

**Ccent. 01/2025**  
**Andros / Delafruit**

**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]

24/02/2025

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

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

**Processo Ccent. 01/2025 – Andros / Delafruit**

**1. OPERAÇÃO NOTIFICADA**

1. Em 8 de janeiro de 2025, com produção de efeitos a 29 de janeiro de 2025, foi notificada à Autoridade da Concorrência (“AdC” ou “Autoridade”), 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 Andros et Cie SAS (“Andros” ou “Notificante”), do controlo exclusivo sobre a Delafruit, S.L.U. (“Delafruit” ou “Adquirida”) (em conjunto, as “Partes”).
2. A operação notificada configura uma concentração de empresas na aceção da alínea b) do n.º 1 do artigo 36.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo, estando sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia por preencher, pelo menos, a condição enunciada na alínea b) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.

**2. AS PARTES**

**2.1. Notificante**

3. A Andros é a empresa-mãe do grupo Andros, um grupo empresarial dedicado ao fabrico de produtos frutícolas, e de produtos lácteos e não lácteos, incluindo puré de maçã, iogurtes, sobremesas de fruta, sumos, produtos de primeira transformação de frutas e sobremesas derivadas do leite.
4. Em Portugal, a Andros, através da sua filial Andros e Cia. Portugal – Produtos Alimentares, Lda., comercializa bebidas de fruta, purés de fruta (nos formatos de saquetas e boiões de plástico) e sobremesas de fruta, como compotas de fruta fresca ou conservas. Adicionalmente, vende determinados tipos de sobremesas não frutadas, incluindo mousse de chocolate láctea e não láctea, bem como iogurtes aromatizados.
5. Os volumes de negócios realizados pela Notificante, em Portugal, no Espaço Económico Europeu (“EEE”) e a nível mundial, no ano de 2023, são os seguintes:

**Tabela 1 – Volume de Negócios (Milhões de Euros) da Notificante, em 2023**

	Portugal	EEE	Mundial
<b>Andros</b>	[>5]	[>100]	[>100]

Fonte: Notificante.

## 2.2. Adquirida

- De acordo com a Notificante, a Delafruit é uma empresa especializada no desenvolvimento e fabrico de purés, bebidas de fruta e sumos, para bebés e crianças pequenas, para diferentes marcas de terceiros e para marca de distribuidor.
- Os volumes de negócios realizados pela Adquirida, em Portugal, no EEE e a nível mundial, no ano de 2023, são os seguintes:

**Tabela 2 – Volume de Negócios (Milhões de Euros) da Adquirida, em 2023**

	Portugal	EEE	Mundial
<b>Delafruit</b>	[>5]	[<100]	[>100]

Fonte: Notificante.

## 3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

- A operação notificada consiste na aquisição, pela Notificante, do controlo exclusivo da Delafruit. Atendendo às atividades desenvolvidas pela Notificante e pela Adquirida, a operação poderá assumir uma natureza horizontal e/ou conglomeral, dependendo da exata delimitação do mercado relevante, conforme melhor detalhado adiante.

## 4. MERCADOS RELEVANTES

### 4.1. Posição da Notificante

- De acordo com a Notificante, a operação notificada diz respeito ao fabrico de produtos alimentares, em particular de alimentos para bebés, uma vez que, segundo a mesma, a Delafruit dedica-se ao desenvolvimento e fabrico de purés, bebidas de fruta e sumos para bebés e crianças, tanto para diferentes marcas de terceiros como para marcas de distribuidor.
- Neste contexto, embora considere que a exata delimitação do mercado relevante pode ser deixada em aberto, a Notificante entende que os mercados do produto relevantes para efeitos da operação notificada correspondem às atividades de (i) fabrico e distribuição de alimentos para bebés e (ii) fabrico e distribuição de bebidas e sumos de fruta.

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

11. A Notificante menciona ainda que, de acordo com a prática decisória da AdC,<sup>1</sup> bem como com precedentes da Comissão Europeia ("Comissão")<sup>2</sup> e da CNMC,<sup>3</sup> a distribuição alimentar pode ser adicionalmente subsegmentada com base nos diferentes canais de distribuição, nomeadamente o canal de retalho alimentar (i.e., vendas a retalhistas alimentares, como hipermercados, supermercados e lojas) e o canal Horeca (que inclui hotelaria, restauração, cafetarias e o setor de *catering*).
12. A Notificante acrescenta que, no canal retalhista, a referida prática decisória<sup>4</sup> admite "(...) *segmentar ainda mais os mercados com base na utilização final dos produtos. No âmbito desta distinção, as autoridades mencionadas reconheceram a existência de segmentos de mercado mais estreitos para o mercado grossista, que se subdividiria em segmentos diferentes para as marcas de fabricante ('MDF') e as marcas de distribuidor ('MDD')*".

