que se encontram os formatos de retalho *supra* mencionados, dirigindo-se a um público-alvo específico (empresas/comerciantes) e distinto do público-alvo dos formatos retalhistas. Cfr. Ccent. n.º 51/2007 – Sonae Distribuição/Carrefour, § 80.

¹⁵ Ainda no âmbito do processo acima identificado, a AdC concluiu que o Minipreço, que é a insígnia de distribuição moderna com lojas de dimensão média mais reduzida (cerca de [**<400**] metros quadrados), está em condições de oferecer uma gama suficientemente representativa de produtos que são os mais vendidos em hipermercados, podendo, desta forma, concorrer com os produtos representativos do cabaz típico deste tipo de lojas. Também ao nível do preço, as lojas de formato *discount* (caso, por exemplo do Minipreço), são percecionadas pelo consumidor como tendo preços [**CONFIDENCIAL**] do que os hipermercados, pelo que, caso o preço fosse o único atributo relevante para a escolha do consumidor, tal parece sugerir que as lojas *Discount* exerceriam pressão competitiva sobre os hipermercados. Cfr. Ccent. n.º 51/2007 – Sonae Distribuição/Carrefour, §§ 85 a 223, em particular, §113, §§ 139 e 140, §152, §§ 158 e 159, §§ 202 e 203 e § 208).

¹⁶ Cfr., a título de exemplo, a Decisão da Comissão no processo M.6506 – Groupe Auchan/ Magyar Hipermarket, de 18.04.2012, §§ 8 a 10.

¹⁷ Conforme anteriormente já referido, na medida em que as vendas *online* das partes na operação são residuais, a AdC opta por não definir o mercado das vendas retalhistas de bens alimentares neste canal de distribuição uma vez que a análise jusconcorrencial não seria distinta caso o mesmo fosse considerado.

- consumidores, correspondendo assim a isócronas de 20-30 minutos de deslocação de carro.¹⁸
29. No entanto, em alguns dos processos que analisou, a CE também considerou que o âmbito do mercado de retalho alimentar poderá ser mais vasto – regional ou nacional – se diferentes áreas locais estiverem interligadas de tal forma que resultem em áreas sobrepostas.¹⁹
30. Recorda, igualmente, a Notificante que a AdC já considerou em vários processos²⁰ que o mercado da distribuição do retalho de produtos alimentares através de canais de distribuição modernos tem uma dimensão local por referência a áreas de influência obtidas a partir de isócronas correspondentes a um tempo de viagem de carro que depende do tipo /formato de loja: para lojas com menos de 2000 m² (supermercados e "minimercados"), a área de influência poderia estar dentro de uma condução de 10 minutos, enquanto para lojas maiores do que 2000 m² ou inseridas em centros comerciais/galerias (hipermercados), a área de influência deveria corresponder a uma condução de 30 minutos.
31. Relembra, também, a Notificante que a AdC, em determinados casos, reconhece que deverão ser incluídas no mesmo mercado geográfico relevante as áreas de influência de várias lojas da empresa adquirida, designadamente naqueles casos em que se verifica uma significativa sobreposição entre as áreas de influência de estabelecimentos contíguos desta empresa.²¹
32. De acordo com a Notificante a área de influência de cerca de 30 minutos de carro das lojas DIA definida pela Comissão resultaria em várias sobreposições em todo o território nacional conforme ilustra a Figura seguinte:

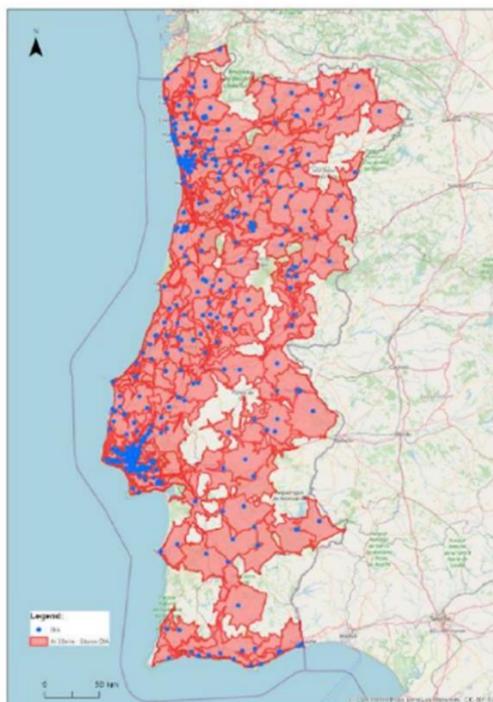
¹⁸ Cfr. Decisões da CE nos processos IV/M.1085 – Promodes/Catteau, parag. 14; COMP/M.1221 – Rewe/Meinl, parag. 18; COMP/M.1684 – Carrefour/Promodes, parag. 24; COMP/M.5112 - REWE PLUS /DISCOUNT.

¹⁹ A Comissão Europeia defendeu que uma avaliação limitada aos mercados locais não permitiria retratar o impacto competitivo de uma transação nos mercados de retalho de produtos alimentares e outros bens de consumo diário onde muitos mercados locais, afetados pela concentração, estão sobrepostos e cobrem de forma contínua uma área regional maior ou até mesmo um Estado-Membro inteiro. Este cenário ocorre, por exemplo, quando a concentração em causa envolve duas ou mais cadeias de lojas espalhadas pelo país com condições de mercado homogêneas, campanhas promocionais a nível nacional ou políticas de preços homogêneas. Cfr. entre outras, as Decisões da Comissão nos processos Comp/M.1221-721 – Rewe/Meinl, § 18; COMP/M.1684 – Carrefour/Promodes, § 25; COMP/M.6506 – Groupe Auchan/Magyar Hipermarket, § 14.

²⁰ Cfr., *inter alia*, decisões da AdC nos processos Ccent. 51/2007 – Sonae Distribuição/Carrefour; Ccent. 1/2008 – Pingo Doce/Plus; Ccent. 10/2013 – MCH/Ativos Hiper Sá; Ccent. 29/2015 – Pingo Doce/Amol.

²¹ Cfr. Ccent. n.º 51/2007 – Sonae Distribuição/Carrefour, § 244, muito embora tenha concluído, nesse caso, que o argumento da cadeia de substituição não era suficiente para justificar que o âmbito geográfico do mercado correspondia a todo o território nacional.

Figura 1 – Sobreposição considerando isócronas de 20 minutos



Fonte: Notificante

33. A Notificante destaca, ainda, os seguintes factos que considera relevarem para a delimitação do âmbito geográfico do mercado: (i) a transação proposta diz respeito à aquisição da totalidade da atividade da DIA; (ii) as Partes exploram lojas ou têm franquizados em todos os distritos e em quase todos os municípios de Portugal Continental; (iii) as Partes adotam estratégias comerciais a nível nacional para todo o território; (iv) o sortido nas lojas de cada Parte inclui uma gama de produtos semelhante em todo o país; (v) os preços são tendencialmente homogéneos para todo o território nacional; (vi) a maioria das campanhas promocionais e publicitárias são de âmbito nacional e promovidas por plataformas nacionais (e.g., canais de televisão, rádio, redes sociais); (vii) o serviço ao cliente, o *marketing*, a publicidade, o investimento de capital e o recrutamento são realizados a nível nacional; (viii) praticamente todos os *players* que atuam nos canais de distribuição modernos em Portugal operam em redes de âmbito nacional e tomam decisões de compra, de preços, de produtos, de campanhas publicitárias e de sortido a nível nacional.
34. Deste modo, a Notificante entende que a dimensão geográfica do mercado de distribuição a retalho de produtos alimentares e outros bens de consumo diário, através de canais de distribuição modernos, corresponde ao território nacional.
35. Sem prejuízo, por motivos de completude, a Notificante também apresenta dados de mercado considerando um âmbito geográfico local definido por áreas de influência correspondentes a 30 minutos de carro para os hipermercados (com uma área de venda superior a 2500 m²), 20 minutos para os supermercados (com uma área de venda entre 400 m² e 2500 m²) e 10 minutos para lojas de conveniência/proximidade (com uma área de venda inferior a 400 m²).

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

4.2.2. Posição da AdC

36. A AdC tem considerado que o mercado de distribuição a retalho de produtos alimentares e outros bens de consumo diário tem uma dimensão local, sendo esta determinada pelas respetivas áreas de influência em torno de cada um dos estabelecimentos a adquirir, uma vez que, do ponto de vista da procura, a substituíbilidade entre diferentes localizações está limitada pela disponibilidade de deslocação dos consumidores.²²
37. A dimensão das respetivas áreas de influência em torno de cada um dos estabelecimentos a adquirir é obtida a partir de isócronas que são definidas em função de determinado limite máximo de tempo de deslocação em automóvel até ao estabelecimento em causa, que poderá variar entre 10 minutos e 30 minutos. A extensão do raio da área de influência depende de vários fatores, tais como a dimensão do estabelecimento em causa (que podem ser de pequena, média e grande dimensão, como os minimercados, supermercados ou hipermercados, respetivamente), a integração (ou não) do estabelecimento num conjunto comercial integrado e a qualidade das vias de comunicação.²³
38. Atendendo à tipologia dos estabelecimentos a adquirir na presente operação de concentração (lojas de conveniência/proximidade/minimercados e supermercados que, na sua maioria, apresentam uma dimensão inferior a 400 e a 1000 m², respetivamente, e que não se encontram integradas em zonas comerciais, dispondo por isso de uma capacidade de atração limitada), a AdC irá considerar as isócronas de 10 e 20 minutos, consoante esteja em causa uma loja de proximidade/conveniência /minimercado ou um supermercado.²⁴
39. Entende, no entanto, a AdC que a existência de estabelecimentos de elevada capacidade de atração como os hipermercados que se localizem a 30 minutos de distância em automóvel de algumas lojas Minipreço, pode ser passível de alargar o âmbito geográfico do mercado para além da área de influência da loja em questão.²⁵
40. Deste modo, a AdC não deixará de considerar, quando se justifique, as isócronas mais alargadas a uma zona de influência de 30 minutos, nomeadamente quando existam hipermercados da Adquirente localizados nesse raio de distância das lojas-alvo.
41. Deste modo, a AdC não pode aceitar o entendimento da Notificante vertido no ponto 34 *supra*, de que o mercado geográfico disponha de dimensão nacional. Ainda que se reconheça que algumas dimensões concorrenciais – gama de produtos, campanhas publicitárias e promocionais, política de qualidade, níveis de serviços e, em alguns casos, os

²² Cfr. Decisões nos processos Ccent. 34/2003 – *Gestiretalho / Irmãos Costa Pais*; Ccent. 19/2005 – *Pingo Doce / Imocom*; Ccent. 35/2005 – *Modelo Continente / Pinto Ribeiro Supermercados*; Ccent. 59/2005 – *Feira Nova / Lojas Horta*; Ccent. 74/2005 – *Pingo Doce / Supermercado Polisuper (Mem Martins)*; Ccent. 78/2005 – *Pingo Doce / Supermercado PARADI (Ílhavo)*; Ccent. 12/2006 – *Pingo Doce / Supermercado Feira (Santa Comba Dão)*; e Ccent. 17/2007 – *ITMI / Marrachinho*. Vide também, a este propósito, as decisões da CE nos processos COMP/M. 3464 – *Kesko / ICA / JV* e COMP/M. 1684 – *Carrefour / Promodes*.

²³ Cfr., a título de exemplo, a Decisão da AdC no processo Ccent. 51/2007 – *SONAE / Carrefour*.

²⁴ *Vide*, em termos semelhantes, a decisão da AdC no processo Ccent. 1/2008 – *Pingo Doce/Plus* e Ccent. 13/2007 – *ITMI/Marrachinho*.

²⁵ Ou seja, um hipotético monopolista que controle todos os estabelecimentos de formato *discount* e supermercado localizados num raio de 10 ou 20 minutos, respetivamente, de cada loja da empresa a adquirir poderá não estar, nestas circunstâncias, em condições de aumentar de forma lucrativa os preços entre 5% e 10% se, a menos de 30 minutos, for possível encontrar estabelecimentos de formato hipermercado de terceiros.

próprios preços – são definidas e aplicadas a nível nacional, não se exclui que os preços das insígnias possam resultar das condições de concorrência que as mesmas enfrentam a nível local, no conjunto das áreas de influência das respetivas lojas, atento, designadamente, o facto da substituibilidade na perspetiva da procura ser necessariamente de âmbito local.²⁶

42. Face ao *supra* exposto, a AdC irá considerar, para efeitos do presente procedimento, os mercados geográficos relevantes correspondentes às isócronas de 10 minutos e/ou 20 minutos de distância dos estabelecimentos em causa, alargando-os a 30 minutos sempre que se justificar, nomeadamente nos termos do ponto 40 *supra*.

4.3. Mercado Relacionado

43. A atividade de distribuição retalhista de base alimentar tem, a montante, uma atividade de aprovisionamento onde atuam as empresas que fornecem os retalhistas de base alimentar, estando, portanto, estas duas atividades relacionadas verticalmente.
44. Apesar das Partes na operação não se encontrarem presentes na atividade de aprovisionamento do lado da oferta (i.e., enquanto fabricantes/fornecedores), mas apenas na qualidade de compradores (para abastecimento da distribuição retalhista)²⁷, ainda assim não se exclui a necessidade de se analisar o eventual impacto da operação neste mercado relacionado, na medida em que um eventual reforço significativo do poder negocial da empresa Adquirente face aos seus fornecedores, em resultado da operação, poderia ter um impacto sobre o mercado do retalho de base alimentar.²⁸
45. Do ponto de vista da Notificante a delimitação deste mercado pode ser deixada em aberto uma vez que a Transação Proposta não suscitará problemas jusconcorrenciais, independentemente da definição exata de mercado relacionado que vier a ser adotada. Ainda assim, e por uma questão de completude, a Notificante apresenta dados e estimativas de mercado para cada uma das categorias/grupos de produto relativamente ao mercado nacional de aprovisionamento de base alimentar e outros bens de consumo diário.
46. A atividade de aprovisionamento de base alimentar e outros bens de consumo diário já foi analisada pela AdC,²⁹ tendo sido seu entendimento que não existe um único mercado do

²⁶ Refira-se que no processo Ccent. 25/2005 – *Controlauto/Iteuve* a AdC recorreu à lógica das cadeias de substituição tendo concluído que o argumento da cadeia de substituição não era suficiente para justificar, nesse caso, que o âmbito geográfico do mercado correspondia a todo o território nacional. Também no processo Ccent 10/2013 – *MCH/Ativos Hiper Sá* a AdC considerou as cadeias de substituição tendo definido o âmbito geográfico do mercado como mais lato do que a área de influência correspondente a uma isócrona de 10 minutos em torno do estabelecimento-alvo, não se tendo concluído, no entanto, que o âmbito geográfico do mercado correspondia à totalidade do território da ilha da Madeira.

²⁷ Note-se que do lado da procura, para além dos operadores retalhistas de base alimentar encontram-se ainda operadores grossistas e outras empresas, designadamente, do setor da restauração, drograrias, lojas especializadas e mercados de exportação, pelo que as partes na operação representam uma parcela pequena da totalidade das compras efetuadas aos fornecedores que operam nos diversos mercados de aprovisionamento.

²⁸ Cfr. Decisões da AdC nos processos Ccent. 51/2007 – *Sonae Distribuição/Carrefour*, de 27.12.2007; Ccent. 1/2008 – *Pingo Doce/Plus*, de 29.04.2008; Ccent. 10/2013 – *MCH/Ativos Hiper Sá*, de 02.05.2013.

