



**Ccent. 25/2014  
Alaska\* Auchan/IAPAT**

**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]

16/10/2014

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

**Processo Ccent. 25/2014 – Alaska\* Auchan/IAPAT**

**1. OPERAÇÃO NOTIFICADA**

1. Em 19 de setembro de 2014, foi notificada à Autoridade da Concorrência, nos termos dos artigos 37.º e 44.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (doravante “Lei da Concorrência”), uma operação de concentração que consiste na aquisição, pelo fundo de investimento Alaska Permanent Fund (“APF”) e pela Immochan (filial imobiliária do Groupe Auchan), através da Soficole Exploitiemaatschappij B.V. (“Soficole”) e da Coordauchan-Coordenação de Serviços, S.A., (as duas últimas designadas conjuntamente “Entidades Immochan”), do controlo conjunto sobre a IAPAT-Gestão e Exploração de Centros Comerciais, S.A (“IAPAT”), até aqui detida exclusivamente pelo Immochan.
2. As atividades das partes envolvidas na operação de concentração são as seguintes:
  - **APF** – Fundo de investimento que gere, para além dos seus ativos, outros fundos do Estado do Alaska, designados Alaska Mental Health Trust Fund. Na União Europeia o APF dispõe dos ativos Golden Square Shopping Center, recentemente adquiridos em Warrington (Inglaterra). Trata-se da primeira transação em Portugal deste fundo, pelo que o mesmo não realizou, em 2013, qualquer volume de negócios no território nacional.
  - **Entidades Immochan** – Empresas que integram o Grupo internacional Auchan que, para além de atuar na distribuição alimentar, através de cadeias de hipermercados e supermercados, está igualmente presente no setor imobiliário, através da Immochan. O Grupo internacional Auchan está também ativo no sector financeiro, através da filial Oney Banque Accord, no desenvolvimento de comércio eletrónico e no abastecimento retalhista de combustíveis. A Immochan é totalmente detida pelo grupo Auchan. O Grupo Auchan realizou em Portugal, em 2013, um volume de negócios calculado nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, de € [**>100**] milhões.
  - **IAPAT** – Sociedade recentemente criada, na sequência da operação de cisão da Multicenco-Estabelecimentos Comerciais, S.A., (“Multicenco”), uma subsidiária indiretamente controlada pela Immochan<sup>1</sup> e que é proprietária da galeria comercial que integra o centro comercial Alegro Alfragide. Em 2013 a IAPAT realizou um volume de negócios, calculado nos termos do artigo 39.º da lei da Concorrência, de € [**>5**] milhões<sup>2</sup>.
3. No âmbito da operação, tal como notificada, a Soficole venderá ao APF European Holding B.V., subsidiária do APF, 50% das ações da IAPAT, passando esta a ser

---

<sup>1</sup> A galeria comercial que integra o centro comercial passará a ser da titularidade da IAPAT, uma sociedade criada recentemente e detida conjuntamente, pela Soficole Exploitiemaatschappij B.V. (“Soficole”) e pela Coordauchan-Coordenação de Serviços, S.A. A Soficole e a Coordauchan são conjuntamente designadas “Entidades Immochan”.

<sup>2</sup> Atendendo a que a IAPAT não desenvolvia em 2013 qualquer atividade e portanto, não apresenta volume de negócios antes da transferência da galeria comercial, as Notificantes fornecem o volume de negócios que foi transferido para a IAPAT, em consequência da cisão da Multicenco.

controlada conjuntamente e em partes iguais pelo APF e pela Immochan, através das Entidades Immochan.

4. Nos termos do Acordo Parassocial da Sociedade IAPAT<sup>3</sup>, esta sociedade irá dedicar-se à gestão e comercialização de conjuntos comerciais<sup>4</sup> e, ainda, à exploração de imóveis destinados à instalação de conjuntos comerciais.
5. Trata-se, na presente operação, da passagem de controlo exclusivo para controlo conjunto, em que a empresa que adquire o controlo conjunto, a APF, não detém, fora da empresa comum, atividade nos mercados em que se encontra presente a empresa comum, a IAPAT, ou em mercados relacionados verticalmente.
6. A operação notificada configura uma concentração de empresas na aceção da alínea b) do n.º 1 do artigo 36.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, por preencher a condição enunciada na alínea c) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.

