

**Ccent. 81/2025**  
**Supreme Fruits\*JMA/LV\*Nuvi**

**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]

17/12/2025

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

**Processo Ccent. 81/2025 – Supreme Fruits\*JMA/LV\*Nuvi**

**1. OPERAÇÃO NOTIFICADA**

1. Em 14 de outubro 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 Supreme Fruits, Lda. (“Notificante” ou “Supreme Fruits”), do controlo exclusivo sobre um conjunto de ativos pertencentes à Luís Vicente, S.A. (“Ativos Luís Vicente”), e à Nuvi Industrial, S.A. (“Ativos Nuvi”) (em conjunto, “Adquiridas”).<sup>1,2</sup>

**2. AS PARTES**

**2.1. Notificante**

2. A Supreme Fruits tem atividade na produção de mandarina, nectarina, pêsego e ameixa, incluindo o processamento e embalagem de fruta, sendo detida pela Jerónimo Martins Agro-Alimentar, S.A. (“JMA”).
3. A JMA desenvolve a sua atividade em quatro áreas, a saber: agropecuária, lacticínios, aquacultura, frutas e vegetais.
4. A JMA integra o Grupo Jerónimo Martins (“GJM”), que se dedica fundamentalmente à produção, distribuição e venda de géneros alimentícios, assim como outros produtos de grande consumo. O GJM detém ativos essencialmente na área alimentar, maioritariamente na distribuição.
5. Os volumes de negócios realizados pela Notificante, calculados nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, em Portugal, no Espaço Económico Europeu (“EEE”) e a nível mundial, em 2024, são os seguintes:

---

<sup>1</sup> A Luís Vicente, S.A., e a Nuvi Industrial, S.A., integram o grupo multinacional Nuvigroup, SGPS, S.A..

<sup>2</sup> Os Ativos Luís Vicente e os Ativos Nuvi correspondem a unidades de negócio autónomas, capazes de funcionar pelos seus próprios meios.

**Tabela 1 – Volumes de Negócios (Milhões de Euros) da Notificante, em 2024**

	Portugal	EEE	Mundial
<b>GJM</b>	<b>[&gt;100]</b>	<b>[&gt;100]</b>	<b>[&gt;100]</b>

Fonte: Notificante

## 2.2. Adquiridas

6. Os Ativos Luís Vicente são relativos à atividade de importação, produção, transformação, armazenagem e comercialização por grosso de fruta fresca, incluindo marcas registadas, trabalhadores e contratos.
7. Os Ativos Nuvi são relativos à preparação, descasque e corte de produtos frutícolas, bem como à sua pré-desidratação, desidratação e pós-desidratação, acondicionamento, embalagem e sua comercialização, incluindo contratos, trabalhadores e equipamentos. Atuam em duas áreas de negócio: fruta fresca cortada (IV Gama) e fruta desidratada da marca Frubis.
8. Os volumes de negócios realizados pelos Ativos Luís Vicente, em Portugal, no EEE e a nível mundial, em 2024, são os seguintes:

**Tabela 2 – Volumes de Negócios (Milhões de Euros) dos Ativos Luís Vicente, em 2024**

	Portugal	EEE	Mundial
<b>Ativos Luís Vicente</b>	<b>[&lt;100]</b>	<b>[&lt;100]</b>	<b>[&lt;100]</b>

Fonte: Notificante

9. Os volumes de negócios realizados pelos Ativos Nuvi, em Portugal, no EEE e a nível mundial, em 2024, são os seguintes:

**Tabela 3 – Volumes de Negócios (Milhões de Euros) dos Ativos Nuvi, em 2024**

	Portugal	EEE	Mundial
<b>Ativos Nuvi</b>	<b>[&lt;5]</b>	<b>[&lt;5]</b>	<b>[&lt;5]</b>

Fonte: Notificante

## 3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

10. A operação notificada configura uma concentração de empresas na aceção da alínea b) do n.º 1 do artigo 36.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea b) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, por preencher as condições enunciada nas alíneas a) e c) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.
11. O grupo da Notificante desenvolve atividades em mercados em que a Adquirida opera e em mercados com os mesmos relacionados. A operação notificada tem, por conseguinte, natureza horizontal e vertical.

## 4. MERCADOS RELEVANTES

### 4.1. Mercados de produto relevantes

12. Tal como referido anteriormente, os ativos adquiridos operam na produção e comercialização grossista de fruta, na distribuição retalhista de fruta e em atividades industriais de preparação, descasque e corte de produtos frutícolas, como a sua pré-desidratação, desidratação e pós-desidratação desses produtos, incluindo embalagem e distribuição. Estas atividades envolvem duas áreas de negócio: a fruta fresca cortada (IV<sup>a</sup> Gama)<sup>3</sup> e fruta desidratada.