²⁹ Cfr. Decisões da AdC nos processos Ccent 51/2007 – *Sonae Distribuição/Carrefour*, de 27.12.2007 e Ccent 10/2013 - *MCH/Ativos Hiper Sá*, de 02.05.2012.

aprovisionamento, mas antes, um conjunto diversificado de mercados a montante do sistema de distribuição retalhista de base alimentar, correspondentes a diferentes categorias/grupos de produtos, cuja homogeneidade resulta em função da finalidade no consumo e do grau de substituíbilidade ou complementaridade entre si.

47. Refira-se que este tem sido igualmente o entendimento adotado pela U.E. na sua prática decisória, tendo vindo a considerar as seguintes categorias de produtos: (1) Carne e salsichas; (2) Aves e ovos; (3) Pão e produtos de pastelaria; (4) Produtos Lácteos; (5) Frutas e legumes frescos; (6) Cerveja; (7) Vinho e licores; (8) Bebidas sem álcool; (9) Bebidas quentes; (10) Confeitaria; (11) Produtos alimentares básicos; (12) Conservas; (13) Congelados; (14) Alimentos para bebés; (15) Alimentos para animais de estimação; (16) Artigos de higiene corporal e cosméticos; (17) Detergentes e produtos de limpeza; (18) Outros produtos de mercearia; (19) Outros produtos não alimentares normalmente encontrados nos supermercados (p.e., jornais, revistas, entretenimento).³⁰
48. Quanto ao âmbito geográfico dos vários mercados de aprovisionamento, as práticas decisórias da AdC³¹ e da U.E.³², têm considerado que os mesmos dispõem de uma dimensão nacional.
49. Note-se, porém, que a AdC, em decisões anteriores, não excluiu que determinados mercados de aprovisionamento pudessem ter um âmbito geográfico mais lato do que o nacional, mas, atendendo a que as conclusões das respetivas avaliações jusconcorrenciais não seriam distintas em função da exata delimitação do âmbito geográfico dos referidos mercados, centrou a sua análise no território nacional.³³
50. Também no presente procedimento, a AdC considera que as conclusões jusconcorrenciais não seriam distintas caso se alargasse o âmbito geográfico desses mercados relacionados, conforme melhor adiante se verificará, pelo que considerará que os referidos mercados relacionados dispõem de uma abrangência nacional.

³⁰ Cfr. Decisões da Comissão nos processos M.1221 – Rewe/Meinl, de 03.02.1999 e M.5112 – Rewe/Plus Discount, de 03.07.2008

³¹ Cfr., entre outras, as Decisões da AdC nos processos Ccent. 1/2008 – Pingo Doce/Plus, Ccent.10/2013 – MCH/Ativos Hiper Sá e Ccent. n.º 51/2007 – Sonae/Carrefour.

³² Cfr. Decisões da Comissão nos processos M.7224 – Koninklijke Ahold/Spar CZ, de 06.05.2014; M.5112 – Rewe/Plus Discount, de 03.07.2008; M.1221 Rewe/Meinl, de 03.02.1999; COMP/M.1684 – Carrefour/Promodes, de 16.04.2000.

³³ Atento, designadamente, o carácter nacional das preferências dos consumidores, a circunstância dos fornecedores internacionais terem, em muitos casos, uma presença nacional, e ainda as exigências em termos de etiquetagem e rotulagem serem distintas de país para país. Mas sobretudo, porque é a posição do distribuidor ao nível nacional que determina o poder de compra que ele exerce sobre os seus fornecedores. Cfr. designadamente a Ccent. 51/2007 – Sonae/Carrefour, § 281 e seguintes.

5. AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

5.1. Introdução

51. A presente operação envolve o quinto operador no mercado da distribuição retalhista de base alimentar a adquirir o sexto maior operador nesse mercado.³⁴
52. Conforme já anteriormente referido, tem sido prática da AdC determinar o mercado geográfico através do desenho das isócronas calculadas em função da distância em automóvel, a partir dos estabelecimentos alvo da operação.
53. Porém, a informação disponibilizada pela Notificante no âmbito do presente procedimento, baseia-se nas isócronas desenhadas a partir das lojas da insígnia da Adquirente.
54. Entende a Notificante que, para efeitos da análise jusconcorrencial apenas terão relevância os mercados locais em que existe uma sobreposição dos estabelecimentos de ambas as insígnias.
55. Ora, considerando o menor número de lojas da insígnia da Adquirente (94)³⁵, em comparação com o elevado número de lojas Minipreço (**[400-500]**) integradas no perímetro da operação, o número de áreas de influência com sobreposição será superior se contadas a partir dos estabelecimentos da Adquirente.³⁶
56. Sem prejuízo do já referido no ponto 52 *supra*, a AdC irá analisar a informação disponibilizada pela Notificante, não deixando, quando tal se revelar necessário, de analisar as isócronas a partir das lojas da Adquirida.
57. Conforme ilustrado na *Tabela 2 infra*, verifica-se que a Auchan não dispõe de qualquer loja (própria ou franquizada) em três distritos de Portugal continental (Bragança, Portalegre e Viana do Castelo), pelo que a análise não incidirá sobre essas regiões onde se verifica apenas uma transferência de quotas sem qualquer impacto jusconcorrencial.

³⁴ A quota combinada das Partes, calculada a nível nacional, por referência ao ano de 2022, é de **[5-10]**% tendo-se reduzido para **[5-10]**%, em 2023. Note-se que a quota conjunta de mercado é três vezes inferior à quota do líder de mercado (a Sonae, com **[20-30]**%) e corresponde a menos de metade da quota de mercado do 2.º maior concorrente (o Grupo Jerónimo Martins, com uma quota de **[20-30]**%).

³⁵ Das quais 76 são lojas próprias e 18 são lojas franquizadas.

³⁶ Faz-se notar que as lojas Minipreço são, na sua maioria, lojas de proximidade, isto é, de reduzida dimensão. Tal significa que as isócronas desenhadas a partir destas lojas serão na sua generalidade de 10 minutos e eventualmente 20 minutos de distância de automóvel das mesmas. Já as lojas Auchan são essencialmente supermercados e hipermercados, isto é, lojas de média ou de grande dimensão. Portanto, as isócronas desenhadas a partir das lojas da Adquirente dispõem de uma área de influência superior o que tendencialmente incluirá mais lojas da Adquirida, não sendo necessariamente o caso no exercício efetuado a partir das lojas do Minipreço, como melhor adiante se verificará.

Tabela 2 – Lojas das insígnias Auchan e Minipreço em Portugal

Distritos	N.º Concelhos	N.º concelhos s/sobreposição	N.º concelhos c/sobreposição	Identificação dos concelhos com sobreposição com lojas Auchan	Concelhos sem lojas Minipreço
Setúbal	13	8	3	Almada, Barreiro e Setúbal	Alcochete e Grândola
Vila Real	14	8	1	Vila Real	Mesão Frio, Mondim de Basto, Murça, Ribeira de Pena, Santa Marta de Penaguião
Viseu	24	15	2	Viseu e Moimenta da Beira	Carregal do Sal, Mangualde, Nelas, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, Sátão, Tabuaço
Faro	16	12	4	Faro, Olhão, Portimão e Lagoa	Alcoutim, Castro Marim, Lagos,
Guarda	14	7	3	Guarda, Sabugal e Aguiar da Beira	Manteigas, Mêda, Seia e Vila Nova de Foz Coa.
Aveiro	19	12	1	Aveiro	S. João da Madeira, Albergaria-a-Velha, Estarreja, Oliveira do Bairro, Ovar, Sever do Vouga
Beja	14	6	1	Beja	Alvito, Barrancos, Castro Verde, Mértola, Odemira, Ourique, Serpa e Vidigueira.
Braga	14	5	3	Barcelos, Guimarães e V.N.de Famalicão	Cabeceiras de Basto, Celorico de Basto, Póvoa de Lanhoso, Terras de Bouro, Vieira do Minho, Vila Verde
Bragança	12	6	0		Alfândega da Fé, Miranda do Douro, Mogadouro, Torre de Moncorvo, Vila Flor
Castelo Branco	11	6	1	Castelo Branco	Idanha-a-Nova, Penamacor, Proença-a-Nova, Vila de Rei e Vila Velha de Ródão
Coimbra	17	7	3	Coimbra, Figueira da Foz, Miranda do Corvo	Arganil, Mealhada, Mira, Oliveira do Hospital, Montemor-o-Velho, Penacova, Soure
Évora	14	4	1	Évora	Alandroal, Borba, Estremoz, Mourão, Portel, Redondo, Reguengos de Monsaraz, Vendas Novas e Vila Viçosa
Leiria	16	8	4	Alcobaça, Ansião, Caldas da Rainha e Leiria	Batalha, Bombarral, Castanheira de Pera e Óbidos
Portalegre	15	7	0		Alter do Chão, Campo Maior, Castelo de Vide, Elvas, Gavião, Marvão, Monforte, Ponte de Sor
Viana do Castelo	10	8	0		Monção, Paredes de Coura, Valença
Lisboa	16	6	9	Lisboa, Sintra, Amadora, Cascais, Odivelas, V. Franca de Xira, Oeiras, Loures e Torres Vedras.	Alenquer
Porto	18	9	8	Gondomar, Maia, Marco de Canavezes, Matosinhos, Porto, Santo Tirso, VN Gaia e Vila do Conde	Felgueiras, Lousada
Santarém	21	11	0	Alpiarça	Alpiarça, Constância, Coruche, Entroncamento, Mação, Rio Maior, Salvaterra de Magos, Sardoal, Torres Novas e Vila Nova da Barquinha

Fonte: AdC com dados da Notificante.

58. Conforme se pode igualmente observar da tabela *supra*, verifica-se uma sobreposição das Partes em vários concelhos dos restantes 15 distritos.
59. Na ausência de informação relativa às isócronas a partir dos estabelecimentos da Adquirida, a AdC irá considerar, nesses concelhos, para efeitos da avaliação jusconcorrencial, as quotas

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

apresentadas pela Notificante, por referência a 2022, que, recorde-se, foram calculadas com base nas isócronas desenhadas a partir dos estabelecimentos Auchan, já que constituem uma *proxy* mais aproximada da realidade, do que as quotas que poderiam eventualmente ser determinadas ao nível dos respetivos concelhos.³⁷

60. Considerando que existe um número significativo de mercados locais onde as quotas são inferiores a 30% entende-se, em linha com as Orientações da Comissão Europeia (“CE”), ser pouco provável a existência de preocupações jusconcorrenciais nos mesmos, pelo que não serão objeto de análise mais detalhada no presente procedimento^{38,39}. São eles os seguintes:

³⁷ Note-se que uma área de influência pode integrar estabelecimentos de ambas as insígnias localizadas em concelhos adjacentes, situação que não seria considerada na avaliação jusconcorrencial caso as quotas fossem determinadas com base nos concelhos.

³⁸ De acordo com as Orientações da CE para análise de operações de concentração horizontais, é pouco provável existirem preocupações em termos de concorrência se a quota de mercado da nova entidade após a concentração não exceder os 25% (cfr. Regulamento 139/2004 do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresa, § 32). Por outro lado, de acordo com as Orientações da CE para a apreciação das concentrações não horizontais, é pouco provável existirem preocupações em termos de concorrência se a quota de mercado da nova entidade após a concentração for inferior a 30% em cada um dos mercados em causa, sendo que a entidade e resultante da concentração deve deter um poder de mercado significativo em pelo menos um dos mercados a montante ou a jusante (cfr. Orientações para a apreciação das concentrações não horizontais nos termos do Regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresa, §§ 25 e 35).

³⁹ Refira-se, porém, que a AdC não deixou de analisar os mercados onde as quotas conjuntas variavam entre os 25% e os 30%, tendo feito o exercício com base nas isócronas desenhadas a partir dos vários estabelecimentos com a insígnia da Adquirida e concluído que, ou se estava perante uma transferência de quotas (caso de alguns Minipreços identificados pela Notificante na isócrona apresentada para o Auchan Hiper Olhão), ou as quotas de mercado recalculadas com base no novo exercício também não eram de molde a suscitar preocupações jusconcorrenciais (caso designadamente dos Minipreços identificados pela Notificante na isócrona apresentada para o Auchan Marco de Canavezes).

Tabela 3 – Mercados locais com quotas de mercado inferiores a 30%⁴⁰

Ano 2022

Distrito	Concelhos de sobreposição	QM m2 %	QM valor %
Aveiro	Aveiro	[10-20]	[10-20]
Beja ⁴¹	Beja	[5-10]	[0-5]
Braga	Barcelos	[10-20]	[5-10]
	Guimarães	[10-20]	[5-10]
	Vila Nova de Famalicão	[10-20]	[10-20]
Coimbra ⁴²	Coimbra	[10-20]	[10-20]
	Coimbra	[10-20]	[10-20]
	Figueira da Foz	[20-30]	[20-30]
Évora	Évora	[20-30]	[20-30]
Faro	Faro	[20-30]	[20-30]
	Olhão	[20-30]	[20-30]
	Portimão	[10-20]	[10-20]
	Lagoa	[10-20]	[5-10]
Guarda	Guarda	[10-20]	[10-20]
Leiria	Leiria	[5-10]	[0-5]
	Alcobaça	[10-20]	[5-10]
	Caldas da Rainha	[10-20]	[0-5]
Porto	Gondomar	[10-20]	[10-20]
	Maia	[10-20]	[10-20]
	Marco de Canavezes	[20-30]	[10-20]
	Matosinhos	[10-20]	[10-20]
	Porto- Bento Jesus Caraça	[10-20]	[10-20]
	Porto - Praça Exército Libertador	[20-30]	[10-20]
	Porto - Rua Camões	[5-10]	[5-10]

⁴⁰ Note-se que em Alpiarça, no concelho de Santarém, existe uma loja Auchan mas não existem lojas Minipreço. Seria assim uma transferência de quota sem qualquer impacto jusconcorrencial neste mercado local, caso a mesma fosse calculada tendo por base o concelho. Contudo, fazendo a isócrona a partir do estabelecimento Auchan em Alpiarça, a mesma inclui duas lojas minipreço em Santarém. Ainda assim, as quotas de mercado resultantes da referida isócrona (20 minutos), são de **[5-10]%** (em área) e **[0-5]%** (em valor), respetivamente, pelo que não indiciam preocupações jusconcorrenciais. Esta análise constitui um filtro adicional para identificar potenciais áreas geográficas com quotas elevadas que não fossem captadas pela informação inicialmente disponibilizada pela Notificante.

⁴¹ Note-se que em Mértola, no distrito de Beja, existe uma loja Auchan mas não existem lojas Minipreço. Seria assim, uma transferência de quota sem qualquer impacto jusconcorrencial neste mercado local, caso a mesma fosse calculada tendo por base o concelho. Ainda assim, fazendo a isócrona a partir do estabelecimento Auchan em Mértola, a mesma também não incluiria qualquer loja Minipreço, pelo que não suscitaria qualquer problema jusconcorrencial.

⁴² Note-se que no distrito de Coimbra existem duas lojas Auchan em Montemor-o-Velho e Penacova, concelhos onde o Minipreço não dispõe de lojas. Seria assim, uma transferência de quota sem qualquer impacto jusconcorrencial em cada um destes mercados locais, caso as mesmas fossem calculadas tendo por base os respetivos concelhos. Ainda assim, fazendo a isócrona a partir do Auchan em Penacova, continua a não existir qualquer sobreposição com lojas Minipreço. Já a partir da loja Auchan em Montemor-o-Velho, a isócrona inclui lojas Minipreço muito embora as quotas deste mercado local sejam de **[5-10]%** (em área) e **[5-10]%** (em valor), pelo que não suscitam quaisquer preocupações jusconcorrenciais.