## **2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL**

### **2.1. Mercado do Produto e Geográfico Relevante**

7. Conforme *supra* referido, o objeto social da IAPAT consiste na comercialização de conjuntos comerciais, na compra para revenda e na locação/arrendamento de imóveis destinados à instalação de conjuntos comerciais.
8. Todavia, as Notificantes entendem que, no presente caso, a definição de mercado relevante pode ser deixada em aberto, porquanto, ainda que se adotasse uma delimitação mais fina, a operação não teria “*impacto significativo ao nível da concorrência*”.
9. No âmbito da delimitação do mercado relevante, para efeitos de análise da presente operação de concentração, importa ter presente que a IAPAT é proprietária da galeria comercial que integra o centro comercial Alegro Alfragide e que apenas está presente ao nível dos centros comerciais de formato tradicional.
10. Esta atividade enquadra-se no mercado da locação de espaços comerciais de formato tradicional de “muito grande”, “grande” e “média” dimensão, definido no âmbito do processo relativo à operação de concentração com a referência Ccent n.º 12/2013 Sierra/Cascaishopping<sup>5</sup>.
11. Com efeito, a AdC considerou naquele processo que se deveria distinguir não só entre a locação de espaços para fins comerciais e a locação de espaços para fins habitacionais<sup>6</sup>, mas também, entre a cedência de espaços para fins comerciais em espaços integrados (como centros comerciais e galerias) e a cedência de espaços para fins comerciais em ruas tradicionais, atendendo a que, na ótica da procura, os diferentes tipos de espaços visam necessidades distintas<sup>7</sup>.

---

<sup>3</sup> Cfr. n.º 1 do artigo 3.º.

<sup>4</sup> Por “conjuntos comerciais” entende-se Centros Comerciais e Galerias.

<sup>5</sup> Cfr. §18.

<sup>6</sup> Neste sentido, *vide* a Decisão da AdC, relativa à Ccent. n.º 1/2006 – Grosvenor/ Sonae/ Sonae Sierra, de 14 de fevereiro de 2006, e a decisão da Comissão Europeia, relativa ao caso n.º COMP/M.2110 – Deutsche Bank/SEI/JV, de 25 de setembro de 2000.

<sup>7</sup> *Vide* Decisão Ccent n.º 12/2013 - Sierra/Cascaishopping, de 18 de Abril.

12. A AdC, em casos anteriores, adotou ainda uma distinção adicional, não só entre os espaços comerciais disponibilizados em centros comerciais tradicionais e centros comerciais especializados<sup>8</sup>, mas também entre centros comerciais de diferente dimensão, tendo por base a classificação adotada pela Associação Portuguesa de Centros Comerciais (“APCC”).<sup>9,10</sup>
13. Em conclusão, com base na tipologia definida pela APCC e atendendo a que esta galeria comercial integra um centro comercial de média dimensão<sup>11</sup>, a AdC considera que, para efeitos da presente operação, o mercado do produto relevante corresponderá *ao mercado da locação de espaços comerciais de formato tradicional de “muito grande”, “grande” e “média” dimensão.*
14. No que se refere ao mercado geográfico, a Notificante considera que o mesmo corresponde ao território nacional, “(...) *uma vez que, na ótica da procura, as condições de concorrência são homogêneas em todo o território nacional*”.
15. A AdC, em linha com a sua prática decisória anterior<sup>12</sup>, considera que o âmbito geográfico do mercado do produto relevante compreende a totalidade do território nacional, porquanto, na perspetiva da procura, as condições de concorrência são homogêneas em todo o país<sup>13</sup>.

### **Conclusão**

16. Em face do exposto, o mercado relevante, para efeitos da presente operação, corresponderá *ao da locação de espaços comerciais de formato tradicional de “muito grande”, “grande” e “média” dimensão, no território nacional.*

## **2.2. Avaliação jus-concorrencial**

17. De acordo com dados das Notificantes, que têm por base os dados do Anuário dos Centros Comerciais de 2014 da APCC, e informações adicionais, o mercado da

---

<sup>8</sup> Vide Decisão da Autoridade da Concorrência, relativa à Ccent. n.º 27/2007 – Carlyle/Freeport, de 11 de maio de 2007, em que se considerou que o mercado do produto relevante correspondia ao mercado da locação de espaços comerciais em *outlet centres*.

