

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO DO
CONSELHO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA
AC – I – Ccent. 47/2006 – MOTORTEJO/FÓRMULA H**

1. Em 28 de Setembro de 2006, a Autoridade da Concorrência recebeu uma notificação relativa a um projecto de concentração, por meio da qual, MOTORTEJO – Comércio e Indústria Automóvel, S.A. (“MOTORTEJO”), pretende adquirir através de trespasse, o controlo exclusivo de um estabelecimento de comércio e reparação de veículos automóveis, actualmente detido pela FÓRMULA H – Comércio de Veículos, S.A (“FÓRMULA H”).
2. Todavia, a notificação apresentada só veio a produzir efeitos em 10 de Outubro de 2006¹, na medida em que a informação constante do Formulário de Notificação se revelava incompleta².
3. A operação notificada configura uma operação de concentração de empresas na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, conjugada com a alínea b) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia por se encontrar preenchida a condição prevista na alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.

II – AS PARTES

Empresas Notificantes

a) MOTORTEJO

4. A MOTORTEJO é uma sociedade de direito português, que tem por actividade principal o comércio a retalho de veículos automóveis das marcas Ford, Mazda, Honda e Land

¹ Por aplicação do artigo 32.º, n.º 2 da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

² Não cumpria o disposto no artigo 31.º, n.º 3 da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

Rover, dedicando-se também à manutenção e reparação de veículos automóveis e ao comércio de peças e acessórios.

5. O capital social da Motortejo é integralmente detido pela Auto Sueco Limitada (adiante designada “Auto Sueco”), uma das *holdings* do Grupo Auto Sueco, que integra um conjunto de empresas que têm por actividade principal a importação e distribuição, no mercado nacional, de veículos automóveis da marca Volvo e o comércio a retalho de veículos automóveis das marcas Volvo, Ford, Land Rover, Mazda, Honda e Jaguar.
6. Nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, apresenta-se no Quadro 1 o volume de negócios do Grupo Auto Sueco, em Portugal, no EEE, e Mundial:

Quadro 1: Volume de Negócios do Grupo Auto Sueco, em 2003, 2004 e 2005.

Uni: milhões Euros [€]

	2003	2004	2005
Portugal	[>150]	[>150]	[>150]
EEE	[>150]	[>150]	[>150]
Mundial	[>150]	[>150]	[>150]

Fonte: Notificante.

7. O volume de negócio, em Portugal, da sua participada MOTORTEJO, nos últimos três anos, foi de:

Quadro 2: Volume de negócios da MOTORTEJO, em 2003, 2004 e 2005

Uni: milhões Euros [€]

	2003	2004	2005
Portugal	[<150]	[<150]	[<150]

Fonte: Notificante.

b) FÓRMULA H

8. A FÓRMULA H é uma sociedade de direito português, que tem como actividade principal o comércio a retalho de veículos automóveis da marca HONDA, sendo actualmente o seu capital social integralmente detido pela Parquic Retail – SGPS, S.A..
9. A empresa a adquirir, para além de comercializar veículos ligeiros novos, dedica-se também: (i) à comercialização de veículos ligeiros usados; (ii) à distribuição autorizada de peças e acessórios; e (iii) à prestação de serviços de reparação e manutenção.
10. O volume de negócios realizado, em Portugal, pela FÓRMULA H, nos últimos três anos, foi de:

Quadro 3: Volume de negócios da FÓRMULA H em 2003, 2004 e 2005.

Unid: milhões Euros [€]

	2003	2004	2005
Portugal	[<150]	[<150]	[<150]

Fonte: Notificante.

III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

11. Em 19 de Setembro de 2006, foi assinado um “Contrato – Promessa de Trespases”, doravante “Contrato Promessa”, entre a FÓRMULA H e a MOTORTEJO, com o objecto de trespassar a esta última o estabelecimento de comércio e reparação de veículos automóveis da FÓRMULA H, situado no Concelho de Loures, o que conferirá à MOTORTEJO o controlo exclusivo sobre este ACTIVO.