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

	Santo Tirso	[10-20]	[10-20]
	Vila Nova de Gaia — Hiper	[10-20]	[5-10]
	Vila Nova de Gaia - Hiper Canidelo	[10-20]	[10-20]
	Vila do Conde	[20-30]	[10-20]
Vila Real	Vila Real	[20-30]	[10-20]
Viseu	Viseu	[10-20]	[10-20]
Setúbal	Almada Hiper	[20-30]	[10-20]
	Almada — Rua dos Pescadores	[20-30]	[20-30]
	Almada – Nossa Senhora dos Navegantes	[20-30]	[10-20]
	Almada – Cacilhas	[20-30]	[10-20]
	Barreiro – Hiper Coina	[20-30]	[20-30]
	Setúbal - Hiper	[20-30]	[20-30]
Lisboa⁴³	Lisboa - Amoreiras	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Pascoal de Melo	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Almirante Reis	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Álvares Cabral	[20-30]	[20-30]
	Lisboa - Damasceno Monteiro	[20-30]	[20-30]
	Lisboa - Marista	[20-30]	[20-30]
	Lisboa - João XXI	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Duque D'Ávila	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Estrada de Benfica	[20-30]	[20-30]
	Lisboa - Penha de França	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Ferreira Borges	[20-30]	[20-30]
	Lisboa - Calçada da Ajuda	[20-30]	[20-30]
	Lisboa - Av da República	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Columbano Bordalo Pinheiro	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Alameda	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Beneficência	[10-20]	[10-20]
	Lisboa - Rua Adelaide Cabete	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Óscar MonteiroTorres	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - José Ricardo	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Pedro Nunes	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Visconde de Santarém	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Morais Soares	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Rua do Conde Redondo	[20-30]	[10-20]
	Lisboa - Rua Luis Pastor de Macedo	[10-20]	[5-10]
	Sintra - Hiper	[20-30]	[10-20]
	Amadora Hiper	[20-30]	[10-20]
	Amadora Hiper Alfragide	[20-30]	[10-20]
	Cascais Hiper	[20-30]	[10-20]

⁴³ Note-se que no Concelho de Alenquer existe uma loja Auchan onde o Minipreço não está presente. Seria assim, uma transferência de quota sem qualquer impacto jusconcorrencial neste mercado local, caso a mesma fosse calculada tendo por base o concelho. Contudo, fazendo a isócrona a partir do estabelecimento Auchan Campera (em Alenquer), a mesma inclui duas lojas minipreço em Santarém. Ainda assim, as quotas de mercado resultantes da referida isócrona (20 minutos) são de [10-20]% em área e valor.

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

	Odivelas	[20-30]	[20-30]
	Oeiras - Paço d'Arcos	[20-30]	[10-20]
	Oeiras - Av. dos Combatentes	[20-30]	[10-20]
	Vila Franca de Xira - Hiper Alverca	[20-30]	[10-20]
	Vila Franca de Xira	[10-20]	[5-10]
	Loures - Bobadela	[10-20]	[10-20]
	Torres Vedras - Hiper	[10-20]	[5-10]

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

61. Deste modo, a AdC irá focar a sua análise nos seguintes mercados locais com quotas iguais ou superiores a 30% em pelo menos um dos critérios (i.e., em área de vendas e em estimativa de valor de vendas):

Tabela 4 - Mercados locais com quotas de mercado iguais ou superiores a 30%⁴⁴

Ano 2022

Distrito	Concelhos de sobreposição	QM m2	QM (€)
Castelo Branco	Castelo Branco	[30-40]	[20-30]
Guarda	Sabugal	[50-60]	[50-60]
	Aguiar da Beira	[30-40]	[30-40]
Leiria	Ansião	[40-50]	[20-30]
Viseu	Moimenta da Beira	[40-50]	[30-40]
Setúbal	Almada - Gil Vicente	[30-40]	[20-30]
	Almada - D. Nuno Álvares Pereira	[40-50]	[40-50]
	Almada - Bento Gonçalves	[30-40]	[30-40]
	Almada - Luís de Queiroz	[50-60]	[50-60]
	Almada - Capitão Leitão	[40-50]	[40-50]
	Setúbal - Av. D. João II	[40-50]	[30-40]
Lisboa	Lisboa - Calçada Quintinha	[30-40]	[20-30]
	Sintra - Queluz	[30-40]	[20-30]
	Amadora My Auchan	[30-40]	[20-30]

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

62. Note-se, porém, que, não obstante a AdC estar a considerar e a analisar o cenário mais restrito (i.e., em termos de áreas de influência locais), não deixa de reconhecer que em determinados casos o mesmo mercado geográfico relevante poderá ser mais abrangente, designadamente quando se verifica uma significativa sobreposição entre as áreas de influência de estabelecimentos contíguos.

⁴⁴ Note-se que no concelho de Faro verifica-se que a isócrona de 20 minutos de distância a partir do My Auchan Supermercado de Faro tem uma quota de mercado superior a 30%, mas um acréscimo de quota inferior a <50> ponto percentual. Fazendo o mesmo exercício, partindo da loja Minipreço, e tratando-se esta de um estabelecimento de proximidade (com <200-300> m2), a isócrona resultante será de 10 minutos de distância de automóvel da mesma, o que exclui um conjunto de operadores (incluindo uma loja Auchan), designadamente, os que se localizam em áreas mais distantes como Olhão. Ainda assim, considerando esta estrutura da oferta, o acréscimo de quota continua a ser inferior a um ponto percentual, pelo que não se identificam problemas jusconcorrenciais neste mercado local. Assim, não será aprofundada a análise do mesmo neste procedimento.

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

63. É o caso de algumas áreas como a grande Lisboa, a norte e a sul do rio Tejo,⁴⁵ onde se verificam sobreposições parciais e sequenciais substanciais das isócronas consideradas, pelo que a AdC, tendo por base o conceito da “cadeia de substituição” e a sua prática decisória no retalho alimentar,^{46,47} não exclui a possibilidade de o âmbito geográfico do mercado relevante nestes casos poder ser mais abrangente do que aquele delimitado pelas tradicionais isócronas de 10 a 30 minutos de deslocação por automóvel dos estabelecimentos em causa na operação.
64. Veja-se, a título de exemplo, o gráfico seguinte:

Figura 2 – Sobreposição das áreas de influência na zona norte do rio Tejo

[Confidencial]

Fonte: Notificante em resposta a pedido de elementos da AdC.

65. Conforme resulta da tabela 4, na área da grande Lisboa verificam-se algumas sobreposições de lojas das insígnias da Aquirente e da Adquirida com quotas de mercado conjuntas superiores a 30%. É o caso das lojas My Auchan Calçada da Quintinha, em Campolide - Lisboa, com quotas de mercado de **[30-40]**% (em área) e de **[20-30]**% (em valor), My Auchan Queluz - Sintra, com quotas de **[30-40]**% (em área) e **[20-30]**% (em valor) e My Auchan Amadora, com quotas de **[30-40]**% (em área) e **[20-30]**% (em valor).
66. De acordo com a informação da Notificante, em cada um dos mercados locais indicados, sobre põe-se um conjunto significativo de isócronas (cerca de **[...]** isócronas a partir do My Auchan Sintra, **[...]** isócronas a partir do My Auchan Amadora e **[...]** isócronas a partir da loja My Auchan Calçada da Quintinha, em Lisboa) cenário que não exclui a possibilidade da existência de cadeias de substituição que, no limite, poderiam estender-se a mais concelhos da zona de Lisboa e que deveriam ser consideradas na estrutura da oferta, mitigando as quotas apresentadas.⁴⁸

⁴⁵ Note-se que as várias áreas de influência consideradas nestas duas zonas geográficas se caracterizam por uma elevada densidade demográfica.

⁴⁶ Este conceito pode emergir no caso de áreas que se sobreponham parcial e sequencialmente, isto é, em certos casos pode-se justificar alargar o mercado geográfico quando duas áreas geográficas conectadas por uma terceira exercem pressão concorrencial uma na outra.

Para um enquadramento do conceito da cadeia de substituição, Cfr., por exemplo, o *Staff working paper* da Comissão Europeia “*Support study accompanying the Commission Notice on the evaluation of the definition of relevant market for the purposes of Community competition law*”, §5.2.7., as Linhas de Orientação para a Análise Económica de Operações de Concentração da AdC, secção 1.6, viii e a Comunicação da Comissão relativa à definição de mercado relevante para efeitos do direito comunitário da concorrência, §§ 57 e 58 (JO C372, de 9/12/97)

⁴⁷ Cfr. Decisão da AdC no processo Ccent. 51/2007 – SONAE / Carrefour e Ccent 20/2023 - FNAC Portugal/ Media Markt, §48 e seguintes.

⁴⁸ Note-se que na área da grande Lisboa se concentram **[100-200]** lojas Minipreço e 40 lojas Auchan, verificando-se uma densa sobreposição de isócronas em cadeia sequencial. Repare-se ainda no mapa representado no gráfico 1 *supra*, que as lojas Auchan estão muito concentradas na zona Este da grande Lisboa, pelo que, há medida que as zonas de influência se vão sobrepondo em cadeia sequencial para a zona

67. De facto, nas zonas de Queluz-Sintra, Amadora e Campolide-Lisboa, caso as isócronas fossem alargadas a pelo menos 20 minutos de distância em automóvel das lojas alvo, para atender à pressão concorrencial exercida pelas lojas localizadas nas zonas adjacentes, as quotas de mercado conjuntas das Partes desceriam para **[20-30]**% (em área) e **[10-20]**% (em valor) na área de influência do My Auchan Queluz, para **[20-30]**% (em área) e **[10-20]**% (em valor) na área de influência do My Auchan Amadora e para **[20-30]**% (em área) e **[10-20]**% (em valor) na área de influência do My Auchan Calçada da Quintinha, em Campolide-Lisboa, o que permite afastar a existência de preocupações jusconcorreciais.
68. Situação semelhante se verifica na margem sul do rio Tejo, em particular nos concelhos de Almada. Também neste caso se verifica a existência de um número considerável de isócronas que se sobrepõem em cada um dos cinco mercados locais consideradas no concelho de Almada, como melhor se demonstra na tabela *infra*.

Tabela 5 – N.º de isócronas sobrepostas em cada área de influência considerada

Distrito	Concelhos de sobreposição	N.º Isócronas sobrepostas
Setúbal	Almada - Gil Vicente	[30-40]
	Almada - D. Nuno Álvares Pereira	[40-50]
	Almada - Bento Gonçalves	[40-50]
	Almada - Luís de Queiroz	[30-40]
	Almada - Capitão Leitão	[40-50]
	Setúbal - Av. D. João II	[5-10]

Fonte: Notificante

69. A título exemplificativo, veja-se também o mapa que ilustra a sobreposição das áreas de influência na zona sul do rio Tejo.

Figura 3 – Sobreposição das áreas de influência na zona sul do rio Tejo

[Confidencial]

Fonte: Notificante em resposta a pedido de elementos da AdC.

70. Efetivamente, caso se alargassem as isócronas consideradas em relação a cada uma das lojas My Auchan Gil Vicente, My Auchan D. Nuno Álvares Pereira, My Auchan Bento Gonçalves, My Auchan Luís de Queiroz e My Auchan Capitão Leitão, a pelo menos 20 minutos de distância em automóvel das mesmas, para atender à pressão concorrencial

Oeste da cidade, passamos gradualmente a ter menos lojas Auchan e Minipreço (ainda que estas últimas em menor grau) e mais lojas de operadores concorrentes, resultando na referida diluição de quotas.

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

exercida pelos estabelecimentos localizados nas zonas adjacentes, as quotas de mercado conjuntas das Partes desceriam para valores abaixo dos 30%.

71. Relativamente ao concelho de Setúbal, verifica-se que no mercado local correspondente à isócrona de 10 minutos de distância em automóvel, a partir do MyAuchan Avenida D. João II, as quotas de mercado são de **[30-40]**% (em área) e de **[30-40]**% (em valor), respetivamente.
72. À semelhança do que sucede noutras áreas de forte densidade populacional, também neste mercado local se sobrepõem **[5-10]** isócronas, conforme resulta da Tabela 5 *supra*, pelo que não se exclui a existência de uma pressão concorrencial por parte de estabelecimentos localizados em áreas de influência adjacentes, e que poderiam integrar a estrutura da oferta.
73. Ora, caso a isócrona de 10 minutos considerada para a determinação deste mercado local fosse alargada a 20 minutos de distância, não seriam abrangidas neste perímetro mais lojas da insígnia Auchan, mas seriam incluídas outras lojas de insígnias concorrentes, designadamente o Aldi (do Pinhal Novo e da Quinta do Anjo), o ITMI (de Palmela e do Pinhal Novo), o Pingo Doce (de Palmela e do Pinhal Novo) e o Lidl (do Pinhal Novo e de Palmela), todas elas com áreas médias grandes a rondar os 1000m² e, conseqüentemente, com um impacto significativo na estrutura da oferta, colocando as quotas da Partes na operação abaixo do 30%. Nessa medida, afasta-se a existência de preocupações jusconcorrenciais nesta área.

5.2. Mercados locais de Castelo Branco, Sabugal, Aguiar da Beira, Ansião (Avelar) e Moimenta da Beira

74. Tomando por referência as isócronas calculadas pela Notificante para a determinação dos mercados locais identificados na Tabela 6 *infra*, verifica-se que as quotas de mercado respetivas são, em todos eles, superiores a 30% em pelo menos um dos critérios utilizados (i.e., quota em área de vendas ou em valor de vendas).

Tabela 6 – Mercados locais de Castelo Branco, Sabugal, Aguiar da Beira, Ansião (Avelar) e Moimenta da Beira

Ano 2022

Distrito	Concelhos de sobreposição	QM m2 %	QM (€) %
Castelo Branco	Castelo Branco	[30-40]	[30-40]
Guarda	Sabugal	[30-40]	[30-40]
	Aguiar da Beira	[30-40]	[30-40]
Leiria	Ansião (Avelar)	[30-40]	[30-40]
Viseu	Moimenta da Beira	[30-40]	[30-40]

Fonte: Notificante

75. Partindo das isócronas em torno dos estabelecimentos comerciais da Adquirente, a AdC foi confirmar se todos os operadores considerados na estrutura da oferta de cada um dos mercados locais acima identificados se localizavam efetivamente dentro de cada área geográfica determinada, recalculando as quotas nos mercados locais onde tal efetivamente não se tenha verificado.

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

76. Foram os casos de Castelo Branco, Aguiar da Beira e Moimenta da Beira que incluíam, nas respetivas estruturas da oferta apresentadas, operadores que se encontravam a uma distância maior do que a que tinha sido determinada na isócrona respetiva. Tal situação conduziu a um recálculo das respetivas quotas de mercado apresentadas.

5.2.1. Castelo Branco

77. Assim, em Castelo Branco, retiraram-se da estrutura da oferta todos os operadores localizados a mais de 30 minutos de distância do Auchan Hiper Castelo Branco, designadamente, os estabelecimentos do Aldi, ITMI, Pingo Doce, Lidl, Continente Modelo e Minipreço todos localizados no Fundão.
78. Para uma melhor visualização veja-se o mapa *infra*:

Figura 4 - Operadores indicados na isócrona apresentada pela Notificante relativamente ao mercado local determinado a partir do Auchan Hiper de Castelo Branco

[Confidencial]

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

79. Ora, as quotas conjuntas de mercado recalculadas passaram de **[30-40]** % (em área) e de **[20-30]** % (em valor) para **[40-50]** % (em área) e para **[30-40]** % (em valor), o que agravou a probabilidade de ocorrerem preocupações jusconcorrenciais.⁴⁹
80. Adicionalmente, a AdC procurou apurar se, na eventualidade de os mercados locais serem determinados com base nas isócronas desenhadas a partir dos estabelecimentos da insígnia Minipreço, estas preocupações se manteriam.
81. Resulta da análise efetuada que, das quatro lojas da insígnia da Adquirida, identificadas na isócrona inicialmente apresentada pela Notificante relativamente ao Auchan Hiper Castelo Branco, continuam a verificar-se quotas de mercado elevadas nos casos em que as isócronas são desenhadas a partir das duas lojas Minipreço localizadas em Castelo Branco.
82. Efetivamente, no que respeita à loja com o código PT 0000009745, dispondo esta de uma área inferior a 400 m², a isócrona a considerar, para efeitos da avaliação jusconcorrencial, deverá corresponder a uma distância equivalente a 10 minutos de automóvel da mesma, o que resulta em quotas conjuntas de mercado significativamente superiores a 30%, conforme se pode observar na Tabela 7 *infra*.⁵⁰
83. Com vista a aferir eventuais pressões concorrenciais de lojas situadas em áreas adjacentes, alargou-se a referida isócrona a 20 minutos e a 30 minutos de distância do referido

⁴⁹ Note-se que duas lojas da insígnia “Amanhecer”, consideradas na estrutura da oferta inicial, foram encerradas. Entretanto, uma delas passou para uma insígnia concorrente (“Aqui Fresco”), encontrando-se em atualização.