#### 4.1.1. Fruta Fresca Inteira

13. Os ativos Luís Vicente desenvolvem atividade na atividade de importação, produção, transformação, armazenagem e comercialização grossista de fruta fresca.
14. Tendo por base a prática decisória, quer da Comissão Europeia ("CE")<sup>4</sup>, quer da AdC<sup>5</sup>, para efeitos de definição de mercado relevante, há que distinguir dois níveis da cadeia de abastecimento: a produção/importação e a distribuição grossista.
15. Ao nível da produção/importação, os importadores e os produtores/organizações de produtores fornecem fruta fresca produzida e adquirida em diversas partes do mundo<sup>6</sup>, tendo como principais clientes as cadeias retalhistas e os operadores grossistas.
16. Por sua vez, ao nível da distribuição grossista, assegura-se a distribuição a grossistas de menor dimensão, retalhistas e/ou cadeias de retalho, bem como a empresas de restauração e serviços alimentares diversos.
17. Dado o exposto, a AdC considera, como mercados relevantes: i) *o mercado da produção/importação de fruta fresca* e; ii) *o mercado da distribuição grossista de fruta fresca*.<sup>7</sup>

#### 4.1.2. Fruta fresca cortada

18. O negócio da fruta fresca cortada envolve a seleção de fruta diversa, seguida por um processo industrial de lavagem e desinfeção, para posterior corte e embalagem, e posterior transporte a frio, ficando a mesma pronta para consumo imediato (com um prazo de validade que varia entre 7 e 10 dias).

---

<sup>3</sup> Cf. ponto 19, *infra*.

<sup>4</sup> Cf., por exemplo, decisão da CE no processo M.5201 – Total Produce/ Haluco/ JV.

<sup>5</sup> Cf., decisão no processo Ccent 9/2023 – Luís Vicente\*Jerónimo Martins/ Empresa Comum.

<sup>6</sup> A prática da Comissão tem distinguido como um mercado autónomo, o mercado da produção e comercialização de bananas. No entanto, esta distinção não é relevante para efeitos da avaliação da presente operação de concentração.

<sup>7</sup> Nos processos Ccent 56/2006 – GCT/Qualifrutas e Ccent 40/2008 – Iberholding Vitacress, a AdC considerou, sem prejuízo de outras futuras delimitações a adotar e para efeitos das respetivas operações, o mercado da distribuição grossista de fruta e legumes. No caso presente, apenas está em causa a distribuição de frutas frescas pelo que a AdC considera poder analisar o mercado na sua forma mais restrita e, por conseguinte, com maior impacto a nível jusconcorrencial.

19. A fruta fresca cortada e embalada faz parte de um conceito de produtos alimentares minimamente processados, usualmente designado por produtos de IV<sup>a</sup> Gama. Trata-se de produtos hortofrutícolas frescos, submetidos a operações de preparação mínimas — tais como lavagem, descasque, corte e embalagem — que se apresentam prontos a consumir ou a cozinhar, mantendo as características de frescura do produto original. Incluem saladas embaladas e prontas a consumir, frutas cortadas e legumes prontos a cozinhar (ex.: mistura para sopa, cenoura ralada, couve cortada).<sup>8</sup>
20. A IV<sup>a</sup> Gama já foi objeto de avaliação por parte de diversas autoridades europeias, entre as quais a CNMC (Espanha)<sup>9</sup>, a CMA (Reino Unido)<sup>10</sup> e da própria Comissão Europeia (CE)<sup>11</sup>, sendo prática aceite que, por um lado, a fruta fresca cortada (isto é, lavada, pré-cortada, embalada e pronta a consumir) não faz parte do mesmo mercado relevante da fruta fresca “não-tratada” e, por outro, no âmbito do conceito de produtos de IV<sup>a</sup> Gama, as frutas (lavadas, pré-cortadas e prontas a consumir) e os legumes e saladas (lavados, embalados e prontos a consumir) constituem mercados de produto distintos.

*Fruta Fresca Cortada vs. Fruta Desidratada*

21. Na sua definição de mercado “fruta fresca cortada ou IV Gama”<sup>12</sup>, a Notificante considera que a mesma inclui a fruta sujeita a um processo de desidratação.
22. Sobre este aspeto, a AdC tem um entendimento diverso.
23. Em primeiro lugar, dificilmente se poderá considerar a fruta desidratada como “fruta fresca” e, no mesmo sentido, uma vez que não mantém as características de frescura do produto original (vide ponto 19), não deve ser considerada como produto de IV Gama.<sup>13</sup>

---

<sup>8</sup> Embora não exista uma definição única e harmonizada na EU, as definições estão institucionalizadas em diversos países e a definição aparenta ser consensualizada. Cf., por exemplo, apresentação pela Direção Geral de Alimentação e Veterinária (<https://www.cothn.pt/publicfiles/19jj3xvvlcfmkhxvd9ik56kxg55mbr1qbl1qjau.pdf>) ou o “Guía de prácticas correctas de higiene para vegetales y derivados, frescos, mondados, troceados o envasados” da Agência de Segurança Alimentar da Catalunha (em castelhano). ([https://acsa.gencat.cat/web/.content/Documents/eines\\_i\\_recursos/guia\\_practiques\\_castellano/iv\\_gama-castellano-v3.pdf](https://acsa.gencat.cat/web/.content/Documents/eines_i_recursos/guia_practiques_castellano/iv_gama-castellano-v3.pdf)).