12. Nos termos da alínea b) do n.º 3 do artigo 8.º da Lei da Concorrência, uma operação de concentração pode configurar-se na aquisição de “partes”, activos de uma empresa. No entanto, esses activos têm de desenvolver por si só, uma actividade económica de forma estável, constituindo, eles próprios, uma unidade económica, à qual possa ser atribuído um volume de negócios no mercado.³
13. Analisando a natureza da operação notificada, verifica-se que, nos termos do referido Contrato Promessa, o estabelecimento objecto do trespasse englobará os activos corpóreos (equipamento oficinal, equipamentos de secção de peças e equipamento comercial e administrativo), e incorpóreos (benfeitorias realizadas no estabelecimento ou outros).
14. Além do mais, embora o trespasse em análise não integre contratos de fornecimento, direitos de propriedade intelectual e outros contratos celebrados com e pela FÓRMULA H, já incluirá os contratos de trabalho e o contrato de arrendamento actualmente em vigor.
15. Os alvarás e demais licenças respeitantes ao estabelecimento objecto do trespasse também serão transferidos para a MOTORTEJO.
16. Deste modo, e tendo em conta a similitude entre a actividade desenvolvida pela FÓRMULA H e a actividade principal da MOTORTEJO, verifica-se que o activo-alvo acima referido permitirá o desenvolvimento da actividade económica que a MOTORTEJO pretende realizar.
17. A operação notificada configura, face ao acima exposto, uma concentração de empresas na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea b) do n.º 3 do mesmo artigo⁴, tratando-se de uma concentração horizontal.

³ Veja-se neste sentido a Comunicação da Comissão relativa ao conceito de empresas – JO C66, de 2 de Março de 1998.

⁴⁴ A Autoridade da Concorrência em decisões anteriores já entendeu que o trespasse de estabelecimentos comerciais constituía uma operação de concentração, na medida em que o trespasse incluía os contratos de

18. Tendo em conta os volumes de negócio em causa (expostos nos Quadro 1 e 3), a operação cumpre o pressuposto de notificação prévia disposto da alínea b), do n.º 1 artigo 9.º da Lei da Concorrência.

IV – MERCADO RELEVANTE

4.1 Mercado do Produto Relevante

19. O Activo objecto da presente operação de concentração presta serviços de distribuição autorizada de veículos automóveis ligeiros, novos e usados, mas também serviços de manutenção e reparação de veículos automóveis ligeiros e de comércio a retalho de peças e acessórios para veículos automóveis ligeiros.
20. A notificante, atendendo às actividades a prosseguir pelo Activo a adquirir, considera que o mercado do produto relevante para efeitos da presente concentração é o mercado nacional de comercialização de veículos automóveis ligeiros.
21. Segundo a notificante, a manutenção e a reparação de veículos automóveis ligeiros e o comércio a retalho de peças e acessórios, constituem actividades complementares da venda de veículos automóveis ligeiros, não se justificando autonomizá-las como mercados relevantes na operação de concentração notificada.
22. A Autoridade da Concorrência, em decisões anteriores, considerou que o sector automóvel admite várias segmentações, já que: (i) as especificidades de cada uma das actividades acima referidas; (ii) os diferentes canais de distribuição utilizados; (iii) os fins e utilização a que se destinam os produtos/serviços oferecidos; e (iv) os diferentes

trabalho, os contratos de arrendamento dos locais em que era exercida a actividade comercial em causa, os equipamentos e os stocks inerentes a esses estabelecimentos: Ccent. 12/2006 – *PINGO DOCE / SUPERMERCADO FEIRA (Santa Comba Dão)*, de 12.04.2006; Ccent. 20/2006 – *PINGO DOCE / Alentemoura*, de 6.06.2006; Ccent. 59/2005 – *Feira nova / Lojas Horta*, de 11.1.2005; Ccent. 74/2005 – *PINGO DOCE/Supermercado Polisuper (Mem Martins)*, de 18.01.2005; Ccent. 78/2005 – *PINGO DOCE/Supermercado PARADI (Ílhavo)*, de 26.01.2006.

níveis de preços associados a cada mercado), permitem concluir pelo carácter distinto (ainda que por vezes complementar) dos serviços relacionados de venda de peças e dos serviços conexos como a manutenção e reparação, porquanto – na perspectiva da procura e mesmo da oferta – tais serviços e a distribuição autorizada de veículos automóveis ligeiros não são substituíveis entre si.