### **Fabrico e distribuição de alimentos para bebés**

13. A Notificante considera que os alimentos para bebés, incluindo purés de fruta, carne e/ou vegetais, refeições preparadas e produtos lácteos específicos para consumo infantil, constituem um mercado distinto de outros produtos alimentares, atendendo às exigências regulatórias específicas quanto à sua composição e rotulagem, bem como ao facto de que "(...) *independentemente dos ingredientes, as refeições para bebés são compradas com o mesmo objetivo e destinam-se a ser consumidas nos mesmos momentos*".
14. Assim, na ótica da Notificante, para além de considerar que "[t]odos os alimentos para bebés *fazem parte do mesmo mercado relevante*", a mesma entende que estes produtos não "*devem ser confundidos com sobremesas de fruta ou purés de fruta destinados a um público alargado*".
15. Por fim, com base na referida prática decisória, a Notificante considera que este mercado pode ser subsegmentado em função dos canais de distribuição e do tipo de marca, identificando, assim, os seguintes submercados:
  - i. Fabrico e distribuição por grosso de alimentos para bebés sob marca de distribuidor (MDD) para o canal de retalho alimentar;
  - ii. Fabrico e distribuição por grosso de alimentos para bebés sob marca de fabricante (MDF) para o canal de retalho alimentar;
  - iii. Fabrico e distribuição por grosso de alimentos para bebés para o canal Horeca.
16. Tendo em conta o *core business* da Adquirida, a Notificante reconhece ainda a possibilidade de uma segmentação mais restrita consoante o formato do produto, nomeadamente entre saquetas (*pouches*) e boiões (*cups*) de fruta.

---

<sup>1</sup> Cfr., por exemplo, a decisão da AdC no processo Ccent. 14/2015 – Cobega / Ccip.

<sup>2</sup> Cfr., por exemplo, a decisão da Comissão no processo M.5975 – Lion Capital / Picard Groupe.

<sup>3</sup> Cfr., por exemplo, a decisão da CNMC no processo C/0667/15 – BOLTON / GARAVILLA.

<sup>4</sup> Cfr., por exemplo, a decisão da AdC no processo Ccent. 25/2019 – Ferrero / Highestimate e a decisão da CNMC no processo C/0667/15 – BOLTON / GARAVILLA.

**Fabrico e distribuição por grosso de bebidas (*smoothies*) e sumos de fruta**

17. A Notificante considera que o fabrico e distribuição de bebidas (*smoothies*) e sumos de fruta prontos a consumir constitui um mercado relevante distinto, que pode igualmente ser segmentado em função dos canais de distribuição e da tipologia de marca, nomeadamente:
- Fabrico e distribuição por grosso de bebidas e sumos de fruta sob marca de distribuidor (MDD) para o canal de retalho alimentar;
  - Fabrico e distribuição por grosso de bebidas e sumos de fruta sob marca de fabricante (MDF) para o canal de retalho alimentar;
  - Fabrico e distribuição por grosso de bebidas e sumos de fruta para o canal Horeca.
18. Quanto ao âmbito geográfico dos mercados relevantes identificados nos pontos 15 e 17, a Notificante refere que a AdC, em conformidade com a prática decisória da Comissão, tem vindo a considerar que estes mercados têm um âmbito nacional, tendo em conta, nomeadamente, as diferenças legislativas, as tendências nacionais em termos de vendas e distribuição, receitas, embalagens e as diferenças nos hábitos/preferências dos consumidores.

**4.2. Posição da AdC**

**Ponto prévio**

19. No que respeita ao suprarreferido mercado do fabrico e distribuição por grosso de bebidas (*smoothies*) e sumos de fruta, uma vez que, de acordo com a Notificante, "(...) *em 2024, a Delafruit não teve quaisquer vendas de bebidas (smoothies) e sumos de fruta em Portugal*", a AdC considera dispensável qualquer análise desta atividade.
20. Relativamente à produção e distribuição de purés de fruta em formato de saquetas — a principal atividade da Delafruit —, a Notificante entende que a mesma se insere no mercado do "fabrico e distribuição de alimentos para bebés".
21. A exata delimitação do mercado relevante poderá, no caso concreto, determinar a existência, ou não, de sobreposição horizontal das atividades das Partes, constituindo um aspeto fundamental na avaliação jusconcorrencial da operação notificada.
22. Assim, uma vez que não foi identificada prática decisória que verse especificamente sobre a produção e fornecimento de saquetas de fruta, esta Autoridade promoveu uma investigação de mercado com o objetivo de melhor compreender (i) a delimitação do mercado relevante e (ii) as dinâmicas de mercado.
23. Para o efeito, a AdC recolheu informação adicional junto da Notificante e dirigiu pedidos de elementos aos principais operadores retalhistas que comercializam saquetas de frutas, a