<sup>9</sup> Cf. Decisão da CNMC no processo C-0482/12 - Agrial/Sogesol, de 27 de dezembro de 2012, por exemplo.

<sup>10</sup> Cf. Decisão da CMA no processo ME/6585/16 – Hain Frozen Foods/Limited Orchard House Foods, de 8 de junho de 2016.

<sup>11</sup> Cf., por exemplo, decisão da CE no processo M.8829 - Total Produce/Dole Food Company-

<sup>12</sup> Designação exata da Notificante.

<sup>13</sup> Os frutos desidratados podem ser considerados de II (ou segunda) Gama que engloba “(...) todos os produtos hortofrutícolas comercializados em conserva no sentido lato do termo, como por exemplo esterilizados, confeitados, cristalizados e desidratados. Trata-se de produtos que se apresentam ao consumidor com grau de transformação variável, podendo atingir um grau em que a matéria-prima de origem se encontra completamente dissimulada. Por norma, são produtos estáveis à temperatura ambiente e em que a embalagem exerce uma função primária de conservação, para além das restantes funções de uma embalagem alimentar”, IN “Produtos hortofrutícolas frescos ou minimamente processados: processamentos mínimos”; Martins, MM. e Empis, J.; Sociedade Portuguesa de Inovação, 2000. Capítulo I, Secção iii – Definições.

24. Em segundo lugar, não existe qualquer indício que possa sugerir que existe substituíbilidade do lado da procura entre ambos os tipos de produto e nem a prática decisória analisada e citada suscita, sequer, essa possibilidade.
25. De facto, por exemplo, verifica-se que a disponibilização dos produtos aos consumidores segue lógicas de consumos substancialmente distintas, com a fruta fresca cortada pronta a consumir disponibilizada normalmente junto aos frutos vermelhos, em expositores de frio e a fruta desidratada integrada com oferta de frutos secos e/ou *snacks/snacks* saudáveis.<sup>14</sup>
26. Ambos os produtos têm prazos de validade e logística de distribuição substancialmente distintos, uma vez que a fruta fresca cortada exige produção, transporte, armazenagem e exposição a frio, geridos no âmbito de um prazo de validade curto, o que não acontece com a fruta desidratada, quer porque não exige controlo de temperatura ambiente, quer porque o seu prazo de validade se estende por vários meses.

Marca do Fabricante vs. Marca do Distribuidor

27. Na sua prática decisória, a CMA<sup>15</sup> entendeu autonomizar o mercado em função de se tratar de oferta sob marca do produtor e sob marca do distribuidor.
28. Em sentido contrário, a CNMC<sup>16</sup> — a propósito do mercado de verduras de IV Gama — considera não se justificar uma autonomização destes segmentos.
29. Do ponto de vista dos retalhistas nacionais<sup>17</sup>, decorre das respostas aos pedidos de elementos que a questão não é relevante, uma vez que a oferta ocorre quase sempre sob marca do fabricante e, quando ocorre sob marca própria, decorre de produção própria<sup>18</sup>.
30. Dado o exposto, a AdC entende que não se justifica distinguir o mercado em função da tipologia de marca em causa.

Grande Retalho Alimentar vs. Horeca e Outros Canais

31. Em ambas as decisões citadas anteriormente, entendeu-se que, em função do canal de distribuição, estão em causa dois mercados de produto distintos, perspetiva que é corroborada pelos elementos trazidos ao processo no âmbito da presente operação de concentração.
32. De facto, tudo indica que estarão em causa condições distintas de concorrência, nomeadamente porque alguns dos maiores retalhistas detêm, pelo menos parcialmente,

---

<sup>14</sup> Cf. Resposta a pedido de elementos da AdC (E-AdC/2025/5936, de 4 de novembro) e atas das reuniões com o Grupo Jerónimo Martins (E-AdC/2025/6193) a 10 de novembro e com a Modelo Continente ("MC") (E-AdC/2025/6547) a 11 de novembro. Note-se que na reunião com o Grupo Jerónimo Martins "o retalho considera a fruta fresca, fruta cortada e fruta desidratada como [CONFIDENCIAL – Inf. comercial]" e que "o consumidor olha para estas categorias [CONFIDENCIAL – Inf. comercial] (...)". A AdC considera que, quer a prática decisória, quer os demais elementos constantes do processo não corroboram esta perspetiva.