23. Neste sentido aponta também a prática decisória da Comissão Europeia, em que se tem distinguido a venda de automóveis ligeiros, a manutenção e a reparação de veículos automóveis ligeiros e o comércio a retalho de peças e acessórios como mercado autónomos.⁵
24. Na óptica da procura, dada a inexistência de substituíbilidade, outras segmentações podem também ser efectuadas, nomeadamente, por tipo de veículo. A este nível, uma primeira segmentação será entre veículos pesados e veículos ligeiros, podendo ainda, nalguns casos justificar-se, uma segmentação por veículos de mercadorias, todo-o-terreno, veículos de passageiros⁶, e, dentro destes últimos, por gama (utilitários, familiares, de luxo, etc.). No caso presente as empresas comercializam apenas viaturas ligeiras, enquanto distribuidores autorizados, o que justifica cingir o mercado relevante a este tipo de veículo.
25. Ao nível da venda de veículos ligeiros justifica-se, por sua vez, distinguir entre a distribuição autorizada de veículos ligeiros novos e comercialização de viaturas semi-novas e usadas⁷, atendendo a que a grande maioria desses veículos são valorizados como retoma na aquisição das viaturas novas.

⁵ cfr. Decisão da Comissão n.º COMP/M.3819 – *DAIMLER CHRYSLER/MAV*, de 3.06.2005; Decisão da Comissão n.º COMP/M. 3352 - *VW/HAHN + LANG*, de 16.02.2004; Decisão da Comissão n.º COMP/M.3388 – *FORD MOTOR COMPANY, LTD/POLAR MOTOR GROUP LTD*, de 30.04.2004; Decisão da Comissão n.º IV/M.416 - *BMW / ROVER*, de 14.03.1994; Decisão da Comissão Europeia n.º 2948 – *CVC/KWIK-FIT*, de 2.10.2002;

⁶ A Comissão na sua Decisão de 30.04.2004 relativa ao Caso COMP/M.3388 – *FORD MOTOR COMPANY, LTD/POLAR MOTOR GROUP LTD*, aceitou esse tipo de segmentações.

⁷ Conforme também refere a Comissão na supra identificada Decisão da Comissão relativa ao Caso COMP/M.3388 – *FORD MOTOR COMPANY, LTD/POLAR MOTOR GROUP LTD*, de 30.04.2004. No mesmo

26. Como referido *supra*, a empresa a adquirir, para além de comercializar veículos ligeiros novos (na qualidade de distribuidora autorizada), dedica-se também:
- a) à comercialização de veículos ligeiros usados, actividade que representou cerca de 12,3% do seu volume de negócios em 2005;
 - b) à distribuição autorizada de peças e acessórios, actividade que representou cerca de 12,6% do seu volume de negócios em 2005; e
 - c) à prestação de serviços de reparação e manutenção, actividade que representou cerca de 4,6% do seu volume de negócios em 2005.
27. Por conseguinte, a Autoridade da Concorrência entende que tais actividades não deverão apenas ser consideradas como actividades complementares da distribuição autorizada de veículos automóveis, mas como mercados relevantes autónomos na operação de concentração notificada.
28. Em conformidade, a análise desenvolvida em sede de instrução permitiu a Autoridade da Concorrência concluir no sentido de, para efeitos de apreciação concorrencial da presente operação de concentração, corroborar a definição de mercados do produto relevante adoptada em decisões anteriores⁸, a saber:
- d) *Mercado da distribuição autorizada de veículos ligeiros novos;*
 - e) *Mercado da distribuição autorizada de peças e acessórios;*
 - f) *Mercado da reparação autorizada de veículos;*
 - g) *Mercado da comercialização de veículos ligeiros usados.*

sentido, veja-se também as Decisões da *Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes*, de 20.11.2003 – RFA/VIANO FORUM AUTOS.

⁸ Decisão do Conselho de 25.01.2005, relativa à Ccent. 33/2004 – FS IBÉRICA, SGPS, SA E CAETANO & SIMÃO, SGPS, S.A., Decisão do Conselho de 17.06.2005, relativa a Ccent. 21/2005- FOGECA*SETUCAR e Decisão do Conselho de 18.06.2006, relativa à Ccent. 33/2006 – FS IBÉRICA/AUTO COMERCIAL OURO.