saber: Modelo Continente Hipermercados,<sup>5</sup> Jerónimo Martins,<sup>6</sup> Lidl & Companhia,<sup>7</sup> Irmãdona Supermercados,<sup>8</sup> Auchan Retail Portugal<sup>9</sup> e Grupo Mosqueteiros<sup>10</sup>.

24. Conforme anteriormente referido, de acordo com a Notificante, os purés de fruta para bebés e crianças *“não devem ser confundidos com sobremesas de fruta ou purés de fruta destinados a um público alargado”*.
25. No entanto, a análise do catálogo de produtos facultado pela Adquirida aos seus clientes permitiu constatar que, para além das saquetas de fruta destinadas a bebés e crianças, a Delafruit comercializa igualmente saquetas de fruta com composições mais complexas, que apresentam uma imagem de marca direcionada predominantemente ao público em geral – em especial, **[CONFIDENCIAL – Detalhes sobre os produtos da Adquirida]**, constantes das figuras exemplificativas *infra*, facultadas pela Notificante.

**Tabela 3 – Exemplo de produtos comercializados pela Adquirida**  
**[CONFIDENCIAL – Detalhes sobre os produtos da Adquirida]**

**Fonte:** Notificante.

**Tabela 4 – Exemplo de produtos comercializados pela Adquirida**  
**[CONFIDENCIAL – Detalhes sobre os produtos da Adquirida]**

**Fonte:** Notificante.

26. Ainda neste sentido, e de acordo com a informação recolhida junto dos clientes da Adquirida,<sup>11</sup> a Delafruit também produz saquetas de fruta que se direcionam ao público geral – a título de exemplo, a Irmãdona Supermercados<sup>12</sup> promove as saquetas fornecidas pela Delafruit no seu *website* como podendo ser “consumidas por pessoas de todas as idades”.
27. Atendendo ao que precede, a AdC rejeita a tese de que a Delafruit se encontra *exclusivamente* presente no potencial mercado de “fabrico e distribuição de alimentos para

---

<sup>5</sup> Cfr. S-AdC/2025/423 de 31 de janeiro de 2025.

<sup>6</sup> Cfr. S-AdC/2025/417 de 31 de janeiro de 2025.

<sup>7</sup> Cfr. S-AdC/2025/425 de 31 de janeiro de 2025.

<sup>8</sup> Cfr. S-AdC/2025/422 de 31 de janeiro de 2025.

<sup>9</sup> Cfr. S-AdC/2025/424 de 31 de janeiro de 2025.

<sup>10</sup> Cfr. S-AdC/2025/421 de 31 de janeiro de 2025.

<sup>11</sup> Apenas um dos clientes da Adquirida se manifestou em sentido diverso, indicando que a Delafruit comercializa apenas saquetas de fruta para um público mais infantil.

<sup>12</sup> Cfr. <https://www.mercadona.pt/pt/conselhos/alimentacao/bolsas-de-fruta-100-fruta-para-todas-as-idades-0/tip>.

bebés”, procedendo-se, de seguida, à análise das possíveis segmentações da atividade de produção e distribuição de saquetas de fruta.