<sup>15</sup> Ver nota de rodapé n.º 10.

<sup>16</sup> Ver nota de rodapé n.º 9.

<sup>17</sup> Foram efetuados pedidos de elementos à Modelo Continente, Auchan, Mercadona, El Corte Inglés, ITPM (Intermarché), Aldi e Lidl.

<sup>18</sup> Conforme melhor *infra* se explicará, parte dos retalhistas efetuam, eles próprios, o corte e embalagem das frutas para venda ao consumidor. Para efeitos de simplificação de exposição, utiliza-se a designação "produção própria".

capacidade para efetuar eles próprios, nas suas instalações, a lavagem, corte e embalagem da fruta fresca para disponibilização ao consumidor.<sup>19</sup>

33. Os elementos trazidos ao processo<sup>20</sup> corroboram parcialmente a perspetiva de estarem em causa dois mercados relevantes com enquadramentos concorrenciais distintos, não permitindo, no entanto, concluir-se definitivamente sobre esta questão.
34. Não obstante, como melhor se verá *infra*, uma vez que a conclusão da avaliação jusconcorrencial não se altera em função desta potencial segmentação.
35. Pelo exposto, para efeitos da presente operação de concentração, a AdC considera, como relevante, *o mercado da fruta fresca cortada, pronta a consumir*.

#### **4.1.3. Fruta desidratada**

36. A fruta desidratada é um produto que resulta do processamento (desidratação) de fruta fresca através de métodos diversos (convectiva, osmótica ou a vácuo, entre outros) para posterior mistura ou embalagem. Dado o processamento a que se sujeita esta fruta, e considerando ainda o tipo de embalagens tipicamente envolvidos, estão em causa produtos de II Gama (ver nota de rodapé n.º 13).
37. A fruta desidratada é normalmente vendida como *snack*, em pequenas embalagens individuais.
38. Existe uma grande (e crescente) variedade de *snacks* feitos à base de fruta desidratada, incluindo misturas de diversas frutas, frutas com frutos secos e, até, misturas com frutas e legumes desidratados.<sup>21</sup>
39. Num estudo de 2022<sup>22</sup>, estimativas de elasticidade cruzada do consumo de fruta desidrata (vs. consumo de legumes, misturas, amendoins e outros frutos secos) parecem sugerir não existir um elevado grau de substituíbilidade entre fruta desidratada e outros *snacks*, como frutos secos, legumes ou misturas.
40. Por outro lado, de acordo com a MC, os *snacks* de fruta desidratada devem ser vistos como integrantes da grande variedade de *snacks saudáveis* e, nessa medida, estão expostos nos

---

<sup>19</sup> Cf. Ata da reunião com a MC a 11 de novembro (E-AdC/2025/6547). No caso deste retalhista, a fruta é preparada em loja, mas nem todas as lojas dispõem de instalações que disponíveis. **[CONFIDENCIAL – Funcionamento Interno]**. Situação similar é reportada pela Auchan (resposta de 19 de novembro a pedido de elementos da AdC: E-AdC/2025/6213). Neste caso **[CONFIDENCIAL – Funcionamento interno]**.

<sup>20</sup> Cf., por exemplo da Decisão da CMA no processo ME/6585/16 – Hain Frozen Foods/Limited Orchard House Foods ou a Ata da reunião de 11 de novembro com a MC.

<sup>21</sup> A título de exemplo de uma oferta cada vez mais vasta, podem referir-se produtos como *mix* de amêndoa, côco e maçã, *chips* de maçã com sabor a canela, *mix* de amendoim e maçã, tortitas de lentilhas e maçãs, entre vários outros.

<sup>22</sup> Vinberg, Hanna, 2022. *Don't go nuts over nuts: an analysis of policy to reduce water scarcity caused by nuts*. Second cycle, A2E. Uppsala: SLU, Dept. of Economics. No estudo é estimada a curva da procura (e as elasticidades) de diversos produtos com o intuito de avaliar a eficácia de diversas opções de fiscalidade sobre o consumo de frutos secos para atingir objetivos de política ambiental.

lineares de comida saudável, como por exemplo, bolachas integrais, bolachas de milho, entre outros.<sup>23</sup> Já a Jerónimo Martins expõe os seus produtos nos lineares de frutos secos.<sup>24</sup>

41. Assim, é plausível que os frutos secos desidratados possam fazer parte de um mercado mais amplos que englobem snacks de frutos secos e/ou outros snacks “saudáveis”.
42. No entanto, considerando que inexistem efeitos jusconcorrenciais negativos qualquer que seja a definição adotada, a AdC entende que a questão pode ser deixada em aberto, adotando-se, por cautela, a definição mais restritiva, isto é, *o mercado da fruta desidratada*.