4.2 Mercado Geográfico Relevante

29. A Autoridade da Concorrência, na senda de decisões anteriores⁹ e como proposto pela notificante relativamente ao mercado de distribuição autorizada de veículos automóveis, considera que a área geográfica, para efeitos da presente decisão, corresponde ao território nacional.
30. Na verdade, a Autoridade da Concorrência, como também a Comissão Europeia¹⁰, considera que – apesar da progressiva harmonização do enquadramento concorrencial dentro da UE, em termos de barreiras técnicas, restrições nos sistemas de distribuição e transparência de preços – subsistem ainda diferenças entre os Estados-Membros atendendo, nomeadamente, ao diferente nível de preços, diferentes níveis de fiscalidade e de alguns sistemas de distribuição.
31. De facto, a diferenciação que ainda se verifica, ao nível da fiscalidade e dos custos administrativos inerentes à legalização, entre outros, inibe o consumidor final de adquirir os veículos ligeiros fora do território nacional, não obstante a tendência para a criação de mercado europeu, tendo em conta o impacto do Regulamento de Isenção por Categoria no Sector dos Veículos Automóveis (Regulamento (CE) n.º 1400/2002 da Comissão, de 31 de Julho de 2002, relativo à aplicação do n.º 3 do artigo 81.º do Tratado a certas categorias de acordos verticais e práticas concertadas no sector automóvel¹¹).
32. No que respeita aos serviços de reparação autorizada, o consumidor final também não tem incentivos para procurar estes serviços fora do território nacional, atendendo sobretudo aos custos de deslocação, de tempo e às barreiras linguísticas.¹²

⁹ Decisão do Conselho de 25.01.2005, relativa à Ccent. 33/2004 – *FS IBÉRICA, SGPS, SA E CAETANO & SIMÃO, SGPS, S.A.*, Decisão do Conselho de 17.06.2005, relativa a Ccent. 21/2005- *FOGECAS*SETUCAR* e Decisão do Conselho de 18.06.2006, relativa à Ccent. 33/2006 – *FS IBÉRICA/AUTO COMERCIAL OURO*.

¹⁰ cfr. Decisão da Comissão Europeia COMP/M.2832 – *GENERAL MOTORS/ DAEWOO MOTORS*, de 22.07.2002.

¹¹ J.O. L 203 de 1.8.2002, p. 30-41.

¹² cfr. Decisão da Comissão Europeia n.º COMP/M.1526 – *FORD/KWIK – FIT*, de 31.05.1999.

33. Já no que se refere à comercialização de peças e acessórios, a Comissão Europeia, embora sem considerar necessário delimitar com precisão o âmbito geográfico, tem reconhecido que o mercado destes produtos apresenta, em princípio, uma dimensão geográfica europeia, dada a inexistência de barreiras técnicas ou alfandegárias, e ao baixo nível dos custos de transporte¹³.
34. De facto, os distribuidores de peças e acessórios em Portugal podem abastecer-se junto de fornecedores fora do território nacional. Uma vez que não existem barreiras à importação, não é necessário proceder à legalização destes produtos, ao contrário dos automóveis, e os custos de transporte não são significativos.
35. Neste contexto, a Autoridade da Concorrência entende que, para a análise dos efeitos da presente operação de concentração, e seguindo a sua prática decisória¹⁴, o *mercado geográfico relevante* é o mercado nacional no que se refere aos mercados (i) da *distribuição autorizada de veículos ligeiros novos*, (iii) da *reparação autorizada de veículos* e (iv) da *comercialização de veículos ligeiros usados* é o mercado nacional.
36. No que se refere ao mercado (ii) da *distribuição autorizada de peças e acessórios*, embora o mercado geográfico relevante possa ter um âmbito mais alargado, importa, nos termos da Lei n.º 18/2003, avaliar os seus efeitos desta operação no território nacional.
37. Deste modo, para efeitos de apreciação da presente operação de concentração, e dada a necessidade de observar os efeitos decorrentes da mesma no mercado nacional, consideramos que o mercado geográfico é efectivamente o território nacional, relativamente a todos os mercados do produto, definidos *supra*.

