



**Ccent. 54/2015  
APF/Auchan**

**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]

03/12/2015

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO  
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA****Processo Ccent. 54/2015 – APF/Auchan****1. OPERAÇÃO NOTIFICADA**

1. Em 6 de novembro de 2015, foi notificada à Autoridade da Concorrência (“AdC”), nos termos dos artigos 37.º e 44.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (doravante “Lei da Concorrência”), uma operação de concentração que consiste na aquisição, pelo Alaska Permanent Fund (“APF”), detentor da APF European Holding B.V., de uma participação de 50% numa sociedade a ser constituída com o objetivo de ser a proprietária da galeria comercial, que faz parte do Centro Comercial Alegro Setúbal, localizado em Setúbal, Portugal (a “Galeria Comercial”). A Galeria Comercial é, atualmente, propriedade, entre várias outras galerias comerciais localizadas em Portugal, da MULTICENCO – Estabelecimentos Comerciais S.A. (“MULTICENCO”), uma sociedade totalmente detida pela IMMOCHAN (filial imobiliária do GROUPE AUCHAN, doravante “AUCHAN”).
2. Uma vez que o objeto da presente operação de concentração está circunscrito à Galeria Comercial, deverá verificar-se a cisão da MULTICENCO e, nesta sequência e de acordo com as informações disponibilizadas pelas Notificantes, ser constituída a sociedade anónima denominada ALEGRO SETÚBAL – Gestão e Exploração de Centros Comerciais, S.A. (“ALEGRO SETÚBAL”), a qual deverá passar a deter a propriedade da galeria comercial que integra o Centro Comercial Alegro de Setúbal, bem como todos os direitos, obrigações, contratos e passivos ligados a esta<sup>1</sup>. Como resultado da operação de concentração, o APF e o AUCHAN controlarão conjuntamente a ALEGRO SETÚBAL (e, portanto, a Galeria Comercial<sup>2</sup>).
3. As atividades das partes envolvidas na operação de concentração são as seguintes:
  - **APF** – é um fundo constitucional, estabelecido ao abrigo do artigo IX, secção 15, da Constituição do Alaska, para gerir os ativos do APF e de outros fundos do Estado do Alaska através dos funcionários e diretores do Alaska Permanent Fund Corporation, empresa pública e organismo do Estado do Alaska, nos termos do capítulo 37.13 dos Estatutos do APF. Em 2014, o APF realizou um volume de negócios de [<100] milhões de euros em Portugal.
  - **Auchan** – é um grupo internacional cuja principal atividade consiste na venda a retalho de bens de consumo diário, desenvolvendo esta atividade em vários países, incluindo Portugal. O Grupo prossegue, também, entre outras, atividades no setor

<sup>1</sup> Cf. contrato de compra e venda junto pelas Notificantes, como Anexo 2, à Notificação e minuta de Acordo Parassocial anexa ao contrato em referência (Anexo 4 da Notificação).

<sup>2</sup> A galeria comercial do Centro Comercial Alegro de Setúbal é constituída pelas frações autónomas designadas pelas letras B e Q e respetivas áreas comuns do prédio urbano constituído sob o regime de propriedade horizontal, sito na Avenida Antero de Quental, Freguesia de Setúbal (São Sebastião), Concelho de Setúbal, descrito na 2.ª Conservatória do Registo Predial de Setúbal sob o número 3187 e inscrito na matriz predial urbana sob o artigo provisório P18467 e pelas frações autónomas designadas pelas letras A e W e respetivas áreas comuns do mesmo prédio urbano, constituído sob o regime da propriedade horizontal designado por Lote 17, localizado em Nova Sintra, Freguesia de Setúbal (São Sebastião), Concelho de Setúbal, descrito na 2.ª Conservatória do Registo Predial de Setúbal sob o número 9232 e inscrito na matriz predial urbana sob o artigo provisório P18466.

imobiliário, recorrendo à sua filial imobiliária Immochan, e em outros setores económicos, como sejam o bancário, o dos combustíveis líquidos. Em 2014, o Auchan realizou um volume de negócios de [>100] milhões de euros em Portugal.

- **Alegro Setúbal** – o volume de negócios previsto para 2015 para estes ativos é de [<100] milhões de euros correspondente à soma das receitas das rendas mensais.
4. 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 prevista na alínea c), n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma legal.

## 2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

### 2.1. Mercados do Produto e Geográfico Relevantes

5. Conforme *supra* referido, a presente operação visa a aquisição do controlo conjunto da Alegro Setúbal, uma sociedade a ser constituída com o objetivo de ser a proprietária da Galeria Comercial do Centro Comercial Alegro Setúbal.
6. Deste modo, e na medida em que a finalidade da nova empresa está circunscrita à detenção e transmissão da referida Galeria Comercial por conta das empresas-mãe, é entendimento das Notificantes que a presente análise se deve cingir à atividade económica desta nova empresa.
7. Com base na prática decisória da AdC e na tipologia definida pela Associação Portuguesa de Centros Comerciais (“APCC”), as Partes consideram que, para efeitos da presente operação, o mercado de produto relevante corresponde ao mercado da locação de espaços comerciais de formato tradicional de “muito grande”, “grande” e “média” dimensão.
8. Importa ter presente que o APF, como novo acionista da Alegro Setúbal, desenvolve atividades que se podem sobrepor às atividades desenvolvidas por esta última sociedade, uma vez que o APF detém [40-50]% da Galeria Comercial que integra o Alegro Alfragide.
9. Todavia, segundo as Notificantes, esta posição por parte do APF representa uma presença reduzida no mercado relevante *supra* definido, como tal, entendem que, no presente caso, a definição de mercado pode ser deixada em aberto, porquanto, ainda que se adotasse uma delimitação mais fina, a operação não teria “*impacto significativo ao nível da concorrência*”.
10. Na sua prática decisória a AdC tem considerado que se deve distinguir não apenas entre a locação de espaços para fins comerciais e a locação de espaços de espaços para fins habitacionais<sup>3</sup>, mas também, entre a cedência de espaços para fins comerciais em espaços integrados (tais como centros comerciais e galerias) e a cedência de espaços para fins comerciais em ruas tradicionais, atendendo a que, os diferentes tipos de espaços visam necessidades distintas<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Vide neste sentido 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>4</sup> Vide Decisão da AdC relativa à Ccent. n.º 12/2013 – Sierra/Cascaishopping, de 18 de abril de 2013.