<sup>9</sup> Vide Decisão da Autoridade da Concorrência, relativa à Ccent. n.º 13/2013, de 18 de abril, §18. A APCC classifica os centros comerciais de formato tradicional (*i.e.* os centros comerciais que incluem retalho indiferenciado, integrado em empreendimento fechado ou “a céu aberto”) segundo a sua dimensão, em termos de Área Bruta Locável (“ABL”): pequena dimensão, entre 5.000 m<sup>2</sup> e 19.999 m<sup>2</sup>; média dimensão, entre 20.000 m<sup>2</sup> e 39.999 m<sup>2</sup>; grande dimensão, entre 40.000 m<sup>2</sup> e 79.999 m<sup>2</sup>; e muito grande dimensão, 80.000 m<sup>2</sup> e superior.

<sup>10</sup> Com efeito justifica-se a diferenciação referida tendo em conta a diferente natureza do retalho prosseguida pelos dois formatos, o respetivo público-alvo e os custos associados à locação/cedência de espaços.

<sup>11</sup> ABL de 39 767 m<sup>2</sup> para comércio.

<sup>12</sup> Cfr. Decisões da AdC, relativas às operações, Ccent. n.º1/2006- Grosvenor/Sonae/Sonae Sierra, Ccent. n.º 8/2006-Sonaecom/PT, e Ccent. n.º 27/2007-Carlyle/Freeport, e Ccent.n.º 73/2007-Sonae Sierra/Gaiashopping/Arrábidadashopping.

<sup>13</sup> Vide §20 da Decisão relativa à Ccent12/2013-Sierra/Cascaishopping atendendo “*a que a procura é sobretudo constituída por cadeias de âmbito nacional ou internacional, cuja opção, quanto à localização dos seus estabelecimentos comerciais, é definida segundo uma estratégia de implantação nacional, em função, designadamente, das condições oferecidas pelos proprietários dos centros comerciais*”.

locação de espaços comerciais integrados, apresenta em termos de área bruta locável para comércio (ABL), uma área total em m<sup>2</sup>, a nível nacional, de 2 688,6 mil<sup>14</sup>.

18. De acordo com a dimensão apresentada para o mercado o grupo Auchan, já incluindo a galeria comercial da IAPAT, apresenta uma quota de mercado de **[5-10]**%.
19. Acrescentam as Notificantes, que os principais *concorrentes* do grupo Auchan são a Sierra Fund/Sierra Portugal Fund, com uma quota de mercado de **[20-30]**%, a Klépierre, com **[5-10]**% e a Mundicenter com **[5-10]**%.
20. Tal como referido no §5 *supra*, está em causa na presente operação de concentração a passagem do controlo exclusivo pelo Grupo Auchan, através das Entidades Immochan, para controlo conjunto pelas APF e Entidades Immochan, sobre a IAPAT, acresce que a APF não opera ainda em Portugal, pelo que não detém qualquer atividade no mesmo mercado da IAPAT nem em mercados relacionados verticalmente.
21. A IAPAT, relativamente à qual se verificará, na sequência desta operação de concentração, a passagem de controlo exclusivo para controlo conjunto, representa uma quota de mercado muito reduzida correspondente a **[0-5]**%.
22. Tendo em conta o *supra* exposto, bem como o facto de o fundo APF não deter outros ativos no território nacional, conclui-se que a presente operação de concentração não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no *mercado nacional da locação de espaços comerciais de formato tradicional de “muito grande”, “grande” e “média” dimensão*, ou em mercados com este relacionados.

### 3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

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

---

<sup>14</sup> As Notificantes apresentam estimativas em quantidade dada a dificuldade em obter dados em valor, com base nas receitas resultantes da locação de espaços comerciais. As Notificantes apresentam dados em quantidade com base em estimativas do critério “Área Bruta Locável para comércio” (ABL).  
**Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial.**

#### **4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO**

24. Face ao exposto, o Conselho da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea a) do n.º 3 do artigo 6.º dos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 125/2014, de 18 de agosto, delibera adotar uma decisão de não oposição à presente 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 mercado relevante identificado.

Lisboa, 16 de outubro de 2014

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

---

António Ferreira Gomes  
Presidente

---

Nuno Rocha de Carvalho  
Vogal

---

Maria João Melícias  
Vogal

## **Índice**

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL.....	3
2.1. Mercado do Produto e Geográfico Relevante .....	3
2.2. Avaliação jus-concorrencial .....	4
3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	5
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO .....	6