## **4.2. Mercados Geográficos relevantes**

### *Importação/Produção de Fruta Fresca e Comércio Grossista de Fruta Fresca*

43. A Notificante considera que, quer o mercado da importação/produção de fruta fresca, quer o mercado da distribuição grossista de fruta fresca têm uma dimensão supranacional, atendendo à inexistência de barreiras técnicas ou alfandegárias ao comércio intra-comunitário, aos relativos custos diminutos de transporte, bem como à pressão exercida por parte de operadores internacionais.
44. Na sua prática decisória (já citada), a AdC já tinha referido o elevado grau de transações internacionais de frutas<sup>25</sup> como elemento indiciador de que o âmbito geográfico em causa poderia ser, efetivamente, supranacional.
45. Também a CE<sup>26</sup> não concluiu definitivamente sobre esta questão considerando, por um lado, que ao nível da importação/produção os elementos indicavam um âmbito geográfico que poderia abarcar todo o Espaço Económico Europeu (EEE) e, por outro, ao nível da comercialização grossista, a investigação de mercado havia resultado em elementos que permitiam identificar uma tendência de transações a um nível mais restrito (nacional ou regional, no sentido de grupos de países).
46. Não obstante, considerando que a avaliação jusconcorrencial não seria distinta consoante se adotasse uma definição de mercado geográfico mais ou menos lata, entende a AdC que a mesma poderá continuar a ser deixada em aberto, adotando-se, à cautela, o âmbito nacional para efeitos da presente decisão.

### *Fruta fresca cortada*

47. No que se refere à fruta fresca cortada, e tal como se referiu anteriormente, está em causa um produto perecível, com um curto prazo de validade (*shelf life*) de apenas 5 a 7 dias.
48. Neste sentido, os diversos elementos trazidos ao processo não corroboram a perspetiva de Notificante que se trata de um mercado de âmbito supranacional.
49. A MC, por exemplo, refere, a propósito de potenciais fornecedores de fruta fresca cortada em Espanha que “[**CONFIDENCIAL – Funcionamento interno**], dado que a importação

<sup>23</sup> Cf. Ata da reunião com a MC a 11 de novembro (E-AdC/2025/6547).

<sup>24</sup> Cf. Resposta de 4 de novembro a pedido de elementos da AdC (E-AdC/2025/5936).

<sup>25</sup> Na campanha de 2023/24, foram produzidas 1.172x10<sup>3</sup> toneladas de frutos em Portugal, importadas 1.140x10<sup>3</sup> toneladas e exportadas 672x10<sup>3</sup> toneladas. Fonte: INE – Balanço de Aprovisionamento dos frutos.

<sup>26</sup> Cf. decisão na CE no processo COMP/M.5201 - Total Produce / Haluco/JV.



implica perda de frescura, o que, no caso da fruta cortada, é crítico para garantir a qualidade e a segurança alimentar”.<sup>27</sup>

50. A ITPM refere, a propósito da possibilidade de abastecer-se junto de fornecedores espanhóis que *“tendo em conta a exigência de garantir um mínimo de 5 dias de validade para o ponto de venda”* e que se trata de *“um artigo de baixa rotação”*, tal pode *“resultar em falhas de entrega por parte do fornecedor e, consequentemente, comprometer a rentabilidade da operação”*.<sup>28</sup>
51. No mesmo sentido, o Aldi considera que alternativas a partir de Espanha são *“(…)inviáveis pois, pela distância, perdemos um dia de validade em transporte. O artigo já só tem 4, perde portanto ¼ da validade (perdemos frescura). Para além de que comercialmente temos preferência pela produção nacional”*.<sup>29</sup>
52. Já o El Corte Inglés, sinaliza o contrário, indicando que, no seu caso, *“é viável considerar fornecedores em Espanha, uma vez que [CONFIDENCIAL – Informação comercial] e os artigos apresentam até 7 dias de validade”*.<sup>30</sup>
53. Considerando, assim, não só as características de perecibilidade do produto, mas também as diversas indicações dadas pelos retalhistas, mesmo que não consensuais, a AdC entende que o âmbito geográfico deste mercado limita-se ao território nacional.

#### Fruta desidratada

54. Relativamente à fruta desidrata, as respostas obtidas junto dos retalhistas apontaram claramente no sentido de se tratar de um mercado com um âmbito supranacional, referindo os prazos de validade alargados (vários meses) como um dos fatores principais.
55. As respostas dadas indicaram a existência de várias alternativas correntes (atuais, potenciais e passadas), por exemplo, em Espanha ou França com particular destaque para fornecedores sob marcas do distribuidor.<sup>31</sup>
56. Também do lado da Adquirida [CONFIDENCIAL – Informação comercial sensível]<sup>32</sup> fatores que, no seu conjunto, apontam para a existência de um elevado grau de substituíbilidade da procura no que respeita ao âmbito geográfico do mercado.
57. Pelo exposto, considera-se que o mercado geográfico relevante é mais lato que o território nacional, podendo corresponder ao EEE.