⁵⁰ Muito embora o acréscimo de quota resultante da realização da operação seja de 6 e 2 pontos percentuais em termos de área e de valor, respetivamente.

estabelecimento, concluindo-se que as quotas resultantes não são muito distintas, pelo que também não se pode excluir a existência de preocupações jusconcorrenciais nesse âmbito geográfico mais alargado.

**Tabela 7 – Isócronas desenhadas a partir das lojas
Minipreço**

Ano 2022				ISSO 10		ISSO 20		ISO 30	
	Cod.Loja Dia	Concelho	Área	QMC (área)	QMC (valor)	QMC (área)	QMC (valor)	QMC (área)	QMC (valor)
Castelo Branco	PT 0000002176	Fundão	[<400]	Transferência de quota					
	PT 0000009745	Castelo Branco	[<400]	[40-50]%	[30-40]%	[40-50]%	[30-40]%	[40-50]%	[30-40]%
	PT 0000009806	Castelo Branco	[<200 0]	-	-	[40-50]%	[30-40]%	[40-50]%	[30-40]%
	PT 0000007051	Alcains	[<400]	Transferência de quota		[40-50]%	[30-40]%	-	-

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

84. Relativamente à loja Minipreço de Castelo Branco com o código PT 0000009806, dispondo a mesma de uma área de [<2500] m², calcularam-se as quotas de mercado para uma isócrona de 20 minutos de distância da referida loja, tendo-se verificado que as mesmas rondam os [40-50]%. Caso se alargasse a isócrona a 30 minutos, o impacto ao nível das quotas de mercado não seria significativo.
85. Quanto à loja Minipreço Alcains com o código PT 0000007051, atenta a reduzida dimensão da mesma, partiu-se da isócrona de 10 minutos de distância de automóvel do referido estabelecimento. Inexistindo qualquer loja Auchan nesta área de influência verifica-se a existência de uma transferência de quota. Já se alargarmos a isócrona a 20 minutos de distância do Minipreço de Alcains, para aferir eventuais pressões concorrenciais de lojas adjacentes, verifica-se que as quotas de mercado resultantes deste exercício são elevadas, aproximando-se dos [40-50]%.
86. Pelo que se conclui que também considerando os mercados locais baseados nas isócronas determinadas a partir das lojas da insígnia da Adquirida, não se pode excluir a existência de problemas jusconcorrenciais.

5.2.2. Aguiar da Beira

87. No que respeita ao mercado local de Aguiar da Beira, a AdC efetuou o recálculo das quotas de mercado apresentadas pela Notificante, para ter na estrutura da oferta apenas operadores localizados dentro da isócrona de 20 minutos indicada.
88. Para melhor enquadramento veja-se o mapa *infra*:

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

Figura 5 – Operadores indicados na isócrona apresentada pela Notificante relativamente ao mercado local determinado a partir de 20 minutos de distância em automóvel do Auchan Supermercado Aguiar da Beira

[Confidencial]

Fonte: AdC com base em informação da Notificante.

89. Em resultado deste exercício, foram retirados da estrutura da oferta apresentada todos os estabelecimentos situados no Sátão, distrito de Viseu, das seguintes insígnias: ITMI, Pingo Doce e Meu Super, tendo as quotas conjuntas de mercado das Partes passado de **[30-40]%** para **[90-100]%** (em área) e de **[30-40]%** para **[90-100]%** (em valor) o que adensa a possibilidade de não se poder excluir a existência de preocupações jusconcorrenciais decorrentes da realização da operação em análise.
90. A AdC procurou igualmente avaliar qual o impacto jusconcorrencial da operação caso os mercados locais fossem determinados com base nas isócronas desenhadas a partir das duas lojas Minipreço localizadas em Sernancelhe, distrito de Viseu, e Aguiar da Beira, distrito da Guarda, respetivamente.
91. Com base na informação disponibilizada, a AdC concluiu que das duas lojas Minipreço identificadas pela Notificante na isócrona inicial relativamente ao Auchan Aguiar da Beira, caso as isócronas fossem desenhadas a partir das adquiridas, em alguns destes possíveis mercados locais as quotas conjuntas das Partes na operação seriam superiores a 30%.
92. É o caso da isócrona de 20 minutos e 30 minutos do Minipreço de Aguiar da Beira, o que não permite excluir preocupações jusconcorrenciais nestes possíveis mercados locais.
93. Quanto ao Minipreço de Sernancelhe, e tratando-se de um estabelecimento de pequena dimensão, a isócrona a considerar será de 10 minutos de distância deste estabelecimento que, no caso, se traduz numa transferência de quota.
94. Contudo, o alargamento desta isócrona a 20 minutos de distância da referida loja, à semelhança do exercício anteriormente realizado, aumenta de uma forma considerável a quota conjunta das Partes na operação⁵¹ como se observa na tabela *infra*.

Tabela 8 – Isócronas desenhadas a partir das lojas Minipreço

Ano 2022				ISSO 10		ISSO 20		ISO 30	
	Cod.Loja Dia	Concelho	Área	QMC (área)	QMC (valor)	QMC (área)	QMC (valor)	QMC (área)	QMC (valor)
Aguiar da Beira	PT 0000008042	Aguiar da Beira	[<2000]	-	-	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
	PT 0000008052	Sernancelhe	[<400]	transferência de quota		[80-90]%	[80-90]%	-	-

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

⁵¹ Tal decorre do facto de a isócrona mais alargada incluir mais duas lojas Minipreço e uma Auchan e mais um operador de insígnia concorrente.

95. Deste modo conclui-se que mesmo considerando os mercados locais baseados nas isócronas determinadas a partir das lojas da insígnia da Adquirida, também não se pode excluir a existência de problemas jusconcorrenciais.

5.2.3. Moimenta da Beira

96. Relativamente a Moimenta da Beira, a AdC verificou que constava da estrutura da oferta deste mercado local um operador, o Pingo Doce em Tarouca, distrito de Viseu, que está localizado a uma distância superior a 20 minutos da isócrona desenhada pela Notificante.
97. Veja-se o mapa seguinte:

Figura 6 - Operadores indicados na isócrona apresentada pela Notificante relativamente ao mercado local determinado a partir de 20 minutos de distância automóvel do Auchan Moimenta da Beira

[Confidencial]

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

98. Deste modo, a AdC recalculou as quotas conjuntas da Partes na operação ajustando a estrutura da oferta à distância da isócrona apresentada. Em resultado deste exercício as quotas de mercado conjuntas das Partes passaram de **[40-50]**% (em área) e de **[30-40]**% (em valor) para **[60-70]**% (em área) e de **[50-60]**% (em valor).
99. Também neste caso a nova estrutura da oferta agrava a possibilidade de existência de preocupações jusconcorrenciais no mercado apresentado pela Notificante.
100. A AdC procurou analisar o impacto da operação com base no mercado local determinado pela isócrona de 20 minutos de distância em automóvel a partir do supermercado Minipreço de Moimenta da Beira.
101. Como resultado desse exercício, e tendo por referência os dados da Notificante, a AdC concluiu que as quotas conjuntas das Partes na operação resultantes da delimitação da isócrona de 20 minutos de distância a partir do Minipreço de Moimenta da Beira (atendendo à sua área), são claramente superiores a 50%.
102. Refira-se, porém, que estas quotas se reduzem para valores próximos dos **[40-50]**%, caso a isócrona seja alargada a uma distância de 30 minutos da loja em questão. Ainda assim, não é possível afastar a existência de problemas jusconcorrenciais decorrentes destes hipotéticos mercados locais.

Tabela 9 – Isócronas desenhadas a partir da Loja Minipreço de Moimenta da Beira

Ano 2022				ISSO 10		ISSO 20		ISO 30	
	Cod.Loja Dia	Concelho	Área	QMC (área)	QMC (valor)	QMC (área)	QMC (valor)	QMC (área)	QMC (valor)
Moimenta da Beira	PT 0000008064	Moimenta da Beira	[<2000]	-	-	[40-50]%	[50-60]%	[40-50]%	[30-40]%

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

103. Assim, conclui-se que também considerando os mercados locais baseados na isócrona determinada a partir da loja da insígnia da Adquirida, não se pode excluir a existência de problemas jusconcorrenciais.

5.2.4. Sabugal

104. Quanto aos mercados locais do Sabugal, no distrito da Guarda, e de Ansião (Avelar), distrito de Leiria, não se revelou necessário recalculas as quotas inicialmente apresentadas pela Notificante na medida em que todos os operadores estavam devidamente localizados nas isócronas indicadas.
105. No caso do Sabugal, as quotas conjuntas das Partes na operação identificadas pela Notificante eram de **[50-60]%** (em área) e de **[50-60]%** (em valor).
106. Para uma melhor ilustração da isócrona considerada pela Notificante, veja-se o mapa seguinte:

Figura 7 – Operadores indicados na isócrona apresentada pela Notificante relativamente ao mercado local determinado a partir de 20 minutos de distância em automóvel do Auchan Sabugal

[Confidencial]

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

107. Considerando que as quotas conjuntas da Partes na operação indicadas pela Notificante indicavam problemas jusconcorrenciais, a AdC analisou qual seria o impacto da operação caso o mercado local fosse definido com base na isócrona desenhada a partir da loja Minipreço do Sabugal.
108. Tratando-se de uma loja de pequena dimensão, a AdC considerou a isócrona de 10 minutos de distância da Adquirida tendo concluído que, em resultado da mesma, as quotas conjuntas da Partes são claramente superiores a 50%. Veja-se, Tabela 10 *infra*.
109. Deste modo, efetuou um exercício semelhante para uma isócrona alargada a 20 minutos de distância do Minipreço do Sabugal, para aferir eventuais pressões concorrenciais de lojas localizadas em áreas adjacentes, tendo concluído que as quotas se mantêm acima dos 50%, não permitindo, novamente, excluir a existência de problemas de natureza jusconcorrencial.

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

Tabela 10 – Isócrona desenhada a partir da Loja Minipreço Sabugal

Ano 2022				ISSO 10		ISSO 20		ISO 30	
	Cod.Loja Dia	Concelho	Área	QMC (área)	QMC (valor)	QMC (área)	QMC (valor)	QMC (área)	QMC (valor)
Sabugal	PT 0000000074	Sabugal	[<400]	[60-70]%	[60-70]%	[50-60]%	[50-60]%	-	-

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

110. Conclui-se, portanto, que mesmo considerando os mercados locais baseados nas isócrona determinada a partir da loja da insígnia da Adquirida, não se pode excluir a existência de problemas jusconcorrenciais.

5.2.5. Avelar

111. Quanto ao mercado local definido pela Notificante correspondente à isócrona de 20 minutos de distância do Auchan Avelar, o mesmo revela quotas de mercado conjuntas das Partes da ordem dos **[40-50]%** (em área) e **[20-30]%** (em valor).
112. Para uma melhor ilustração da isócrona considerada pela Notificante, veja-se o mapa seguinte:

Figura 8 – Operadores indicados na isócrona apresentada pela Notificante relativamente ao mercado local determinado a partir de 20 minutos de distância automóvel do Auchan Avelar

[Confidencial]

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

113. Considerando que as quotas conjuntas das Partes na operação acima indicadas não excluem a existência de problemas jusconcorrenciais, a AdC procurou apurar se, na eventualidade de os mercados locais serem determinados com base nas isócronas desenhadas a partir dos estabelecimentos da insígnia Minipreço, estas preocupações se manteriam.
114. Resulta da análise efetuada que, das cinco lojas da insígnia da Adquirida, identificadas na isócrona inicialmente apresentada pela Notificante relativamente ao Auchan Super Avelar, continuam a verificar-se quotas de mercado elevadas nos casos em que as isócronas são desenhadas a partir das quatro lojas Minipreço localizadas em Avelar, Ansião, Figueiró dos Vinhos e Alvaiázere.⁵²

⁵² Note-se que relativamente às lojas minipreço de Avelar, Ansião, Figueiró dos Vinhos lojas a Notificante apresentou os dados de mercado considerando-as em *cluster*. No entanto, não havendo motivo para a alteração da metodologia adotada até ao momento, a AdC calculou a estrutura da oferta com base nas isócronas desenhadas a partir de cada uma das lojas identificadas. Para o efeito, e uma vez que a informação disponibilizada pela Notificante apresenta algumas limitações, a AdC apenas pôde calcular as isócronas para uma distância de 20 minutos a partir de cada uma das lojas, incluindo as que dispõem de áreas inferiores a 400 m².

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

115. Conforme se observa na Tabela 11 *infra*, os eventuais mercados locais de Figueiró dos Vinhos, Avelar, Ansião II e Alvaiázere, apresentam quotas conjuntas de mercado superiores a 30% (em área), pelo que também se conclui não ser possível afastar a existência de problemas jusconcorrenciais.

Tabela 11 – Isócronas desenhadas a partir das lojas Minipreço

Ano 2022				ISSO 10		ISSO 20		ISO 30	
	Cod.Loja Dia	Concelho	Área	QMC (área)	QMC (valor)	QMC (área)	QMC (valor)	QMC (área)	QMC (valor)
Avelar	PT 0000007054	Figueiró dos Vinhos	[<2000]	-	-	[50- 60]%	[50-60]%	-	-
	PT 0000007012	Avelar - Ansião	[<400]	-	-	[50- 60]%	[50-60]%	-	-
	PT 0000007829	Ansião II	[<400]	-	-	[30- 40]%	[10-20]%	-	-
	PT 0000007005	Alvaiázere	[<2000]	transferência de quota		[40- 50]%	[20-30]%	[20- 30]%	[10- 20]%
	PT 0000008078	Penela	[<2000]	-	-	[20- 30]%	[10-20]%	[20- 30]%	[10- 20]%

Fonte: AdC com base em informação da Notificante

116. Assim, também não se pode excluir a existência de problemas jusconcorrenciais nos mercados locais baseados nas isócronas determinadas a partir das lojas da insígnia da Adquirida.
117. Em suma, a AdC não pode excluir a existência de problemas jusconcorrenciais nos mercados locais identificados na tabela Tabela 6, ou seja, Castelo Branco, Sabugal, Aguiar da Beira, Ansião (Avelar) e Moimenta da Beira.