¹³ cfr. Decisão da Comissão n.º IV/M.1893 – BUTLER CAPITAL/ CDC/ AXA/ FINAUTO/ AUTODISTRIBUTION/ FINELIST, de 10.04.2000; Decisão da Comissão n.º COMP/M.3388 – FORD MOTOR COMPANY, LTD/POLAR MOTOR GROUP LTD, de 30.04.2004.

¹⁴ Vide Decisões do Conselho relativas à Ccent. 33/2004 – FS IBÉRICA, SGPS, SA E CAETANO & SIMÃO, SGPS, S.A., de 25.01.2005; à Ccent 42/2004 – MERCEDES BENZ/C. SANTOS ALVERCA, de 24.01.2005; à

V – ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

5. Avaliação jusconcorrencial

38. Como tanto a adquirente como a empresa-alvo estão presentes nos mercados relevantes acima referidos, verificar-se-á, com a operação de concentração notificada, uma sobreposição horizontal entre as suas actividades. Além do mais, o Grupo Auto Sueco também se dedica à importação de veículos automóveis novo, actividade que se situa a montante dos mercados relevantes acima identificados.
39. A avaliação concorrencial da operação de concentração notificada implicará, deste modo, a análise dos efeitos horizontais da mesma em cada um dos mercados relevantes e a apreciação de eventuais efeitos verticais.

5.1. Efeitos Horizontais

5.1.1. Mercado da distribuição autorizada de veículos ligeiros novos

40. A oferta no mercado da distribuição de veículos ligeiros novos é muito pulverizada, existindo mais de 1720 operadores no mercado, de acordo com os dados da ACAP – Associação do Comércio Automóvel em Portugal, doravante “ACAP”.
41. Atendendo ao número de veículos ligeiros de passageiros novos comercializados em 2005, estimaram-se as quotas de mercado das empresas participantes.

Ccent. 21/2005- FOGECA*SETUCAR, de 17.06.2005; e à Ccent. 33/2006 - - FS IBÉRICA/AUTO COMERCIAL OURO, de 18.06.2006.

42. Segundo os dados provisórios da ACAP, apresentados pela notificante, em 2005 foram vendidos 273.203 veículos novos¹⁵. Neste universo e atendendo ao volume de vendas das participantes, as respectivas quotas de mercado em 2005 são as seguintes:

Quadro 4: Quotas das empresas participantes no mercado da distribuição de veículos ligeiros novos em 2005

Empresa	Viaturas vendidas (unidades)	Quota (%)
<i>Grupo Auto Sueco</i>	[...]	[1-10]
<i>FÓRMULA H</i>	[...]	[<1]
Quota conjunta	[...]	[1-10]
Viaturas novas vendidas Nacional	273 203	100

Fonte: Notificante.

43. Conforme ilustrado na tabela anterior, verificamos que o Grupo Auto Sueco vai registar, em consequência desta operação um ligeiro acréscimo, [<1]%, nas respectivas quotas de mercado correspondente à aquisição vertente.
44. Atendendo à natureza atomística que esta estrutura da oferta apresenta - mais de [...] - não é necessário calcular com exactidão o grau de concentração deste mercado, medido pelo IHH¹⁶, indicando-se, todavia, e tendo em conta a estimativa das quotas de mercado dos concorrentes, apresentados pela empresa notificante, que o mesmo seja, seguramente, inferior a 1000, nível que corresponde a mercados pouco concentrados.

Quadro 5: Quotas dos principais concorrentes no mercado da distribuição de veículos ligeiros novos em 2005

¹⁵ Inclui ligeiros de passageiros, comerciais ligeiros e todo-o-terreno.

¹⁶ IHH é o Índice de *Herfindahl-Hirschman*, calculado como a soma dos quadrados das quotas das empresas a operar no mercado relevante, assim traduzindo o grau de concentração nesse mercado, e variando entre 0 e 10 000. A Comissão Europeia aplica frequentemente o Índice *Herfindahl-Hirschman* (IHH) para conhecer o nível de concentração global existente num mercado – neste sentido vão as mais recentes *guidelines* em matéria apreciação de concentrações nos termos do Regulamento de controlo de concentrações (cf. Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004).