---

<sup>27</sup> Resposta de 21 de novembro a pedido de elementos da AdC (E-AdC/2025/6264).

<sup>28</sup> Resposta de 20 de novembro a pedido de elementos da AdC (E-AdC/2025/6240).

<sup>29</sup> Resposta de 19 de novembro a pedido de elementos da AdC (E-AdC/2025/6369).

<sup>30</sup> Resposta de 20 de novembro a pedido de elementos da AdC (E-AdC/2025/6239).

<sup>31</sup> Com exceção de, eventualmente, alguma oferta específica ligada a fruta de origem especificamente nacional, por exemplo e a título meramente exemplificativo, Maçã de Alcobaça ou Pêra Rocha.

<sup>32</sup> No conjunto das vendas de fruta fresca cortada e fruta desidratada. Como as primeiras não têm exportação, a peso das vendas ao exterior de fruta desidratada é superior a este valor [CONFIDENCIAL – Informação comercial] sendo, de qualquer da forma, significativo. Cf. respostas de 27 de outubro (E-AdC/2025/5741) e 2 de dezembro (E-AdC/2025/6527) da Notificante a pedidos de elementos da AdC.

#### **4.3. Conclusão quanto aos mercados relevantes**

58. Dado todo exposto, para efeitos da presente avaliação jusconcorrencial, a AdC considera como relevantes:
- i) *O mercado nacional da importação/produção de fruta fresca;*
  - ii) *O mercado nacional da distribuição grossista de fruta fresca;*
  - iii) *O mercado nacional da fruta fresca cortada e pronta a consumir e;*
  - iv) *O mercado europeu (EEE) da fruta desidratada.*

### **5. MERCADOS RELACIONADOS**

59. Para efeitos de mercados relacionados, a Notificante propõe definir como relacionados o “mercado da distribuição retalhista de fruta fresca e “mercado da distribuição de fruta fresca cortada ou IV gama”.
60. Na sua prática decisória<sup>33</sup> a AdC já teve oportunidade de se pronunciar sobre os mercados do retalho alimentar. 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 e/ ou outros artigos de consumo (não alimentares).
61. Mais, considerou, ainda, que formatos distintos (hipermercados, supermercados e lojas *discount*) fazem parte do mesmo mercado relevante de produto.
62. Neste âmbito, importa referir que, não existe prática decisória que considere segmentações adicionais pelo que, tendo em conta as atividades do Pingo Doce, enquanto operador no retalho alimentar, a AdC não vê razões para definir, enquanto mercados relacionados, mercados da distribuição retalhista deste ou daquele tipo ou categoria de produtos alimentares.<sup>34</sup>
63. Referindo, mais uma vez, o precedente decisório da AdC (já citado), o mercado do retalho alimentar tem, tipicamente, um âmbito geográfico local, determinado pelas áreas de influência dos estabelecimentos em causa.
64. Não obstante, como melhor se explicará infra, para efeitos da presente avaliação, e sem prejuízo da acuidade da análise, ter-se-á em conta o peso da Adquirente a nível nacional.
65. Dado o exposto a AdC considera, como mercado relacionado, *o mercado de retalho alimentar.*

---

<sup>33</sup> Cf., por exemplo, decisões nos processos Ccent 1/2008 – Pingo Doce/Plus ou Ccent 3/2024 – Auchan/Dia, entre outros.

<sup>34</sup> Acresce que, mesmo a diminuta atividade retalhista do Grupo Luís Vicente — esse sim, eventualmente caracterizável como retalho (especializado) de frutas — está fora do perímetro da operação. Caso assim não fosse, sempre estaria em causa um mercado relevante (por referência à Adquirida) e não um mercado relacionado.

## 6. AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

### 6.1. Mercado nacional da importação/produção de fruta fresca

66. Ambas as Partes têm presença neste mercado. A Adquirida, nomeadamente, através da GlobalFrut<sup>35</sup>, está envolvida na produção, essencialmente, de Pero Rocha, Maçã Royal Gala, Nectarinas e Ameixas. A Adquirente desenvolve sobretudo atividade na produção de mandarinas, nectarinas, pêssegos e ameixa e, adicionalmente, produção de citrinos biológicos (laranja, toranja e lima) e uvas biológicas sem grainha.<sup>36</sup>
67. Não obstante, as quotas de mercado em causa são reduzidas. Em 2024, a quota conjunta foi de **[0-5]**%, pelo que da operação de concentração não resultam quaisquer efeitos jusconcorrenciais negativos.