**Fabrico e distribuição de saquetas de fruta**

28. No que respeita à produção e distribuição de saquetas de fruta, a Notificante defende, conforme *supra*, que o mercado deve ser segmentado em função do público-alvo a que se destinam – i.e., **bebé vs. público geral**.
29. Da investigação de mercado realizada junto dos principais retalhistas em Portugal, resultaram conclusões díspares: alguns operadores defendem a existência de substituíbilidade do lado da procura (ainda que assimétrica) entre saquetas de fruta para bebés e para o público geral, ao passo que outros operadores são perentórios ao afirmar que as saquetas de fruta para bebés e as saquetas destinadas ao público geral não integram o mesmo mercado relevante.
30. Por exemplo, o Lidl refere que “[a]s saquetas de fruta para bebés e para o público geral não pertencem ao mesmo mercado relevante” ainda que “(...) quando o preço das saquetas de fruta para o público geral aumenta, os consumidores tendem a comprar mais saquetas destinadas para bebés, e não o contrário”, ao passo que, para a Irmãdona Supermercados e para a Jerónimo Martins, ambas as tipologias de saquetas de fruta pertencem ao mesmo mercado relevante.
31. Do lado da oferta, a Notificante defende a segmentação do mercado, com base no argumento de que a produção de alimentos para bebés obedece a condições de preparação reguladas e muito rigorosas em termos de composição e requisitos de informação, os quais não se aplicam às saquetas de fruta destinadas ao público em geral.
32. Ou seja, a Notificante parece sustentar que as saquetas direcionadas para bebés e crianças pequenas constituem um produto mais complexo do que as saquetas destinadas ao público geral.
33. De facto, em resposta a um pedido de elementos veiculado por esta Autoridade, a Notificante refere que “[a] transição da produção de saquetas de alimentos de fruta destinados a bebés para produtos destinados ao público em geral poderá ser menos complexa”, admitindo, assim, a possibilidade de alguma substituíbilidade do lado da oferta, ainda que assimétrica.
34. Em contrapartida, da informação prestada pela Notificante resulta que os restantes produtores de saquetas de fruta tendem a especializar-se num público-alvo específico – como sucede, desde logo, com a própria Notificante – não se verificando, deste modo, um cenário de universalidade da oferta em que os operadores disponibilizam simultaneamente ambas as tipologias de saquetas de fruta, conforme demonstra a tabela *infra*.

**Tabela 5 – Produtores de saquetas de fruta**

**[CONFIDENCIAL – Detalhes sobre a oferta dos vários produtores de saquetas de fruta]**

**Fonte:** Notificante.

35. Deste modo, considerando, por um lado, que a investigação de mercado realizada pela AdC não produziu resultados conclusivos e, por outro, que o sentido da decisão desta Autoridade não depende da exata delimitação do referido mercado, a AdC avaliará tanto o mercado global das saquetas de fruta quanto as possíveis segmentações em função do público-alvo (bebés vs. público geral).
36. A Notificante defende igualmente que o mercado se subdivide em segmentos distintos consoante se trate de **marcas de fabricante (“MDF”) ou marcas de distribuidor (“MDD”)**.
37. Com efeito, a Comissão já veio entender que, embora produtos de MDF e produtos de MDD concorram ao nível retalhista (ou seja, nas prateleiras dos supermercados), tal não sucede, necessariamente, ao nível grossista.<sup>13</sup>
38. De facto, ao nível grossista, os produtores MDD não concorrem, necessariamente, com os produtores MDF, uma vez que estes últimos não disputam a produção de saquetas de fruta para marca de distribuidor, sendo que a aquisição de produtos alimentares MDF envolve tipicamente negociações bilaterais, enquanto a aquisição de produtos MDD envolve normalmente procedimentos de licitação.<sup>14</sup>
39. Não obstante, no plano retalhista, conforme sustenta a Comissão na prática decisória em apreço, estas duas categorias de produtos surgem frequentemente como concorrentes, de modo que a pressão concorrencial exercida por um sobre o outro deve ser adequadamente considerada na avaliação jusconcorrencial.<sup>15</sup>
40. No mesmo sentido, na investigação de mercado realizada junto dos operadores retalhistas, todos os inquiridos que comercializam saquetas MDD e MDF se manifestaram no sentido de as saquetas de fruta MDD e MDF serem substituíveis do ponto de vista do consumidor final.
41. Assim, atendendo à referida prática decisória e ao facto de a posição da maioria dos retalhistas inquiridos divergir do entendimento defendido pela Notificante, a AdC, considerando que o sentido da decisão não depende da exata delimitação do mercado do

---

<sup>13</sup> Cfr., por exemplo, a decisão da Comissão no processo M. 4842 – Danone / Numico. Em sentido semelhante, mas quanto a produtos lacticínios, veja-se COMP/M.5046 – Friesland Foods / Campina, §§177 e ss. Ainda sobre a concorrência exercida entre produtos “*private label*” e “*branded label*” vide, por exemplo, decisões da Comissão M.11419 – Pavao Vujnovac Fornenova Group, M.9369 – PAI Partners / Wessanen, M.8150 – Danone / The Whitewave Foods Company.

<sup>14</sup> Cfr., por exemplo, M.9369 – PAI Partners / Wessanen, §19.