Concorrentes	Quota de Mercado (%)
Renault Nissan Portugal, S.A.	[0-10]
RCI Gest - Sociedade - Sociedade de Comercio de Automóveis, S.A	[0-10]
PSA Gestão-Comercio e Aluguer de Veículos, S.A	[0-10]
SIVA - Sociedade Importadora de Veículos Automóveis, S.A..	[0-10]
Mercedes Benz Portugal	[0-10]
Peugeot Portugal	[0-10]
General Motor Portugal	[0-10]
GMAC – Comércio e Aluguer de Veículos, Lda.	[0-10]
Auto – Industrial, S.A.	[0-10]
Ford Lusitana, S.A.	[0-10]

Fonte: Notificante.

45. Também o *delta*¹⁷ correspondente é bastante reduzido, elevando-se a [<150].
46. Estamos, assim, perante níveis de concentração e de *delta* em que a própria Comissão¹⁸ considera que é pouco provável que se identifiquem preocupações concorrenciais de natureza horizontal, não justificando, em princípio, uma análise aprofundada.
47. Ademais, no que a eventuais barreiras à entrada neste mercado diz respeito, as regras comunitárias relativas à distribuição automóvel¹⁹ vieram introduzir uma maior concorrência entre os diferentes canais de distribuição retalhista automóvel, pela possibilidade da comercialização “*multimarca*”, com benefício para o consumidor, designadamente ao nível dos preços e do alargamento do seu leque de escolha.

¹⁷ Por *Delta* entende-se a diferença entre o valor do *IHH* pós concentração e o valor do *IHH* pré concentração.

¹⁸ Vide “Orientações para a apreciação de concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações”.

¹⁹ Regulamento Comunitário n.º 1400/2002 da Comissão, de 31 de Julho de 2002, relativo à aplicação do n.º 3 do artigo 81.º do Tratado a certas categorias de acordos verticais e práticas concertadas no sector automóvel.

5.1.2. Mercado da distribuição autorizada de peças e acessórios

48. A notificante afirma não dispor de informação rigorosa relativa às quotas das empresas presentes neste mercado, em virtude de não existir qualquer estudo relativo ao mesmo. Todavia salienta que se trata de um mercado muito atomizado, em que operam vários operadores e existe um vasto leque de oferta disponível.
49. Neste mercado, segundo a notificante verifica-se um elevado grau de concorrência, sobretudo entre “peças de marca branca” e as peças ditas “originais”, o que tem obrigado a um importante reposicionamento dos principais *players* que nele actuam e à entrada de novos *players* no mercado.
50. De acordo com dados facultados pela notificante, estima-se que este mercado tenha registado, em 2005, um valor global de €[...] milhares de euros, no território nacional.
51. Os dados fornecidos pela notificante indicam que as empresas envolvidas na operação registaram, no mercado em apreço, vendas globais de €[...] milhares de Euros, em Portugal.
52. Neste universo e atendendo ao volume de vendas das participantes, as respectivas quotas de mercado em 2005 são as seguintes:

Quadro 6: Quotas das empresas participantes no mercado de distribuição autorizada de peças e acessórios em 2005

Empresa	Volume de vendas (milhares de €)	Quota (%)
<i>Grupo Auto Sueco</i>	[...]	[<1]
<i>FÓRMULA H</i>	[...]	[<1]
Quota conjunta	[...]	[<1]
Volume de vendas nacional	[...]	100

Fonte: Notificante.

53. Como se verifica *supra*, também neste mercado há sobreposição horizontal entre adquirente e adquirida, referindo, no entanto, a notificante, que a maioria das peças vendidas pelas empresas envolvidas são incorporadas nas reparações efectuadas nas próprias oficinas.
54. Apresenta-se, seguidamente, no quadro infra uma amostra ilustrando, a nível nacional, a distribuição das quotas das principais empresas, que operam neste mercado.

Quadro 7: Quotas dos principais concorrentes no mercado de distribuição autorizada de peças e acessórios em 2005, no território nacional.