### 6.2. Mercado nacional da distribuição grossista de fruta fresca

68. Também neste mercado se verifica a presença das Partes, sendo este o core da atividade dos ativos adquiridos. Já o Grupo Jerónimo Martins está presente através da Recheio – Cash&Carry, S.A..
69. Considerando que a quota de mercado conjunta das Partes foi, em 2024, de **[0-5]**%, também neste caso a AdC considera não existirem indícios de que a presente operação de concentração seja suscetível de criar ou reforçar entraves significativos à concorrência neste mercado.

### 6.3. Mercado nacional da fruta fresca cortada e pronta a consumir

70. No mercado de fruta fresca cortada e pronta a consumir não existe sobreposição entre as Partes, pelo que está em causa apenas uma transferência de quota.
71. A Adquirida é o principal *player* neste mercado. A quota de mercado não será inferior a **[50-60]**%.<sup>37</sup>
72. Considerando que o Grupo Jerónimo Martins representa, a nível nacional, cerca de **[20-30]**% do retalho alimentar<sup>38,39</sup>, importa aferir se, e em que medida, é plausível considerar a possibilidade de ocorrência de efeitos verticais (nomeadamente de *input foreclosure*).

<sup>35</sup> A GlobalFrut tem estatuto de Organização de Produtores (OP).

<sup>36</sup> Através, respetivamente da Tastyfruits, Lda., e da Outro Chão – Agricultura Biológica, Lda, sociedades detidas pela Jerónimo Martins Alimentar (“JMA”).

<sup>37</sup> A quota de mercado foi estimada tendo por base a informação relativamente às quantidades vendidas pelo Grupo Luís Vicente (cf. E-AdC/2025/6527 - resposta de 5 de dezembro da Notificante a pedido de elementos da AdC) e as quantidades fornecidas **[CONFIDENCIAL – Informação Comercial]** (cf. ata da reunião de 11 de novembro com a MC – E-AdC/2025/6547).

<sup>38</sup> Referente ao ano de 2023. Cf. decisão da AdC no processo Ccent 3/2024 – Auchan/Dia.

<sup>39</sup> Refira-se ainda que, no conjunto dos principais retalhistas (JM, MC, Auchan, IPTM, e ECI), as vendas retalhistas do Grupo Jerónimo Martins representam apenas **[10-20]**% do total, considerando que, quer a MC quer a Auchan têm produção própria, ainda assim, um valor substancialmente superior ao reportado pela

73. Ora, em primeiro lugar importa referir que os mais relevantes retalhistas alimentares têm a possibilidade de “produção própria”, ou seja, são os próprios retalhistas que detêm a capacidade de efetuar, nas suas instalações o corte, lavagem e embalagem da fruta para venda aos consumidores, nas suas lojas (ou em instalações próprias centralizadas).
74. É esse o caso da MC e da Auchan, como decorre dos pedidos de elementos (e da entrevista) realizadas com estas entidades.<sup>40</sup>
75. Por seu turno, verifica-se que o retalho alimentar representa **[40-50]**% das vendas em volume (**[60-70]**% em valor) das vendas da Adquirida. No entanto, a maior parte das vendas é já efetuada para o Grupo Jerónimo Martins, pelo que o peso dos demais retalhistas equivale, no seu conjunto, a **[10-20]**% das vendas em volume (**[20-30]**% em valor).
76. Note-se, ainda que, das vendas aos retalhistas que não a Jerónimo Martins, **[70-80]**% em volume (**[60-70]**% em valor) são realizadas a retalhistas com alternativas de fornecimento, quer por via de produção própria, quer por via de fornecedores alternativos.<sup>41</sup>
77. Tendo em consideração, adicionalmente, que não está em causa um produto *must-have*, como resultou das respostas aos diversos pedidos de elementos, a AdC considera não ser plausível que a entidade resultante da operação de concentração tenha a capacidade de implementar qualquer tipo de estratégia de encerramento de mercado (*input foreclosure*).

#### **6.4. O mercado europeu (EEE) da fruta desidratada**

78. No caso do mercado da fruta desidratada, não existe sobreposição entre as Partes, pelo que está em causa, apenas, uma mera transferência de quota.
79. Considerando o âmbito geográfico do mercado e que, em função dos diversos elementos recolhidos junto dos retalhistas, o mesmo apresenta um leque alargado de fornecedores potenciais e atuais, sob marca do distribuidor ou do fabricante<sup>42</sup>, a operação de concentração não suscita preocupações de índole vertical

#### **6.5. Conclusão quanto à avaliação jusconcorrencial**

80. A presente operação de concentração envolve entidades cujas atividades, ou estão em sobreposição, ou apresentam uma relação vertical.
81. Onde existe sobreposição, as quotas de mercados são diminutas e, da operação proposta, não resultam alterações estruturais significativas.

---

Notificante e mais próximo da quota “global” do grupo no retalho alimentar. Cálculos efetuados pela AdC com base nas respostas aos diversos pedidos de elementos.