11. A AdC adotou ainda uma distinção adicional, não só entre os espaços comerciais disponibilizados em centros comerciais tradicionais e centros comerciais especializados<sup>5</sup>, mas também entre centros comerciais de diferente dimensão, tendo por base a classificação adotada pela APCC<sup>6</sup>.
12. Face ao exposto, com base na tipologia definida pela APCC e atendendo a que esta galeria comercial integra um centro comercial de média dimensão<sup>7</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 “muito grande”, “grande” e “média” dimensão.
13. No que ao mercado geográfico respeita, as Notificantes consideram que o seu âmbito é nacional, *“uma vez que, na ótica da procura, as condições de concorrência são homogêneas em todo o território nacional”*.
14. A AdC, em linha com a sua prática decisória<sup>8</sup>, considera que o âmbito geográfico do mercado do produto relevante *supra* definido é o território nacional, na medida em que, do ponto de vista da procura, as condições de concorrência são homogêneas em todo o país<sup>9</sup>.

## 2.2. Avaliação jusconcorrencial

15. De acordo com os dados disponibilizados pelas Notificantes, que têm por base os dados do Anuário dos Centros Comerciais de 2014 da APCC, o mercado da locação de espaços comerciais de formato tradicional de “muito grande”, “grande” e “média” dimensão, apresenta, em termos de área bruta locável para comércio, a nível nacional<sup>10</sup>, de 2.683.283 de m<sup>2</sup>.
16. O grupo Auchan apresenta, para o ano de 2014, uma quota de mercado de [5-10]%, não incluindo a galeria comercial Alegro Setúbal. Por sua vez, o APF apresenta uma quota de mercado para esse mesmo ano de [0-5]%, quota esta que corresponde à exploração da galeria comercial que integra o Alegro Alfragide.

---

<sup>5</sup> Vide Decisão da AdC relativa à Ccent. n.º 27/2007 – Carlyle/Freeport, de 11 de maio de 2007, em que foi considerado que o mercado do produto relevante correspondia ao mercado da locação de espaços comerciais em *outlet centres*.

<sup>6</sup> A APCC classifica os centros comerciais de formato tradicional (*i.e.* centros comerciais que incluem retalho indiferenciado, integrado em empreendimento fechado ou “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>7</sup>Área Bruta Locável para comércio de 27.520 m<sup>2</sup>.

<sup>8</sup> Cf. decisão da AdC relativa à Ccent. n.º 01/2006 – Grosvenor/Sonae/Sonae Sierra de 14 de fevereiro de 2006; decisão da AdC relativa à Ccent. n.º 27/2007 – Carlyle/Freeport de 11 de maio de 2007; e a decisão relativa à Ccent. 73/2007 – Sonae Sierra/Gaiashopping/Arrábidashopping de 30 de novembro de 2007.

<sup>9</sup> Vide §20 da decisão relativa à Ccent. n.º 12/2013 – 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.”*

<sup>10</sup> As Notificantes apresentam as estimativas em quantidade dada a dificuldade em obter dados em valor, com base nas receitas resultantes da locação de espaços comerciais. As Notificantes apresentam os dados em quantidade com base em estimativas do critério ABL.

17. Como seus principais concorrentes as Notificantes identificam o Sierra Fund/Sierra Portugal Fund, com uma quota de mercado de [30-40]%, a Klépierre, com [5-10]% e a Mundicenter com [5-10]%.
18. Conforme já salientado no parágrafo 2 *supra*, está em causa na presente operação a passagem do controlo exclusivo da Immochan relativamente à galeria comercial do Centro Comercial Alegro de Setúbal para um controlo conjunto – da Immochan e do APF – em partes iguais, da galeria comercial em referência.
19. Recorda-se que o APF já opera no mercado relevante definido, uma vez que é detentor de [40-50]% da galeria comercial que integra o Alegro Alfragide. No entanto, não só a sua quota de mercado é diminuta, como da presente operação resultará um acréscimo de quota também ele reduzido, na medida em que a quota de mercado da galeria comercial em causa representa [0-5]% do mercado.
20. Atendendo a todo exposto, 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.

### **3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS**

21. 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 terceiros interessados e o sentido da decisão, que é de não oposição.

#### **4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO**

22. Face ao exposto, o Conselho 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 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 nacional da locação de espaços comerciais de formato tradicional de “muito grande”, “grande” e “média” dimensão

Lisboa, 3 de dezembro de 2015

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

**X**

---

António Ferreira Gomes  
Presidente

**X**

---

Nuno Rocha de Carvalho  
Vogal

**X**

---

Maria João Melícias  
Vogal

## **Índice**

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL.....	3
2.1. Mercados do Produto e Geográfico Relevantes.....	3
2.2. Avaliação jusconcorrencial.....	4
3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	5
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO.....	6