5.3. Mercado Relacionado

5.3.1. Estrutura da Oferta dos Mercados de Aprovisionamento de Base Alimentar

Tabela 12 – Mercados de Aprovisionamento de Base Alimentar - quotas de mercado (%) em valor

	2020	2021	2022
Grupos de Produtos	Quota Conjunta	Quota Conjunta	Quota Conjunta
Carne e salsichas	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Aves e ovos	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
Pão e produtos de pastelaria	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Produtos Lácteos	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Frutas e legumes frescos	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Cerveja	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Vinho e licores	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Bebidas sem álcool	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Bebidas quentes	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

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

Confeitaria	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Produtos alimentares básicos	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%
Conservas	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%
Congelados	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Alimentos para bebés	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Alimentos para animais de estimação	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Artigos de higiene corporal e cosméticos	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Detergentes e produtos de limpeza	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Outros produtos de mercearia	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Outros produtos não alimentares	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%
Total	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fonte: Notificante

118. Conforme resulta da leitura da tabela *supra*, as quotas de mercado estimadas pela Notificante em cada uma das categorias de produtos consideradas são sempre inferiores a 30%, não se identificando preocupações de natureza jusconcorrencial em matéria de efeitos verticais decorrentes da operação ora em análise.⁵³

5.4. Conclusão

119. Apesar de a operação de concentração em análise envolver o 5.º operador a adquirir o 6.º operador na distribuição retalhista de produtos alimentares e outros bens de consumo diário, com uma quota combinada das Partes, calculada a nível nacional, e por referência ao ano de 2022, de [5-10]%⁵⁴, ainda assim, da operação notificada resultará a eliminação de uma alternativa em diversos mercados locais analisados — determinados com base nas isócronas calculadas a partir tanto das lojas das insígnias da Adquirente como da Adquirida — pelo que 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. Descrição dos Compromissos

120. Em 27 de março de 2024⁵⁵, 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.
121. No contexto da proposta de compromissos apresentada, a Notificante refere que:

⁵³ Cfr. Nota 38.

⁵⁴ Cfr. Nota 34.

⁵⁵ E-AdC/2024/1884.

- (i) «Os Compromissos propostos foram desenhados por forma a responder às dúvidas que poderão subsistir relativamente à inexistência de problemas de concorrência resultantes da operação, reforçando, em qualquer cenário, as condições de concorrência e competitividade nos mercados em causa.
- (ii) Mais concretamente, os Compromissos têm como objetivo primordial permitir promover a celebração de novos contratos de franquia entre um dos atuais Franquiados Dia ou Auchan em cada um dos Mercados identificados pela AdC com uma insígnia ou operador concorrente da Auchan.
- (iii) Subsidiariamente, os compromissos permitirão também aos atuais Franquiados poder continuar a operar no mesmo mercado, de forma independente face à Auchan, sem integrar a sua rede de franquias.
- (iv) Em qualquer dos cenários, opera-se uma alteração de natureza estrutural no mercado, permitindo replicar ou reforçar a estrutura da oferta atualmente existente.»

122. Salienta a Notificante que, na sequência da análise da operação notificada se verificou que, em determinados mercados locais – Aguiar da Beira, Avelar, Castelo Branco, Moimenta da Beira e Sabugal – a quota de mercado combinada (dos Franquiados Dia e da Notificante Auchan, medida em m² de área de venda) poderia, em determinadas circunstâncias, ser superior a 40%. Sem prejuízo, a AdC entendeu não estarem reunidas as condições para excluir a suscetibilidade de a operação em apreço gerar entraves significativos para a concorrência efetiva nos mercados locais que apresentem quotas superiores a 30%.

123. Neste sentido, entende a Notificante que os compromissos apresentados denotam ser suscetíveis de garantir a manutenção das condições de concorrência efetiva existente no mercado, sendo suficientes e adequados ao afastamento de quaisquer dúvidas quanto à criação de entraves para a concorrência nesses mercados locais.

124. Assim, a Notificante propõe assumir, perante esta Autoridade, os seguintes compromissos:

Um compromisso de desinvestimento nos termos do qual deverá diligenciar a celebração de um contrato de franquia entre os atuais Franquiados a operar nas regiões acima identificadas e uma insígnia ou operador concorrente da Notificante, a aprovar pela AdC, denominado por “Compromisso de Desinvestimento”.

Considerando a natureza do contrato de franquia, e de forma a maximizar a eficiência e eficácia do compromisso de desinvestimento, serão, também, potencialmente abrangidas pelo âmbito do Compromisso de Desinvestimento quaisquer lojas a operar atualmente sob a insígnia Auchan (franquias próprias), que poderão ser consideradas em alternativa às atuais franquias DIA.

Para tal, a Notificante compromete-se a garantir a intermediação do negócio, com vista à celebração de um contrato de franquia entre o atual Franquiado Dia ou Auchan e uma insígnia concorrente, no limite, sem exigência de qualquer contrapartida financeira e, em qualquer circunstância, sem ter acesso a informação sensível relativamente aos detalhes das negociações ou dos contratos.

Tendo em conta os mercados identificados pela AdC, o compromisso de desinvestimento abrangerá um dos franquiados Auchan ou Dia a operar nos seguintes Concelhos:

1. Aguiar da Beira;
2. Avelar;
3. Castelo Branco;
4. Moimenta da Beira;
5. Sabugal.

O Compromisso de Desinvestimento deverá ocorrer durante um prazo de 6 meses contados da Decisão da AdC, podendo o mesmo ser prorrogado mediante acordo da AdC, pelo período adicional necessário, não excedendo 3 meses, sempre que se demonstre estar em curso uma negociação entre o Franquiado e uma nova insígnia; ou caso não se tenha logrado a celebração de um contrato de franquia com uma insígnia concorrente, nem estando em curso uma negociação, o prazo será prorrogado por um período adicional de 3 meses, através da nomeação pela Notificante (e aprovação pela AdC) de um Intermediário Independente.

Em relação aos Franquiados cujos contratos de Franquia atualmente em vigor ultrapassem o período de 6 + 3 meses, o prazo poderá ser prorrogado, mediante acordo da AdC, até ao termo do contrato ou até decorrer 1 ano contado da decisão de não oposição, o que acontecer primeiro (por forma a não onerar o franquiado relativamente ao pagamento de eventuais créditos a favor do franquizador pendentes até ao termo do contrato).

Caso seja necessário, nos termos do presente Documento de Compromissos, o acordo da AdC relativamente a qualquer ponto da execução dos compromissos, os prazos referidos acima suspendem-se durante o período de apreciação e até à pronúncia da Autoridade.

Por forma a preservar a viabilidade económica, a competitividade e a autonomia de gestão das lojas em questão, até ao final do período de 6+3 meses indicado *supra*, e independentemente do termo do contrato de franquia antes de decorrido aquele prazo, a Notificante obriga-se a manter com a loja um Regime de Partenariado, caso o Franquiado assim o pretenda, por forma a garantir a operação da loja, mantendo-se inalterado o compromisso de promover o negócio com outra potencial franquia nos moldes referidos.

Para este efeito, o Regime de Partenariado inclui um contrato de fornecimento segundo o qual a Notificante abastece as lojas com produtos de marca própria e/ou produtos de marcas de fornecedores, com total liberdade e sem compromissos relativamente a quantidades, regulando-se apenas o acondicionamento e exposição de produtos de marca própria Auchan que a loja decida adquirir.

No caso de contratos de franquia cujo respetivo termo ultrapasse o prazo referido de 6+3 meses, o franquiado continuará a operar (como até aqui e se assim consentir) sob a insígnia MiniPreço, não havendo qualquer migração e utilização da marca/insígnia Auchan, passando, todavia, a ser fornecido pela Notificante relativamente a produtos de marca própria, considerando que a Parte vendedora deixará de ter operações em Portugal. Como tal, evita-se onerar o Franquiado relativamente ao pagamento de eventuais créditos a favor do Franquiador pendentes até ao termo do contrato.

A Notificante compromete-se a enviar diretamente à AdC, com uma periodicidade de 2 meses, um relatório escrito contendo informação de todos os contactos e diligências realizadas, correspondência trocada com o Franquiado, potencial insígnia concorrente, consultoras ou entidades financeiras e demais informações consideradas relevantes no contexto da prossecução dos Compromissos assumidos. Não podendo a Notificante ter acesso e/ou reportar qualquer informação sensível ou confidencial referente ao contrato a celebrar entre o Franquiado e a nova insígnia.

Decorrido o prazo de 6 meses indicado acima mencionado, a Notificante obriga-se a contratar uma consultora totalmente independente das Partes, com as necessárias qualificações e experiência e sem qualquer conflito de interesses para execução do compromisso de desinvestimento ("Intermediário Independente"), pelo período adicional *supra* indicado, consoante o termo concreto do contrato de Franquia em causa.

Atendendo à natureza da relação da Notificante com os Franquiados e dos Compromissos assumidos - que não compreendem uma alienação de ativos - o Intermediário Independente assumirá uma função equiparável a um mandatário de desinvestimento e uma função de reporte, para que a AdC possa facilmente e sem qualquer encargo monitorizar a execução dos Compromissos.

Para efeitos dos pontos anteriores, a Notificante apresentará, nos 15 dias úteis anteriores ao termo do prazo de 6 meses acima referenciado, a indicação e identificação de um Intermediário Independente e uma Minuta de Mandato de Mediação, contendo todas as obrigações do Intermediário Independente e da Notificante para cumprimento do disposto no presente Documento de Compromissos, para aprovação pela AdC.

O Intermediário Independente enviará diretamente à AdC, com uma periodicidade mensal, um relatório escrito contendo informação de todos os contactos e diligências realizadas, correspondência trocada com o Franquiado, potencial insígnia concorrente ou entidades financeiras e demais informações consideradas relevantes no contexto da prossecução dos Compromissos assumidos.

A Notificante obriga-se a colaborar com o Intermediário Independente, nomeadamente, prestando toda a informação necessária e útil para a prossecução dos Compromissos ora assumidos.

Mais assumirá a Notificante os custos com a remuneração do Intermediário Independente, abstendo-se de adotar um esquema de remuneração capaz de inibir, desincentivar ou protelar a prossecução dos objetivos em causa.

A Notificante compromete-se, ainda, a suportar os custos de remoção de sinalética Minipreço ou Auchan em que o Franquiado possa incorrer para alterar a sua insígnia.

a) Compromissos subsequentes ao Compromisso de desinvestimento

Terminado o período de 6+3 meses acima indicado, atingido o termo do contrato de franquia (o que ocorrer mais tarde) ou, no caso de contratos de franquia Auchan, o prazo de um ano, sem que o Franquiado tenha decidido ou logrado celebrar contrato de franquia com uma insígnia concorrente, a Notificante obriga-se a disponibilizar ao Franquiado a possibilidade de operar autonomamente a loja em Regime de

Partenariado pelo período adicional de um ano ou até à celebração de um contrato de franquia com um concorrente da Notificante, o que acontecer primeiro.

Acresce que a Notificante se vincula, igualmente, a aceitar uma obrigação de não concorrência a favor do Franquiado, materializada através da não celebração de novos contratos de franquia, por um período não superior a 2 anos contados do termo do Prazo de Execução do Compromisso de desinvestimento, tendo por objeto as atividades atualmente desenvolvidas pelo Franquiado e limitada ao mercado em causa.

b) Compromissos de não expansão de rede própria e não reaquisição

Durante o prazo de execução do Compromisso de Desinvestimento e no período de 2 anos após o seu termo, a notificante obriga-se a não abrir lojas próprias novas nos Mercados identificados.

No período de 5 anos contado desde o termo do prazo de execução, a Notificante obriga-se, também, a não celebrar contratos de Franquia sob a insígnia Auchan ou Dia com as lojas alvo de desinvestimento nos termos do presente Documento de Compromissos.

125. Os Compromissos ora em apreciação foram, entretanto, densificados pela Notificante⁵⁶, tendo-se concluído pelo desinvestimento de 5 lojas, com as insígnias Dia ou Auchan, uma em cada mercado onde não se excluíram problemas jusconcorrenciais. Estas lojas estão localizadas nos seguintes concelhos:

A. Concelho de Castelo Branco:

A.1. **[CONFIDENCIAL - Lojas com uma área de venda <2500m²];**

B. Concelho de Aguiar da Beira:

[CONFIDENCIAL - Lojas com uma área de venda entre 400m² e 2500m²];

C. Concelho de Ansião: **[CONFIDENCIAL - Lojas com uma área de venda entre 400m² e 2500m²];**

D. Concelho do Sabugal:

[CONFIDENCIAL - Lojas com uma área de venda entre 400m² e 2500m²];

E. Concelho de Moimenta da Beira:

[CONFIDENCIAL - Lojas com uma área de venda entre 400m² e 2500m²].

126. Neste sentido, a Notificante deverá diligenciar a celebração de contratos de franquia : (i) entre os franquiados atualmente a operar nas lojas *supra* referidas, quando aplicável, e uma insígnia ou operador concorrente da Auchan, a aprovar pela AdC; relativamente à Loja **[CONFIDENCIAL - Segredos de Negócio: Lojas com uma área de venda < 2500m² no Concelho de Castelo Branco]**, localizada no Concelho de Castelo Branco (ii) entre um novo Franquiado, a designar (com a aprovação da AdC) e uma insígnia ou operador concorrente da Auchan, a aprovar pela AdC.
127. Considerando a natureza do contrato de franquia, e de forma a maximizar a eficiência e eficácia do compromisso de desinvestimento, serão também potencialmente abrangidas pelo âmbito do Compromisso de Desinvestimento lojas a operar atualmente sob a insígnia Auchan (franquias próprias), que poderão ser consideradas em alternativa às atuais franquias DIA.

⁵⁶ Cfr. E-AdC/2024/2126, de 15.04.2024 e E-AdC/2024/2175, de 16.04.2024.

128. Para tal, a Auchan compromete-se a intermediar a celebração de um contrato de franquia entre o atual Franquiado Dia ou Auchan e uma insígnia concorrente, no limite, sem exigência de qualquer contrapartida financeira e, em qualquer circunstância, sem ter acesso a informação sensível relativamente aos detalhes das negociações ou dos contratos.
129. Se aplicável, relativamente à Loja **[CONFIDENCIAL - Segredos de Negócio: Lojas com uma área de venda < 2500m² no Concelho de Castelo Branco]**, localizada no concelho de Castelo Branco e melhor identificada *infra*, a Auchan compromete-se ainda a selecionar e apresentar para aprovação da AdC no prazo de 3 meses contados da Decisão, um novo operador interessado em explorar a loja sob um contrato de Franquia com uma insígnia concorrente.
130. O Compromisso de Desinvestimento deverá ocorrer durante um prazo de 6 meses contados da Decisão, podendo ser prorrogado: (i) mediante acordo da AdC, pelo período adicional necessário, não excedendo 3 meses, mediante pedido fundamentado da Auchan; ou (ii) caso não se tenha logrado a celebração de um contrato de franquia com uma insígnia concorrente, nem estando em curso uma negociação relativamente à loja em causa, o prazo inicial de 6 meses será prorrogado por um período adicional de 6 meses, para o desinvestimento ser efetuado por um Intermediário Independente – Mandatário de Alienação.
131. Por forma a preservar a viabilidade económica, a competitividade e a autonomia de gestão das lojas em questão, até ao final do período de 6+6 meses indicado *supra*, e independentemente do termo do contrato de franquia antes de decorrido aquele prazo, a Notificante obriga-se a manter com a loja um Regime de Partenariado, caso o Franquiado assim o pretenda, por forma a garantir a operação da loja, mantendo-se inalterado o compromisso de promover o negócio com outra potencial franquia nos moldes referidos.
132. Para este efeito, o Regime de Partenariado inclui um contrato de fornecimento, segundo o qual a Auchan abastece as lojas com produto de marca própria e/ou produtos de marcas de fornecedores, com total liberdade e sem compromissos relativamente a quantidades.
133. De acordo com este regime, as lojas podem adquirir livremente produtos de marcas de fornecedores à Auchan ou a terceiros, comprometendo-se apenas a não comercializar produtos de outras marcas da distribuição concorrentes da Auchan e apenas adquirir produtos de marca da distribuição Auchan à Auchan.
134. Para além de obrigações gerais de manter o estabelecimento em boas condições de limpeza, higiene e apresentação, o retalhista em regime de partenariado compromete-se a comercializar os Produtos nas respetivas embalagens de acondicionamento de origem, e com qualidade satisfatória, cumprindo com todos os preceitos legais e boas práticas que garantam o bom estado do produto e a sua não adulteração, tais como os requisitos relativos à cadeia de frio, datas limites de validade, normas de higiene e frescura, boas práticas de armazenagem, manipulação e exposição.
135. Por fim, os retalhistas em regime de Partenariado deverão manter um sistema de gestão de rastreabilidade dos produtos que permita identificar prontamente os artigos alvo de eventual reclamação de consumidor final, atuação de Autoridade ou ação de retirada ou recolha de mercado.