<sup>40</sup> Respostas de 21 de novembro (E-AdC/6224) e 19 de novembro (E-AdC/2025/6213) a pedidos de elementos da AdC, respetivamente e da Ata da entrevista de 10 de novembro com a MC (E-AdC/2025/6547).

<sup>41</sup> Casos da MC e da Auchan, como já referido anteriormente. Note-se, ainda, que no caso da Auchan, nem todas as lojas têm capacidade de produção própria, pelo que nesse caso não têm alternativa de fornecedor. Note-se, no entanto, **[CONFIDENCIAL – Informação comercial]**. A referência **[CONFIDENCIAL – Informação comercial]**.

<sup>42</sup> Inclui empresas como a Frusel, Alitec, Frueat, NBR MasterFruits, Rocha&Gonçalves, Zenalco, Frutogal, Frutorra Pimenta, Alibar, Eurochocolate entre outras.

82. Nos mercados onde ocorrem relações verticais, não estão reunidas condições que permitam, plausivelmente, considerar que a entidade resultante da operação de concentração venha a ter a capacidade para implementar estratégias de encerramento de mercado com consequências prejudiciais para a concorrência.
83. Conclui-se, assim, que a operação proposta não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no território nacional ou numa parte substancial deste.

## **7. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS**

84. 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.
85. 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>43</sup>

### Cláusula de não concorrência

86. O contrato na base da operação notificada estabelece uma obrigação de não concorrência, produzindo efeitos durante **[Confidencial – teor de contrato]** que efetivará a transação. Durante esse período, o Grupo Luís Vicente<sup>44</sup> obriga-se a **[Confidencial – teor de contrato]**.

### Cláusula de confidencialidade

87. O contrato na base da operação notificada prevê ainda que durante um período **[Confidencial – teor de contrato]**, o Grupo Luís Vicente fica impedido **[Confidencial – teor de contrato]**.

## **Posição da AdC**

### Cláusula de não concorrência

88. Em relação à cláusula de não concorrência enunciada *supra*, a mesma é apenas parcialmente considerada uma restrição diretamente relacionada e necessária à realização da operação notificada, visando a proteção do valor integral dos ativos a adquirir.
89. Nesta medida, a obrigação de não concorrência em causa está coberta pela presente decisão, pelo período convencionado, apenas por referência às atividades dos Ativos Luís Vicente e dos Ativos Nuvi à data da celebração do acordo na base da operação notificada.
90. E mais se considera que a eventual proibição de aquisição ou manutenção de ações unicamente para fins de investimento financeiro e que não confirmam, direta ou indiretamente, funções de gestão ou uma influência efetiva na empresa concorrente não é

---

<sup>43</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>44</sup> A Luís Vicente, S.A., e a Nuvi Industrial, S.A., integram o Grupo Luís Vicente.

indispensável para garantir a transferência do valor integral da Adquirida, não estando, por conseguinte, abrangida pela presente decisão.<sup>45</sup>

Cláusula de confidencialidade

91. Em relação à obrigação de confidencialidade *supra* enunciada, na medida em que dela possam decorrer restrições da concorrência, a mesma é considerada diretamente relacionada e necessária à realização da operação notificada, mas apenas pelo período de três anos após a celebração do contrato na base da operação notificada.<sup>46</sup>

## **8. AUDIÊNCIA PRÉVIA**

92. 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.

## **9. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO**

93. 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, 17 de dezembro de 2025

O Conselho de Administração da Autoridade da Concorrência,

X

\_\_\_\_\_  
Nuno Cunha Rodrigues  
Presidente

---

<sup>45</sup> Comunicação, §§ 18-24.

<sup>46</sup> Comunicação, §§ 18-24 e 26.

**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. Adquiridas .....	3
3. NATUREZA DA OPERAÇÃO .....	3
4. MERCADOS RELEVANTES .....	4
4.1. Mercados de produto relevantes .....	4
4.1.1. Fruta Fresca Inteira .....	4
4.1.2. Fruta fresca cortada.....	4
4.1.3. Fruta desidratada.....	7
4.2. Mercados Geográficos relevantes .....	8
4.3. Conclusão quanto aos mercados relevantes .....	10
5. MERCADOS RELACIONADOS .....	10
6. AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL .....	11
6.1. Mercado nacional da importação/produção de fruta fresca.....	11
6.2. Mercado nacional da distribuição grossista de fruta fresca .....	11
6.3. Mercado nacional da fruta fresca cortada e pronta a consumir .....	11
6.4. O mercado europeu (EEE) da fruta desidratada.....	12
6.5. Conclusão quanto à avaliação jusconcorrencial.....	12
7. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS .....	13
8. AUDIÊNCIA PRÉVIA.....	14
9. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO .....	14