Concorrentes	Quota (%)
Renault Nissan Portugal, S.A.	[0-10]
RCI Gest - Sociedade - Sociedade de Comercio de Automóveis, S.A	[0-10]
PSA Gestão-Comercio e Aluguer de Veículos, S.A	[0-10]
SIVA - Sociedade Importadora de Veículos Automóveis, S.A..	[0-10]
Mercedes Benz Portugal	[0-10]
Peugeot Portugal	[0-10]
General Motor Portugal	[0-10]
GMAC - Comércio e Aluguer de Veículos, Lda.	[0-10]
Auto – Industrial, S.A.	[0-10]
Ford Lusitana, S.A.	[0-10]

Fonte: Notificante.

55. A nível nacional, o mercado apresenta uma estrutura muito pulverizada, sendo que as dez principais empresas detêm cerca de [...]% do mesmo, pelo que o impacto desta operação, que se traduz numa quota conjunta inferior a [...]%, se afigura de “*minimis*”.

5.1.3. Mercado da reparação autorizada de veículos

56. No que concerne a este mercado, a empresa notificante clarifica que no mercado da reparação autorizada de veículos pontuam, quer oficinas supervisionadas pelos representantes das marcas – como é o caso das oficinas das empresas participantes na operação de concentração notificada - , quer oficinas independentes.
57. De acordo com estimativas efectuadas pela empresa notificante, o valor global do mercado nacional de reparação autorizada de veículos terá ascendido, em 2005, a cerca de €[...] milhares de euros.
58. Também neste mercado existe sobreposição horizontal, estimando-se, com base no volume de negócios registado pelas empresas envolvidas na operação, as seguintes quotas de mercado:

Quadro 8: Quotas das empresas participantes no mercado da reparação autorizada de veículos em 2005

Empresa	Reparação de veículos (milhares de €)	Quota (%)
<i>Grupo Auto Sueco</i>	[...]	[<1]
<i>FÓRMULA H</i>	[...]	[<1]
Quota conjunta	[...]	[<1]
Volume de vendas global	[...]	100

Fonte: Notificante.

59. Atendendo a que também neste mercado a oferta apresenta uma estrutura atomística não é possível calcular com exactidão o grau de concentração deste mercado, medido pelo

IHH²⁰, estimando-se, todavia, com base da estimativa das quotas de mercado dos principais concorrentes neste mercado, apresentados pela notificante, que o mesmo seja inferior a 1000, o qual corresponde a mercados pouco concentrados.

Quadro 9: Quotas dos principais concorrentes no mercado da reparação autorizada de veículos em 2005

Concorrentes	Quota de Mercado (%)
Renault Nissan Portugal, S.A.	[0-10]
RCI Gest - Sociedade - Sociedade de Comercio de Automóveis, S.A	[0-10]
PSA Gestão-Comercio e Aluguer de Veículos, S.A	[0-10]
SIVA - Sociedade Importadora de Veículos Automóveis, S.A..	[0-10]
Mercedes Benz Portugal	[0-10]
Peugeot Portugal	[0-10]
General Motor Portugal	[0-10]
GMAC - Comércio e Aluguer de Veículos, Lda.	[0-10]
Auto – Industrial, S.A.	[0-10]
Ford Lusitana, S.A.	[0-10]

Fonte: Notificante.

60. Também o *delta*²¹ correspondente é bastante reduzido, elevando-se a [<150].
61. Estamos, assim, perante níveis de concentração e de *delta* em que a própria Comissão²² considera que é pouco provável que se identifiquem preocupações concorrenciais de natureza horizontal, não justificando, em princípio, uma análise aprofundada.

²⁰ *IHH* é o Índice de *Herfindahl-Hirschman*, calculado como a soma dos quadrados das quotas das empresas a operar no mercado relevante, assim traduzindo o grau de concentração nesse mercado, e variando entre 0 e 10 000. A Comissão Europeia aplica frequentemente o Índice *Herfindahl-Hirschman* (*IHH*) para conhecer o nível de concentração global existente num mercado – neste sentido vão as mais recentes *guidelines* em matéria de apreciação de concentrações nos termos do Regulamento de controlo de concentrações (cf. Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004).