<sup>15</sup> Vide, igualmente, a decisão da CNMC, C/1290/22 – ANICURA / VESTSUN, onde, a respeito do produto de comida para animais de estimação, a CNMC entendeu não proceder a uma segmentação entre produtos MDD e MDF.



## Versão Pública

- produto, analisará ambas as perspetivas – i.e., o mercado global do fabrico e distribuição de saquetas de fruta (MDD e MDF) e as respetivas segmentações em MDD e MDF.
42. Por fim, no que respeita à delimitação do mercado do produto relevante, a Notificante assinala ainda que a distribuição alimentar pode ser subdividida de acordo com os diferentes canais de distribuição – **canal retalhista vs. canal Horeca**.
43. Considerando, porém, que, segundo a informação disponibilizada, a Adquirida não se encontra ativa no canal Horeca e que a Notificante apresentou dados quantitativos relativos à delimitação mais restrita do mercado do produto relevante, a AdC aceita, para efeitos específicos da presente operação de concentração, que o mercado da produção e distribuição de saquetas de fruta seja segmentado com base nos diferentes canais de distribuição, analisando-se exclusivamente o canal retalhista.
44. Relativamente ao âmbito geográfico, a AdC subscreve o entendimento da Notificante, considerando que o mercado em análise, bem como as respetivas possíveis segmentações, dispõem de uma dimensão nacional.

### Conclusão

45. Tendo em conta o exposto e para efeitos da avaliação jusconcorrencial, a AdC considerará, a nível nacional, os seguintes segmentos da produção e distribuição de saquetas de fruta:
- i. para o canal de retalho alimentar;
  - ii. direcionadas para bebés e crianças pequenas para o canal de retalho alimentar;
  - iii. direcionadas para o público geral para o canal de retalho alimentar;
  - iv. de MDD para o canal de retalho alimentar;
  - v. de MDD direcionadas para bebés e crianças pequenas para o canal de retalho alimentar;
  - vi. de MDD direcionadas para o público geral para o canal de retalho alimentar.

## 5. AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

46. De acordo com a investigação de mercado realizada pela AdC, para o ano de 2023 apuraram-se as seguintes quotas de mercado (em valor) das Partes, nos segmentos acima indicados.

**Tabela 6 – Quota de mercado das Partes e o *Delta*<sup>16</sup> resultante da Operação**

Segmento	Andros	Delafruit	Delta
Total	[0-5]%	[30-40]%	[0-5]
Público Geral	[0-5]%	[20-30]%	[10-20]
Bebés	[0-5]%	[30-40]%	[0-5]
MDD	[0-5]%	[50-60]%	[0-5]
MDD & Público	[0-5]%	[40-50]%	[0-5]
MDD & Bebés	[0-5]%	[50-60]%	[0-5]

**Fonte:** Operadores de mercado. Cálculos AdC.

47. Conforme se depreende da tabela *supra*, o acréscimo de quota de mercado decorrente da operação de concentração é bastante residual em todos os segmentos de mercado analisados.
48. Acresce que, em qualquer um destes segmentos, o *delta* resultante da operação notificada é manifestamente inferior ao limiar de 150 pontos estabelecido nas Linhas de Orientação da Comissão Europeia.<sup>17</sup>
49. Ademais, segundo os retalhistas contactados, existem diversas alternativas credíveis — i.e., fornecedores dotados de capacidade de produção e padrões de qualidade comparáveis — à Delafruit, como, por exemplo, a **[CONFIDENCIAL – Detalhes sobre os fornecedores alternativos]**, não se antevendo, por conseguinte, efeitos horizontais ou não horizontais significativos decorrentes da operação.
50. Face a todo o exposto, conclui-se que a presente operação de concentração não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado nacional ou numa parte substancial deste.

## 6. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS

51. Nos termos do n.º 5 do artigo 41.º da Lei da Concorrência, a decisão que autoriza uma operação de concentração abrange igualmente as restrições diretamente relacionadas com a sua realização e à mesma necessárias.

<sup>16</sup> Por *delta* entende-se a diferença entre o valor do Índice de Herfindahl-Hirschman (“IHH”) pós-concentração e o valor do IHH pré-concentração.

<sup>17</sup> Orientações para a apreciação das concentrações horizontais nos termos do Regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas, § 20.