136. Os termos e condições do regime de Partenariado a adotar constam da minuta de Contrato de Fornecimento, que segue o modelo *standard* para a rede de Partenariado, o qual faz parte integrante dos presentes Compromissos.
137. A Notificante passará a enviar a esta Autoridade, com uma periodicidade mensal, um relatório escrito contendo informação de todos os contactos e diligências realizadas, correspondência trocada com o Franquiado, potencial insígnia concorrente, consultoras ou entidades financeiras e demais informações consideradas relevantes no contexto da prossecução dos Compromissos.
138. Em todo o caso, a Notificante, não poderá ter acesso e não reportará qualquer informação sensível ou confidencial referente ao contrato a celebrar entre o Franquiado e a nova insígnia.
139. Decorrido o prazo de 6 meses indicado *supra*, a Notificante obriga-se a contratar uma consultora totalmente independente das Partes, com as necessárias qualificações e experiência e sem qualquer conflito de interesses para execução dos Compromissos – Intermediário Independente ou Mandatário de Alienação – pelo período adicional de 6 meses.
140. Durante o período considerado, o Intermediário Independente irá executar o Compromisso de Desinvestimento, designadamente através da procura, seleção e contacto de potenciais franquidores interessados, bem como a intermediação da negociação de um contrato de franquia entre os Franquiados e franquidores, nos termos e condições definidos na Minuta de Mandato de Intermediação, a qual faz parte integrante da presente Decisão.
141. Para esse efeito, a Notificante apresentará no prazo de 3 meses a contar da data de Decisão, para aprovação pela AdC, a indicação e identificação do Intermediário Independente a nomear.
142. O Intermediário Independente a propor à AdC será selecionado através de concurso, baseado num processo de consulta a pelo menos 3 potenciais prestadores de serviços independentes, com qualificações e experiência equiparáveis e suficientes para execução dos Compromissos e após verificada a ausência de conflito de interesses.
143. Atendendo à natureza da relação da Notificante com os Franquiados e dos Compromissos assumidos - que não compreendem uma típica alienação de ativos – o Intermediário Independente assumirá simultaneamente uma função equiparável a um mandatário de desinvestimento e uma função de reporte, para que a AdC possa facilmente e sem qualquer encargo monitorizar a execução dos Compromissos.
144. Neste âmbito, o Intermediário Independente enviará diretamente à AdC, com uma periodicidade mensal, um relatório escrito contendo informação de todos os contactos e diligências realizadas, correspondência trocada com o Franquiado, potencial insígnia concorrente ou entidades financeiras e demais informações consideradas relevantes no contexto da prossecução dos Compromissos assumidos.
145. A Notificante obriga-se ainda, a colaborar com o Intermediário Independente, nomeadamente, prestando toda a informação necessária e útil para a prossecução dos Compromissos ora assumidos e assumirá os custos com a remuneração do mesmo, abstendo-se de adotar um esquema de remuneração capaz de inibir, desincentivar ou protelar a prossecução dos objetivos em causa.

146. Mais se compromete a Notificante a suportar os custos de remoção de sinalética Minipreço ou Auchan em que o Franquiado possa incorrer para alterar a sua insígnia.
147. Terminado o período de 6+6 meses indicado sem que o Franquiado tenha decidido ou logrado celebrar contrato de franquia com uma insígnia concorrente, a Notificante obriga-se a disponibilizar a possibilidade de um Franquiado em cada um dos Mercados acima identificados indicados operar autonomamente a loja em Regime de Partenariado pelo período adicional de 2 anos ou até à celebração de um contrato de franquia com um concorrente da Auchan, o que acontecer primeiro.
148. A Notificante obriga-se, também, a aceitar uma obrigação de não concorrência a favor do Franquiado, materializada através da não celebração de novos contratos de franquia, por um período de 2 anos contados do termo do Prazo de Execução do Compromisso de desinvestimento, tendo por objeto as atividades atualmente desenvolvidas pelo Franquiado e limitada ao Mercado em causa.
149. Durante o prazo de execução do Compromisso de desinvestimento e no período de 2 anos após o seu termo, a Notificante obriga-se a não abrir lojas próprias novas nos Mercados identificados *supra*.
150. No período de 5 anos contado desde o termo do prazo de execução a Notificante obriga-se a não celebrar contratos de Franquia sob a insígnia Auchan ou Dia com as lojas alvo de desinvestimento nos termos dos presentes Compromissos.

6.2. Fundamentação para os Compromissos

151. A Notificante entende que os Compromissos apresentados assumem uma natureza eminentemente estrutural e que os mesmo se revelarão eficazes, eficientes e proporcionais, na aceção das Linhas de Orientação da AdC. A saber:
 - (i) Eficácia: considerando a natureza contratual da relação que existirá entre a Notificante e os Franquiados, considera a Notificante que os Compromissos propostos representam o meio mais exequível de atingir os objetivos pretendidos, de preservar ou fomentar a concorrência efetiva nos mercados em causa, permitindo afastar quaisquer dúvidas quanto à inexistência de poder de mercado da Notificante nos Mercados em causa, mais podendo ser alvo de fácil monitorização.
 - (ii) Eficiência: a Notificante entende que os Compromissos propostos correspondem à solução com menores custos e menores riscos para a prossecução deste fim, atendendo desde logo aos custos suportados por terceiros, principalmente os Franquiados e pela AdC (em termos de custos de acompanhamento e monitorização dos Compromissos propostos).
 - (iii) Proporcionalidade: os compromissos, segundo a Notificante, garantem uma relação de equilíbrio entre as dúvidas relativamente à existência de problemas jusconcorrenciais levantadas na sequência da análise desta Autoridade, o meio empregue e o fim preconizado.

6.3. Análise dos Compromissos

Enquadramento da análise

152. Nos termos previstos nas “Linhas de Orientação sobre a Adoção de Compromissos em Controlo de Concentrações” (“Linhas de Orientação sobre Compromissos”)⁵⁷, 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 operação notificada, modificada pelos compromissos apresentados, não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva.⁵⁸
153. 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.^{59,60}
154. Os compromissos devem, ainda, ser **eficientes**, ou seja, corresponderem à solução com menores custos de entre aqueles suscetíveis de eliminar as preocupações jusconcorrenciais identificadas.⁶¹
155. Mais devem os compromissos ser **proporcionais**, ou seja, corresponderem ao necessário à eliminação das preocupações jusconcorrenciais identificadas, salvaguardando um equilíbrio entre a preocupação e o meio utilizado.⁶²
156. A Notificante deve fundamentar os compromissos propostos à luz dos problemas jusconcorrenciais identificados e dos princípios acima enunciados.^{63,64}

⁵⁷ Aprovadas em 28.07.2011.

⁵⁸ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 4.

⁵⁹ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 22 (i), primeiro parágrafo.

⁶⁰ 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).

⁶¹ São, assim, tidos em consideração 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).

⁶² Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 22 (iii).

⁶³ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 23.

⁶⁴ 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).

157. 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.^{65,66}
158. Com efeito, uma solução estrutural apresenta-se, em regra, 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.⁶⁷
159. Por último, importa destacar 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.
160. 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.⁶⁸
161. Feito este enquadramento, proceder-se-á à análise do presente caso concretamente considerado.

Análise do caso concreto

162. Tal como se refere acima, os compromissos propostos pela Notificante devem revelar-se adequados, suficientes, exequíveis e proporcionais para obviar às preocupações jusconcorrenciais identificadas na atual fase do presente procedimento, as quais foram já acima identificadas.
163. Com efeito, esta Autoridade concluiu que da operação notificada resultará a eliminação de uma alternativa em diversos mercados locais.

Eliminação das preocupações jusconcorrenciais

164. Como já *supra* se destacou, 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.⁶⁹

⁶⁵ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 41.

⁶⁶ Assim preconizam, igualmente, 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 ora em apreciação, § 371, *in fine*.

⁶⁷ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 42.

⁶⁸ 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).

⁶⁹ Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 41.

165. Nos termos das Linhas de Orientação sobre Compromissos, § 58 e seguintes, os compromissos de natureza estrutural traduzem-se, na maior parte dos casos, na alienação de ativos ou conjuntos de ativos, visando preservar as condições estruturais de concorrência que se verificariam na ausência da operação de concentração, evitando-se, ao menos parcialmente, a perda de rivalidade concorrencial que resultaria da referida operação de concentração, ponderados os ganhos de eficiência resultantes da operação, na medida em que os ativos, ao serem adquiridos por uma entidade independente das partes na concentração, são suscetíveis de criar as condições para o aparecimento de um novo concorrente ou para a expansão dos concorrentes existentes.
166. A eficácia destes compromissos pressupõe que os bens desinvestidos possam estar na base de uma atividade viável, devendo ser adquiridos por um adquirente adequado, de forma a concorrer eficazmente, de forma duradoura, com a entidade objeto da concentração.
167. Mais se pressupõe – para a eficácia destes compromissos – que não se verifique uma reaquisição de controlo, total ou parcial, subsequente à alienação efetuada; neste sentido, prevê-se, em regra, em sede de compromissos, uma cláusula de não reaquisição, num prazo alargado, em regra de 5 anos, de molde a garantir o efeito estrutural das medidas de correção, no sentido do restabelecimento da concorrência efetiva nos mercados em que foram identificadas preocupações de índole jusconcorrencial.
168. Como acima se referiu a Notificante compromete-se, ainda, a aceitar uma obrigação de não concorrência a favor do Franquiado, através da não celebração de novos contratos de franquia, por um período não superior a 2 anos contados do termo do Prazo de Execução do Compromisso de desinvestimento, tendo por objeto as atividades atualmente desenvolvidas pelo Franquiado e limitada ao mercado em causa.
169. Esta obrigação reforça os incentivos à entrada de um novo operador, criando as condições necessárias para que este se estabeleça e consolide como uma alternativa viável e efetiva à Notificante no cenário pós-concentração, afastando, assim, os problemas jusconcorrenciais que poderiam resultar da operação notificada.
170. Por outro lado, a obrigação proposta pela Notificante não se traduz numa redução da oferta futura naquelas áreas geográficas, na medida em que os planos estratégicos da Auchan, na ausência da operação de concentração, não previam a abertura de novas lojas nas referidas áreas geográficas.
171. Resulta do acima exposto nos pontos 169 e 169 que (i) este compromisso não se traduz numa redução efetiva de escolha para os consumidores nos mercados locais, (ii) reforça os incentivos à entrada de um novo operador nestes mercados e (iii) cria as condições necessárias para que este se estabeleça e consolide como uma alternativa viável e efetiva à Notificante no cenário pós-concentração.
172. Ora, no presente caso e em face dos compromissos acima expostos, entende-se que estas circunstâncias se encontram verificadas.
173. No que respeita aos desinvestimentos oferecidos pela Notificante importa ter em consideração o seguinte:
 - i. Em todos os mercados locais onde a Notificante ofereceu compromissos, o número de operadores independentes a atuar nesses mercados mantém-se;

- ii. Nos mercados locais de Sabugal, Moimenta da Beira e Avelar, em resultado dos compromissos propostos, deixa de se verificar sobreposição horizontal entre as lojas Auchan e as Lojas da Dia;
 - iii. Nos mercados locais de Castelo Branco, em resultado do desinvestimento proposto, em nenhuma situação a quota de mercado da nova entidade será superior a 40%, sendo que os acréscimos de quota não ultrapassam, em qualquer dos casos, os 5 pontos percentuais;
 - iv. Nos mercados locais de Aguiar da Beira (i) caso se verifique o desinvestimento da loja **[CONFIDENCIAL - Identificação de loja]**, deixa de se verificar sobreposição horizontal entre as lojas das Partes e (ii) caso se verifique o desinvestimento da loja **[CONFIDENCIAL - Identificação de loja]** a quota da entidade resultante da concentração é inferior a 25%.
174. Por conseguinte, considera-se que o pacote de compromissos proposto é suscetível de eliminar eventuais preocupações jusconcorrenciais resultantes da operação notificada.

6.4. Teste de Mercado

175. Em 17 de abril, a Autoridade sujeitou o pacote de compromissos a teste de mercado, solicitando a pronúncia de empresas concorrentes das Partes 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.
176. As empresas solicitadas em teste de mercado foram as seguintes: Aldi Supermercados; Lidl Portugal; Leclerc; Spar; Coviran; Intermarché; Jerónimo Martins; Mercadona Portugal; MC Sonae; e El Corte Inglés.
177. O Aldi afirmou não ter observações a apresentar, nem ter interesse nas localizações identificadas no pacote de compromissos.
178. No que diz respeito à MC Sonae e ao El Corte Inglés, em email endereçado à AdC, referem que não vão apresentar pronúncia quanto ao teste de mercado. Já o Mercadona Portugal afirma nada ter a declarar sobre o mesmo.
179. Quanto à Coviran, considera *"como adequado o Compromisso de Desinvestimento proposto e assumido pela Auchan Portugal, S.A."*. Acrescenta ainda que, *"[...] se for esse o entendimento pelas partes envolvidas, a disponibilidade por parte da Coviran em apresentar-se como opção de insígnia a poder ser utilizada pelos Operadores e Lojas nos locais identificados e envolvidos nesta proposta de desinvestimento [...]"*.
180. A Lidl Portugal apresentou reservas ao pacote de compromissos, que seguidamente se expõem e analisam.
181. As restantes entidades consultadas não se pronunciaram.