²¹ Por *Delta* entende-se a diferença entre o valor do *IHH* pós concentração e o valor do *IHH* pré concentração.

5.1.4. Mercado da comercialização de veículos usados

62. A presença das empresas participantes neste mercado justifica-se pela necessidade de comercializarem as viaturas usadas, que recebem como retoma na venda de veículos novos.
63. A notificante afirma que se trata de um mercado com um número muito elevado de operadores - não existindo, contudo, dados que permitam aferir nem o seu número exacto, nem as respectivas quotas - e no qual se faz sentir uma grande pressão concorrencial, por parte de operadores que não estão legalizados.
64. Não obstante, a notificante acrescenta que, segundo dados estatísticos da APOCOP – Associação Portuguesa de Concessionários, baseados em registos da Conservatória do Registo Automóvel relativos a viaturas usadas, transaccionadas no mercado nacional,²³ o número total de registos automóveis foi, em 2005, de [...] unidades.
65. As empresas envolvidas na operação venderam, no seu conjunto, em 2005, [...] veículos usados – [...] vendidos pelo Grupo Auto Sueco e [...] vendidos pela FÓRMULA H - que correspondem a uma quota de mercado conjunta de [<1]%, o que corresponde a um acréscimo de quota de mercado registada pelo Grupo Auto Sueco de [<1]%.
66. Estamos, assim, perante níveis de concentração e de *delta* em que a própria Comissão²⁴ considera que é pouco provável que se identifiquem preocupações concorrenciais de natureza horizontal, não justificando, em princípio, uma análise aprofundada.

Quadro 10: Quotas dos principais concorrentes no mercado da comercialização de veículos usados em 2005.

²² Vide “Orientações para a apreciação de concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações”.

²³ Dados estatísticos da APOCOP – Associação Portuguesa de Concessionários Peugeot, baseados em registos da Conservatória do Registo Automóvel, expressos em números de viaturas usadas, transaccionadas no mercado nacional.

²⁴ Vide “Orientações para a apreciação de concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações”.

Concorrentes	Quota de Mercado (%)
Renault Nissan Portugal, S.A.	[0-10]
RCI Gest - Sociedade - Sociedade de Comercio de Automóveis, S.A	[0-10]
PSA Gestão-Comercio e Aluguer de Veículos, S.A	[0-10]
SIVA - Sociedade Importadora de Veículos Automóveis, S.A..	[0-10]
Mercedes Benz Portugal	[0-10]
Peugeot Portugal	[0-10]
General Motor Portugal	[0-10]
GMAC - Comércio e Aluguer de Veículos, Lda.	[0-10]
Auto – Industrial, S.A.	[0-10]
Ford Lusitana, S.A.	[0-10]

Fonte: Notificante.

5.2. Efeitos verticais

67. Ainda que o Grupo Auto Sueco em que a empresa adquirente pertence também importe veículos ligeiros novos, e ainda que, no limite, a empresa a adquirir comercialize apenas os veículos importados por essa empresa, ainda assim, atendendo à estrutura atomística que se verifica ao nível do retalho e à possibilidade de cada ponto de venda comercializar várias marcas, não é susceptível que da presente operação resultem significativos efeitos verticais restritivos da concorrência.

VI- AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

68. Nos termos do n.º 2 do artigo 38.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, foi dispensada a audição prévia dos autores da notificação, dada a ausência de contra-interessados e o sentido da decisão que é de não oposição.

VII – CONCLUSÃO

O Conselho da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea b) do n.º 1 do artigo 17.º dos respectivos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003 de 18 de Janeiro, decidiu adoptar uma decisão de não oposição à presente operação de concentração, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 Junho, uma vez que a mesma não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva nos *mercados nacionais (i) da distribuição autorizada de veículos ligeiros novos (ii) da distribuição autorizada de peças e acessórios, (iii) da reparação autorizada de veículos, e (iv) da comercialização de veículos usados.*

Autoridade da Concorrência, 23 de Novembro de 2006

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Prof. Doutor Abel Mateus

(Presidente)

Dra. Teresa Moreira

(Vogal)

Eng.º Eduardo Lopes Rodrigues

(Vogal)