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

52. As referidas cláusulas devem ser analisadas à luz da prática decisória da AdC e da Comunicação da Comissão relativa às restrições diretamente relacionadas e necessárias às concentrações (“Comunicação”).<sup>18</sup>
53. No Contrato de Compra e Venda de Participações Sociais relativo à operação notificada (“SPA”) prevê-se que **[CONFIDENCIAL – Detalhes sobre matéria contratual]**.
54. As cláusulas (i) e (ii) *supra* têm uma duração **[CONFIDENCIAL – Detalhes sobre matéria contratual]**.
55. Ainda se prevê **[CONFIDENCIAL – Detalhes sobre matéria contratual]**.

#### **Cláusulas de não concorrência / não angariação**

56. Quanto ao seu âmbito material, a obrigação de não concorrência referida *supra* em (i) encontra-se coberta pela presente decisão no que respeita, exclusivamente, às atividades desenvolvidas pela Adquirida à data da conclusão da operação notificada.
57. Além disso, esta obrigação apenas se encontra coberta pela presente decisão na medida em que se aplique à aquisição ou manutenção de participações, ou outros direitos similares, conferentes de funções de gestão ou uma influência decisiva em empresas que são concorrentes da Adquirida à data da conclusão da operação notificada.
58. **[CONFIDENCIAL – Detalhes sobre matéria contratual]**, não são consideradas indispensáveis para garantir a transferência integral do valor da Adquirida, não estando, por conseguinte, abrangidas pela presente decisão.<sup>19</sup>
59. No que respeita a seu âmbito material, a obrigação de não angariação referida *supra* em (ii), está apenas coberta pela presente decisão na medida em que se aplique a trabalhadores ou colaboradores da Adquirida que, à data da realização da operação notificada, tenham vínculos contratuais e sejam essenciais, nomeadamente pelo seu saber-fazer, para a preservação do valor integral da Adquirida.
60. Ademais, os efeitos da presente decisão estão, nos termos do artigo 2.º, n.º 2, da Lei da Concorrência, circunscritos ao território nacional.
61. Quanto à **[CONFIDENCIAL – Detalhes sobre matéria contratual]** referida *supra* em (iii), considera-se que tal cláusula apenas se poderá encontrar coberta pela presente decisão na medida em que a respetiva proteção não resulte já da legislação aplicável, sobre propriedade industrial, uma vez que, no caso de já resultar, esta restrição não será indispensável para garantir a transferência integral do valor da Adquirida.

#### **Cláusula de confidencialidade**

---

<sup>18</sup> Publicada no JOUE C 56, de 05.03.2005, pp. 24 e ss. A Comunicação espelha a prática decisória da Comissão e a jurisprudência do Tribunal de Justiça da União Europeia em matéria de restrições acessórias da concorrência no âmbito do controlo de concentrações.

<sup>19</sup> Comunicação, §25.

## Versão Pública

62. Em relação à obrigação de confidencialidade, tendo presente a prática decisória da AdC, bem como as orientações constantes da Comunicação da Comissão, uma obrigação deste tipo apenas será analisada como restrição acessória diretamente relacionada e necessária à realização de uma operação, na medida em que tenha um efeito comparável a uma obrigação de não concorrência.<sup>20</sup>
63. Tal sucede, em concreto, quando a restrição de confidencialidade reporta a informação comercial estratégica (informação sobre clientes, preços, quantidades) e/ou a tecnologia ou *know-how* técnico.
64. Assim, todas as matérias que não reportem a informação comercial estratégica e/ou a tecnologia e/ou *know-how* técnico relacionados com a atividade da empresa a adquirir, não estão abrangidas pela presente decisão.

## 7. AUDIÊNCIA PRÉVIA

65. Nos termos do n.º 3 do artigo 54.º da Lei da Concorrência, foi dispensada a audiência prévia da Notificante, dada a ausência de terceiros interessados e o sentido da decisão, que é de não oposição.

---

<sup>20</sup> Comunicação, §41.

## **8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO**

66. Face ao exposto, o Conselho de Administração da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea d) do n.º 1 do artigo 19.º dos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 125/2014, de 18 de agosto, delibera adotar uma decisão de não oposição à operação de concentração, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 50.º da Lei da Concorrência, uma vez que a mesma não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no território nacional ou numa parte substancial deste.

Lisboa, 24 de fevereiro de 2025

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. Notificante.....	2
2.2. Adquirida.....	3
3. NATUREZA DA OPERAÇÃO .....	3
4. MERCADOS RELEVANTES .....	3
4.1. Posição da Notificante.....	3
4.2. Posição da AdC.....	5
5. AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL .....	9
6. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS .....	10
7. AUDIÊNCIA PRÉVIA.....	12
8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO .....	13