Análise das observações da Lidl Portugal

182. A Lidl refere que os compromissos propostos pela Notificante “[...] não serão: (i) eficazes, posto que não são suscetíveis de eliminar as preocupações jusconcorrenciais identificadas por essa Autoridade com um grau de certeza suficientemente elevado, assim se garantindo o afastamento das referidas preocupações; (ii) eficientes, na medida em que implicam ou poderão implicar, em particular, custos a suportar por terceiros (Franquiados e concorrentes da Auchan) resultantes de potenciais distorções de concorrência; nem (iii) proporcionais, uma vez que não parecem permitir eliminar as preocupações jusconcorrenciais identificadas num adequada relação de equilíbrio entre aquelas e os meios e fins preconizados.”.
183. Deste modo, a Lidl entende “ que a melhor forma de assegurar a proteção dos interesses jusconcorrenciais nas regiões em apreço passaria por uma solução em que a Auchan resolveria os contratos de franquia relevantes, indemnizando os Franquiados pela cessação antecipada dos mesmos, mas desonerando-os de qualquer limitação relativamente à escolha de futuros parceiros/estratégias para os terrenos/ativos de que são titulares ou sobre os quais terão constituído algum tipo de direito que lhes confere a legitimidade para explorar esses terrenos/ativos.”
184. Na ótica da Lidl, esta solução asseguraria os interesses jusconcorrenciais, “[...] com efeitos muito positivos para a livre concorrência nas regiões em apreço, nomeadamente: redução da quota de mercado da Auchan naquelas regiões; impossibilidade de manipulação/controlo excessivo da Auchan nos processos de mediação na seleção de Franquiador; Alargamento das possibilidades dos Franquiados de selecionar alternativas ao retalho para exploração dos seus ativos (diferentes setores, mercados, etc.); alargamento das possibilidades daquelas regiões poderem beneficiar da entrada de outros players do setor retalho, que não apenas aqueles que explorem o regime de franquia.”.
185. Relativamente às preocupações referidas pela Lidl nas suas observações, a AdC faz notar que, nesta fase do procedimento, e ao contrário do afirmado, não foram identificadas, a título definitivo, preocupações jusconcorrenciais.
186. De facto, atendendo à informação disponível nesta fase do procedimento, nomeadamente, as quotas de mercado das Partes nas regiões identificadas, a AdC não pode afastar a possibilidade da existência de preocupações jusconcorrenciais, razão pela qual a Notificante optou por apresentar compromissos nesta fase do processo.
187. No que se refere às observações quanto ao pacote de compromissos, e ao contrário do afirmada pela Lidl, o mesmo consiste numa obrigação de fins para a Notificante e não de meios. A Notificante, tem de garantir que no final do prazo de desinvestimento, existe uma alternativa às Partes naquelas localizações.
188. A Lidl sugere que essa alternativa deveria poder consistir na possibilidade do franquiado poder explorar outros setores, mercados, que não a distribuição alimentar retalhista.
189. Entende a AdC que, a verificar-se tal situação, isso constituiria uma redução na oferta disponível para os consumidores nas regiões identificadas. No mesmo sentido, iria a proposta por parte da Lidl de resolução dos contratos dos franquiados.
190. Ademais, na sua proposta, a Lidl parte da premissa de que as lojas físicas exploradas pelos Franquiados são detidas por estes e que, nessa medida, deveriam ter liberdade para explorar esses ativos como bem entendessem.

191. Ora, a AdC entende que o pacote de compromissos, para além de ter de atender à preocupação de não se verificar uma redução da oferta nas regiões identificadas, prejudicial aos consumidores, não pode constituir um ónus para terceiros (nomeadamente, para os franquiados).
192. Deste modo, e uma vez que as lojas físicas identificadas não são propriedade do franquiado, o desenho do pacote de compromissos, possibilita, se assim o franquiado entender, a que este continue a explorar, sem custos adicionais, a atividade que desenvolvia até à data (mesmo a loja física não sendo um ativo seu).
193. Por fim, quanto à preocupação manifestada pela Lidl relativamente “[...] a uma manipulação/controlo excessivo da Auchan nos processos de mediação na seleção de Franquiador”, cumpre fazer notar, e como se pode verificar na minuta do pacote de compromissos, que a aprovação final quanto à identidade do(s) adquirente(s) é da responsabilidade da AdC.
194. Assim, na avaliação que será feita do(s) adquirente(s) por parte da Autoridade estará, certamente, a preocupação que a conjugação das lojas identificadas e do(s) adquirente(s) resulta, por um lado, na criação ou reforço de um operador alternativo e efetivo no mercado e, por outro, que afaste a possibilidade da existência de problemas jusconcorrenciais.
195. Face ao exposto, a AdC entende que o pacote de compromissos apresentado 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

196. De acordo com a disposição contida no n.º 5 do artigo 41.º da Lei da Concorrência, a decisão que autoriza uma operação de concentração abrange, igualmente, as restrições diretamente relacionadas com a realização da mesma e a ela necessárias. A qualificação como restrição acessória deve ter em consideração a prática decisória da AdC e da Comissão Europeia, as quais são enquadradas pela Comunicação da Comissão relativa às restrições diretamente relacionadas e necessárias às concentrações.⁷⁰
197. Neste contexto, as Partes acordaram obrigações de não concorrência, de não angariação e de confidencialidade.
198. As Partes consagraram uma cláusula de não concorrência nos termos da qual **[CONFIDENCIAL – segredos de negócio correspondentes ao teor de cláusulas contratuais]**.
199. Mais estabeleceram as Partes obrigações de não angariação, nos termos das quais **[CONFIDENCIAL – segredos de negócio correspondentes ao teor de cláusulas contratuais]**.
200. Foi, ainda, acordada entre as Partes uma cláusula de confidencialidade nos termos das quais **[CONFIDENCIAL – segredos de negócio correspondentes ao teor de cláusulas contratuais]**.

⁷⁰ Cfr. Comunicação da Comissão relativa às restrições diretamente relacionadas e necessárias às concentrações, publicada no JOUE C 56, de 05.03.2005 (“Comunicação”).

201. Tendo esta Autoridade procedido à análise das obrigações *supra* expostas, entende-se que as mesmas devem ser consideradas como restrições diretamente relacionadas, necessárias e proporcionais à realização da operação de concentração, na medida em que denotam ser indispensáveis para garantir a transferência do valor integral do negócio, designadamente o *goodwill* e o saber-fazer. No âmbito da presente decisão, estas obrigações estão circunscritas:
- ao desenvolvimento, pela Parte vendedora, de atividades correspondentes às atividades prosseguidas pela Adquirida à data da celebração do acordo na base desta operação;
 - ao âmbito geográfico delimitado pelas Partes, o qual se integra em território nacional;
 - aos empregados e/ou gestores da Adquirida que, à data da celebração do acordo que está na base da operação notificada, sejam essenciais, nomeadamente pelo seu saber-fazer, para manutenção e transferência do valor integral do negócio adquirido; e
 - pelo período máximo de dois anos previsto no acordo na base da operação de concentração contado a partir do início da implementação da mesma.⁷¹

8. AUDIÊNCIA PRÉVIA

202. Nos termos da al. e) do n.º 1 do artigo 124.º do Código do Procedimento Administrativo (“CPA”), aplicável *ex vi* artigo 42.º da Lei da Concorrência, bem como do princípio da boa administração consagrado no artigo 5.º do CPA, foi dispensada a audiência prévia dos autores da notificação, dada a ausência de terceiros interessados e o facto de a Notificante ter prescindido da mesma.⁷²

9. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

203. Face ao exposto, o Conselho de Administração da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea d) do n.º 1 do artigo 19.º dos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 125/2014, de 18 de agosto, delibera adotar uma decisão de não oposição, 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.

⁷¹ Cfr. §§ 18 e seguintes da Comunicação.

⁷² Nos termos da comunicação da Notificante relativa aos Compromissos apresentantes, sob a referência E-AdC/2024/1884, «(...) a Notificante desde já concorda de forma expressa em que se possa prescindir de quaisquer formalidades não essenciais nesta fase para a adoção pela AdC de uma decisão de não oposição com os compromissos aqui propostos, designadamente a realização de audiência de interessados, e que sendo possível deverá revestir-se de caráter de urgência.»

Lisboa, 24 de abril de 2024

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.	Empresa Adquirente	2
2.2.	Empresa Adquirida	3
3.	NATUREZA DA OPERAÇÃO	4
4.	MERCADOS RELEVANTES e RELACIONADOS	5
4.1.	Mercado do Produto Relevante	5
4.1.1.	Posição da Notificante	5
4.1.2.	Posição da AdC	5
4.2.	Mercados Geográficos Relevantes	6
4.2.1.	Posição da Notificante	6
4.2.2.	Posição da AdC	9
4.3.	Mercado Relacionado	10
5.	AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL	12
5.1.	Introdução	12
5.2.	Mercados locais de Castelo Branco, Sabugal, Aguiar da Beira, Ansião (Avelar) e Moimenta da Beira	20
5.2.1.	Castelo Branco	21
5.2.2.	Aguiar da Beira	22
5.2.3.	Moimenta da Beira	24
5.2.4.	Sabugal	25
5.2.5.	Avelar	26
5.3.	Mercado Relacionado	27
5.3.1.	Estrutura da Oferta dos Mercados de Aprovisionamento de Base Alimentar	27
5.4.	Conclusão	28
6.	DOS COMPROMISSOS APRESENTADOS PELA NOTIFICANTE	28
6.1.	Descrição dos Compromissos	28
6.2.	Fundamentação para os Compromissos	35
6.3.	Análise dos Compromissos	36
6.4.	Teste de Mercado	39

7. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS	41
8. AUDIÊNCIA PRÉVIA.....	42
9. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	42

Índice de tabelas

TABELA 1 – VOLUME DE NEGÓCIOS DO GRUPO ELO NO ANO FISCAL DE 2022.....	3
TABELA 2 – LOJAS DAS INSÍGNIAS AUCHAN E MINIPREÇO EM PORTUGAL	13
TABELA 3 – MERCADOS LOCAIS COM QUOTAS DE MERCADO INFERIORES A 30%	15
TABELA 4 – MERCADOS LOCAIS COM QUOTAS DE MERCADO IGUAIS OU SUPERIORES A 30%	17
TABELA 5 – N.º DE ISÓCRONAS SOBREPOSTAS EM CADA ÁREA DE INFLUÊNCIA CONSIDERADA ...	19
TABELA 6 – MERCADOS LOCAIS DE CASTELO BRANCO, SABUGAL, AGUIAR DA BEIRA, ANSIÃO (AVELAR) E MOIMENTA DA BEIRA.....	20
TABELA 7 – ISÓCRONAS DESENHADAS A PARTIR DAS LOJAS MINIPREÇO	22
TABELA 8 – ISÓCRONAS DESENHADAS A PARTIR DAS LOJAS MINIPREÇO	23
TABELA 9 – ISÓCRONAS DESENHADAS A PARTIR DA LOJA MINIPREÇO DE MOIMENTA DA BEIRA .	25
TABELA 10 – ISÓCRONA DESENHADA A PARTIR DA LOJA MINIPREÇO SABUGAL	26
TABELA 11 – ISÓCRONAS DESENHADAS A PARTIR DAS LOJAS MINIPREÇO.....	27
TABELA 12 – MERCADOS DE APROVISIONAMENTO DE BASE ALIMENTAR - QUOTAS DE MERCADO (%) EM VALOR	27

Índice de Figuras

FIGURA 1 – SOBREPOSIÇÃO CONSIDERANDO ISÓCRONAS DE 20 MINUTOS	8
FIGURA 2 – SOBREPOSIÇÃO DAS ÁREAS DE INFLUÊNCIA NA ZONA NORTE DO RIO TEJO	18
FIGURA 3 – SOBREPOSIÇÃO DAS ÁREAS DE INFLUÊNCIA NA ZONA SUL DO RIO TEJO	19
FIGURA 4 – OPERADORES INDICADOS NA ISÓCRONA APRESENTADA PELA NOTIFICANTE RELATIVAMENTE AO MERCADO LOCAL DETERMINADO A PARTIR DO AUCHAN HIPER DE CASTELO BRANCO	21
FIGURA 5 – OPERADORES INDICADOS NA ISÓCRONA APRESENTADA PELA NOTIFICANTE RELATIVAMENTE AO MERCADO LOCAL DETERMINADO A PARTIR DE 20 MINUTOS DE DISTÂNCIA EM AUTOMÓVEL DO AUCHAN SUPERMERCADO AGUIAR DA BEIRA.....	23
FIGURA 6 – OPERADORES INDICADOS NA ISÓCRONA APRESENTADA PELA NOTIFICANTE RELATIVAMENTE AO MERCADO LOCAL DETERMINADO A PARTIR DE 20 MINUTOS DE DISTÂNCIA AUTOMÓVEL DO AUCHAN MOIMENTA DA BEIRA	24

FIGURA 7 – OPERADORES INDICADOS NA ISÓCRONA APRESENTADA PELA NOTIFICANTE RELATIVAMENTE AO MERCADO LOCAL DETERMINADO A PARTIR DE 20 MINUTOS DE DISTÂNCIA EM AUTOMÓVEL DO AUCHAN SABUGAL.....	25
FIGURA 8 – OPERADORES INDICADOS NA ISÓCRONA APRESENTADA PELA NOTIFICANTE RELATIVAMENTE AO MERCADO LOCAL DETERMINADO A PARTIR DE 20 MINUTOS DE DISTÂNCIA AUTOMÓVEL DO AUCHAN AVELAR	26

ANEXOS

Documento de Compromissos

ANEXO 1- Minuta do Contrato de Fornecimento

ANEXO 2 - Minuta do Contrato de Intermediação

CCENT/2024/3

DOCUMENTO DE COMPROMISSOS ASSUMIDOS PERANTE A AUTORIDADE DA
CONCORRÊNCIA

1. Nos termos do n.º 1 do artigo 51.º, da Lei 19/2012, de 8 de maio (“Lei da Concorrência” ou “LdC”), a Auchan Portugal S.A., pessoa coletiva número 503721492 com domicílio na Estrada de Paço de Arcos, 48ª – 2770-129 Paço de Arcos, Portugal, na qualidade de Notificante, assume perante a Autoridade da Concorrência o cumprimento integral dos Compromissos que se seguem, que têm por objetivo eliminar quaisquer preocupações jusconcorrenciais que pudessem subsistir no âmbito da análise da operação de concentração identificada em epígrafe, assegurando a manutenção da concorrência efetiva existente nos Mercados.
2. Os Compromissos ora assumidos e de seguida descritos permitem que a Autoridade da Concorrência adote uma decisão de não oposição no processo Ccent/2024/3 nos termos da alínea b) do n.º 1 e dos números 2 e 3 do artigo 50.º da Lei da Concorrência, acompanhada da imposição das condições e obrigações (“Decisão”).
3. Considerando o teor do “SPA” junto em anexo ao Formulário de Notificação, os compromissos pretendem também tornar ainda possível a celebração do negócio em tempo, garantindo que inexistirão problemas de concorrência que possam prejudicar uma decisão de não oposição (ainda que sujeita a compromissos). Nessa medida, a Notificante desde já concorda de forma expressa em que se possa prescindir de quaisquer formalidades não essenciais nesta fase para a adoção pela AdC de uma decisão de não oposição com os compromissos aqui propostos, designadamente a realização de audiência de interessados, e que sendo possível deverá revestir-se de caráter de urgência.
4. Os Compromissos constantes do presente Documento entram em vigor na Data da Notificação da Decisão e fazem parte integrante da mesma.
5. O presente Documento de Compromissos deve ser interpretado nos termos da Decisão e da Lei da Concorrência. Quaisquer termos não definidos expressamente no presente Documento deverão ser interpretados à luz das definições adotadas no Formulário de Notificação apresentado no âmbito do Processo em epígrafe.
6. Os Compromissos propostos foram desenhados por forma a responder às dúvidas que poderão subsistir relativamente à inexistência de problemas de concorrência resultantes da operação,

reforçando, em qualquer cenário, as condições de concorrência e competitividade nos mercados em causa.

7. Mais concretamente, os Compromissos têm como objetivo primordial permitir promover a celebração de novos contratos de franquia entre um Franquiado Dia ou Auchan em cada um dos Mercados identificados pela AdC com uma insígnia ou operador concorrente da Auchan.
8. Subsidiariamente, os compromissos permitirão também aos Franquiados poder operar no mesmo mercado, de forma independente face à Auchan, sem integrar a sua rede de franquias.
9. Em qualquer dos cenários, opera-se uma alteração de natureza estrutural no mercado, permitindo replicar ou reforçar a estrutura da oferta atualmente existente.

Da adequação e suficiência dos compromissos

10. Os Compromissos apresentados assumem assim uma natureza eminentemente estrutural e revelam-se eficazes, eficientes e proporcionais (na aceção das Linhas de Orientação da AdC).
 - a) Eficácia: considerando a natureza contratual da relação que existirá entre a Notificante e os Franquiados, considera-se que os Compromissos propostos representam o meio mais exequível de atingir os objetivos pretendidos, de preservar ou fomentar a concorrência efetiva nos mercados em causa, permitindo afastar quaisquer dúvidas quanto à inexistência de poder de mercado da Notificante nos Mercados em causa, mais podendo ser alvo de fácil monitorização.
 - b) Eficiência: a Notificante entende que os Compromissos propostos correspondem à solução com menores custos e menores riscos para a prossecução deste fim, atendendo desde logo aos custos suportados por terceiros, principalmente os Franquiados e pela Autoridade da Concorrência (em termos de custos de acompanhamento e monitorização dos Compromissos propostos).
 - c) Proporcionalidade: os compromissos garantem uma relação de equilíbrio entre as dúvidas suscitadas na análise, o meio empregue e o fim preconizado.
11. Na sequência da análise da Operação de Concentração verificou-se que em determinados mercados locais – a saber [CONFIDENCIAL – Concelhos de Aguiar da Beira, Ansião, Castelo Branco, Moimenta da Beira e Sabugal] - a quota de mercado combinada (dos Franquiados Dia e Auchan, medida em m2 de área de venda) poderia, em determinadas circunstâncias, ser superior a [30-40]%. Por esta razão a AdC entendeu não estarem reunidas todas as condições para excluir totalmente a suscetibilidade da Operação de Concentração gerar entraves significativos para a concorrência efetiva nessas localidades.

12. Mais se verificou que no formulário de notificação e posteriormente, em sede de instrução, a Notificante apresentou um conjunto de fatores e características do mercado que permitiriam afastar quaisquer preocupações de concorrência nos mercados identificados, desde logo:
- a) Estar em causa um mercado contestável ao nível nacional e local, com total ausência de barreiras à entrada por parte de concorrentes quer através de lojas próprias, quer para a celebração de contratos de franquia.
 - b) Os estudos da NIQ (A.C. Nielsen Portugal - Estudos de Mercado, Unipessoal Lda.) juntos à notificação demonstrarem que o consumidor é altamente sensível ao preço e informado, uma vez que existe uma grande transparência no mercado (estando a maioria dos preços disponível online para os consumidores, ou através de folhetos e campanhas publicitárias nacionais)
 - c) Estarem em causa nos mercados locais identificados franquias, sobre as quais a Auchan não terá controlo, existindo em cada uma destas localidades concorrência efetiva entre as franquias da mesma insígnia.
 - d) Estar previsto nos contratos de franquia que o franquizador poderá apenas impor preços máximos (tal como imposto pela AdC em Processos anteriores) para evitar qualquer aumento de preço que prejudique o consumidor.
 - e) Mesmo que hipoteticamente se tratasse de lojas próprias, [CONFIDENCIAL – [...]] as lojas em causa não motivariam uma alteração de estratégia da Auchan quanto a preço, qualidade dos produtos ou quantidades vendidas].
 - f) Os contratos de franquia terem uma duração, em geral, não superior a um ano, verificando-se no mercado uma rotação significativa insígnia por parte de franquizados.
13. Não obstante, e independentemente da conclusão quanto aos vários temas em análise, os Compromissos ora assumidos garantem a manutenção das condições de concorrência efetiva existentes no mercado, em qualquer caso, sendo suficientes e adequados ao afastamento de quaisquer dúvidas quanto à criação de entraves para a concorrência nesses Mercados locais.

SEÇÃO A: DEFINIÇÕES

AdC	Autoridade da Concorrência.
Auchan	Auchan Portugal S.A.
Decisão	Decisão de não oposição sujeita a compromissos a adotar pela AdC.

Dia	Dia Portugal Supermercados S.A.
Franquiados	Pessoas singulares ou coletivas a operar lojas de retalho de base alimentar e bens de consumo diário, ao abrigo de um contrato de Franquia celebrado com a Dia ou Auchan.
Intermediário Independente (ou “Mandatário de Alienação”)	Consultora Independente nomeada nos termos e para efeitos do ponto 32 e seguintes do Presente Documento de Compromissos.
Linhas de Orientação da AdC	Linhas de Orientação sobre adoção de compromissos em controlo de
	concentrações, emitidas pela Autoridade da Concorrência a 28.07.2011.

<p>Mercados</p>	<p>Mercados locais de retalho de base alimentar e bens de consumo diário, através da distribuição moderna, nos quais existe uma sobreposição horizontal da atividade das Partes, e relativamente aos quais a AdC identificou dúvidas quanto à potencial existência de preocupações jusconcorrenciais decorrentes da Operação de Concentração.</p> <p>Mais concretamente estão em causa os mercados locais, tal como definidos na Decisão referentes às lojas franquizadas indicadas no ponto 18 do presente Documento.</p>
<p>Operação de Concentração</p>	<p>Transação notificada à AdC a 17 de janeiro de 2024, objeto do processo n.º Ccent/2024/3, que visa a aquisição do controlo exclusivo sobre a DIA Portugal Supermercados S.A. pela Notificante.</p>

SEÇÃO B: COMPROMISSOS

14. De modo a assegurar a manutenção de uma concorrência efetiva no mercado na sequência da Operação de Concentração, a Auchan propõe assumir, perante a Autoridade da Concorrência, os seguintes Compromissos:

1. Compromisso de desinvestimento

Objeto do Compromisso

15. Diligenciar a celebração de contratos de franquia: (i) entre os Franquiados atualmente a operar nas regiões melhor identificados infra, e uma insígnia ou operador concorrente da Auchan, a aprovar pela AdC e, se aplicável, relativamente [CONFIDENCIAL – Lojas com uma área de venda < 2500m2 no Concelho de Castelo Branco] melhor identificada infra (ii) entre um novo Franquiado, a designar (com a aprovação da AdC) e uma insígnia ou operador concorrente da Auchan, a aprovar pela AdC – “Compromisso de Desinvestimento”.
16. Considerando a natureza do contrato de franquia, e de forma a maximizar a eficiência e eficácia do compromisso de desinvestimento, serão também potencialmente abrangidas pelo âmbito do Compromisso de Desinvestimento lojas a operar atualmente sob a insígnia Auchan (franquias próprias), que poderão ser consideradas em alternativa às atuais franquias DIA.
17. Para tal, a Auchan compromete-se a intermediar a celebração de um contrato de franquia entre o atual Franquiado Dia ou Auchan e uma insígnia concorrente, no limite, sem exigência de qualquer contrapartida financeira e, em qualquer circunstância, sem ter acesso a informação sensível relativamente aos detalhes das negociações ou dos contratos.
18. Se aplicável, relativamente [CONFIDENCIAL – Lojas com uma área de venda < 2500m2 no Concelho de Castelo Branco] e melhor identificada infra, a Auchan compromete-se ainda a selecionar e apresentar para aprovação da AdC no prazo de 3 meses contados da Decisão, um novo operador interessado em explorar a loja sob um contrato de Franquia com uma insígnia concorrente.
19. Tendo em conta os Mercados identificados pela AdC, o compromisso de desinvestimento abrangerá as seguintes lojas com a Insígnia Dia ou Auchan:
- A. Concelho de Castelo Branco [CONFIDENCIAL – Lojas com uma área de venda <2500m2];
 - B. Concelho de Aguiar da Beira: [CONFIDENCIAL – Lojas com uma área de venda entre 400m2 e 2500m2]
 - C. Concelho de Ansião: [CONFIDENCIAL – Lojas com uma área de venda entre 400m2 e 2500m2];
 - D. Concelho do Sabugal: [CONFIDENCIAL – Lojas com uma área de venda entre 400m2 e 2500m2]

- E. Concelho de Moimenta da Beira: [CONFIDENCIAL – Lojas com uma área de venda entre 400m2 e 2500m2]

Prazos de execução do Compromisso

20. O Compromisso de Desinvestimento deverá ocorrer durante um prazo de 6 meses contados da Decisão.
21. Este prazo poderá ser prorrogado:
- a) mediante acordo da AdC, pelo período adicional necessário, não excedendo 3 meses, mediante pedido fundamentado da Auchan; ou
 - b) caso não se tenha logrado a celebração de um contrato de franquia com uma insígnia concorrente, nem estando em curso uma negociação relativamente à loja em causa, o prazo inicial de 6 meses será prorrogado por um período adicional de 6 meses, para o desinvestimento ser efetuado por um Intermediário Independente (ou “Mandatário de Alienação”) nomeado para o efeito pela Auchan (e aprovado pela AdC), nos termos infra descritos.
22. Caso seja necessário, nos termos do presente Documento de Compromissos, o acordo da AdC relativamente a qualquer ponto da execução dos compromissos, os prazos referidos acima suspendem-se durante o período de apreciação e até à pronúncia da Autoridade.

1.1. Obrigações da Auchan relativas ao Compromisso de desinvestimento

Manutenção da atividade das lojas

23. Por forma a preservar a viabilidade económica, a competitividade e a autonomia de gestão das lojas em questão, até ao final do período de 6+6 meses indicado supra, e independentemente do termo do contrato de franquia antes de decorrido aquele prazo, a Auchan obriga-se a manter com a loja um Regime de Partenariado, caso o Franquiado assim o pretenda, por forma a garantir a operação da loja, mantendo-se inalterado o compromisso de promover o negócio com outra potencial franquia nos moldes referidos.
24. Para este efeito, o Regime de Partenariado inclui um contrato de fornecimento, segundo o qual a Auchan abastece as lojas com produto de marca própria e/ou produtos de marcas de fornecedores, com total liberdade e sem compromissos relativamente a quantidades.
25. De acordo com este regime, as lojas podem adquirir livremente produtos de marcas de fornecedores à Auchan ou a terceiros, comprometendo-se apenas a não comercializar produtos de

outras marcas da distribuição concorrentes da Auchan e apenas adquirir produtos de marca da distribuição Auchan à Auchan.

26. Para além de obrigações gerais de manter o estabelecimento em boas condições de limpeza, higiene e apresentação, o retalhista em regime de parceria compromete-se a comercializar os Produtos nas respetivas embalagens de acondicionamento de origem, e com qualidade satisfatória, cumprindo com todos os preceitos legais e boas práticas que garantam o bom estado do produto e a sua não adulteração, tais como os requisitos relativos à cadeia de frio, datas limites de validade, normas de higiene e frescura, boas práticas de armazenagem, manipulação e exposição
27. Por fim, os retalhistas em regime de Partenariado deverão manter um sistema de gestão de rastreabilidade dos produtos que permita identificar prontamente os artigos alvo de eventual reclamação de consumidor final, atuação de Autoridade ou ação de retirada ou recolha de mercado.
28. Os termos e condições do regime de Partenariado a adotar constam da minuta de Contrato de Fornecimento, que segue o modelo standard para a rede de Partenariado, e que ora se junta como Anexo 1 [CONFIDENCIAL – Condições contratuais a acordar entre as Partes - Documento Totalmente Confidencial], fazendo parte integrante dos presentes Compromissos.

Obrigação de Reporte da Auchan

29. A Auchan enviará diretamente à AdC, com uma periodicidade de mensal, um relatório escrito contendo informação de todos os contactos e diligências realizadas, correspondência trocada com o Franquiado, potencial insígnia concorrente, consultoras ou entidades financeiras e demais informações consideradas relevantes no contexto da prossecução dos Compromissos assumidos.
30. A AdC poderá solicitar aos Franquiados em questão quaisquer informações relativamente a vendas e atividade exercida ao abrigo do contrato de franquia ou parceria, bem como sobre evolução e estado das negociações com um eventual franquiador concorrente da Auchan.
31. Em todo o caso, a Auchan não poderá ter acesso e não reportará qualquer informação sensível ou confidencial referente ao contrato a celebrar entre o Franquiado e a nova insígnia.

Nomeação de Intermediário Independente e reporte à AdC

32. Decorrido o prazo de 6 meses indicado no ponto 20, supra, a Auchan obriga-se a contratar uma consultora totalmente independente das Partes, com as necessárias qualificações e experiência (nomeadamente, uma das “big 4”) e sem qualquer conflito de interesses para execução do compromisso de desinvestimento (“Intermediário Independente” ou “Mandatário de Alienação”), pelo período adicional indicado na alínea b) do ponto 21 supra.
33. Durante o período considerado, o Intermediário Independente irá executar o Compromisso de Desinvestimento, designadamente através da procura, seleção e contacto de potenciais

franquiadores interessados, bem como a intermediação da negociação de um contrato de franquia entre os Franquiados e franquiadores, nos termos e condições definidos na Minuta de Mandato de Intermediação, junta ao presente Documento de Compromissos como Anexo 2 [CONFIDENCIAL – Condições contratuais a acordar entre as Partes - Documento Totalmente Confidencial].

34. Para efeitos dos pontos anteriores, a Auchan apresentará no prazo de 3 meses a contar da data de Decisão para aprovação pela AdC, a indicação e identificação do Intermediário Independente a nomear no prazo definido nos termos da alínea b) do ponto 21 supra, para cumprimento do disposto no presente Documento de Compromissos.
35. O Intermediário Independente a propor à AdC será selecionado através de concurso, baseado num processo de consulta a pelo menos 3 potenciais prestadores de serviços independentes, com qualificações e experiência equiparáveis e suficientes para execução dos Compromissos e após verificada a ausência de conflito de interesses. As propostas serão sujeitas a uma análise qualitativa e quantitativa, privilegiando o critério da proposta financeiramente mais vantajosa.
36. Atendendo à natureza da relação da Notificante com os Franquiados e dos Compromissos assumidos - que não compreendem uma típica alienação de ativos – o Intermediário Independente assumirá simultaneamente uma função equiparável a um mandatário de desinvestimento e uma função de reporte, para que a AdC possa facilmente e sem qualquer encargo monitorizar a execução dos Compromissos.
37. Neste âmbito, o Intermediário Independente enviará diretamente à AdC, com uma periodicidade mensal, um relatório escrito contendo informação de todos os contactos e diligências realizadas, correspondência trocada com o Franquiado, potencial insígnia concorrente ou entidades financeiras e demais informações consideradas relevantes no contexto da prossecução dos Compromissos assumidos.
38. A Auchan obriga-se a colaborar com o Intermediário Independente, nomeadamente, prestando toda a informação necessária e útil para a prossecução dos Compromissos ora assumidos.

Custos

39. A Auchan assumirá os custos com a remuneração do Intermediário Independente, abstendo-se de adotar um esquema de remuneração capaz de inibir, desincentivar ou protelar a prossecução dos objetivos em causa.
40. A Auchan compromete-se ainda a suportar os custos de remoção de sinalética Minipreço ou Auchan em que o Franquiado possa incorrer para alterar a sua insígnia.

2. Compromissos subsequentes ao Compromisso de desinvestimento

41. Terminado o período de 6+6 meses indicado sem que o Franquiado tenha decidido ou logrado celebrar contrato de franquia com uma insígnia concorrente, a Notificante obriga-se a disponibilizar supra, a possibilidade de um Franquiado em cada um dos Mercados indicados no ponto 18, operar autonomamente a loja em Regime de Parceria pelo período adicional de dois anos (sem prejuízo do disposto na cláusula 12 do Anexo 1) ou até à celebração de um contrato de franquia com um concorrente da Auchan, o que acontecer primeiro.
 42. A Auchan obriga-se também a aceitar uma obrigação de não concorrência a favor do Franquiado, materializada através da não celebração de novos contratos de franquia, por um período não superior a 2 anos contados do termo do Prazo de Execução do Compromisso de desinvestimento, tendo por objeto as atividades atualmente desenvolvidas pelo Franquiado e limitada ao Mercado em causa.
3. Compromissos de não expansão de rede própria e não reacquirição
43. Durante o prazo de execução do Compromisso de desinvestimento e no período de 2 anos após o seu termo, a Auchan obriga-se a não abrir lojas próprias novas nos Mercados identificados.
 44. No período de 5 anos contado desde o termo do prazo de execução a Auchan obriga-se a não celebrar contratos de Franquia sob a insígnia Auchan ou Dia com as lojas alvo de desinvestimento nos termos do presente Documento de Compromissos.

Anexo I

[Confidencial]

Anexo II

[Confidencial]