



Ccent. 12/2017
Olimpo/Portitail

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]

20/04/2017

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

Processo Ccent. 12/2017 – Olimpo/Portitail

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 24 de março de 2017, 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 (“Lei da Concorrência”), uma operação de concentração que consiste na aquisição do controlo exclusivo da Portitail Investimentos Imobiliários (“Portitail”), através da aquisição da totalidade do respetivo capital social, pela Olimpo Real Estate SOCIMI, S.A. (“Olimpo”).
2. As atividades das partes envolvidas na operação de concentração são as seguintes:
 - **Olimpo** – sociedade de direito espanhol que se encontra ativa no mercado de arrendamento/comercialização de imóveis, tendo como alvo os mercados português e espanhol. A Olimpo dispõe de um conjunto de acionistas¹ mas nenhum deles exerce o controlo sobre a sociedade. A Olimpo não dispõe, à data, de atividades em Portugal.
 - **Portitail** – sociedade comercial de direito português, atualmente detida pela **[CONFIDENCIAL – Estrutura acionista]**. A Portitail é proprietária de um espaço comercial com o formato de *retail park*, situado em Portimão, o Portimão Retail Center, com uma área bruta locável de 11.967 m², repartida por oito lojas e um restaurante. Possui ainda um parque de estacionamento com capacidade para 435 viaturas. O volume de negócios da Portitail realizado em Portugal, no ano de 2016, calculado nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência foi de € [**<5**] milhões.
3. 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 a) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.

2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

2.1. Mercado do Produto e Geográfico Relevante

4. De acordo com a Notificante, o mercado relevante em causa na presente operação corresponde ao mercado de locação de espaços comerciais em formato *retail park*, a nível nacional.

¹ Onde se incluem a **[CONFIDENCIAL – Estrutura acionista]**, seus acionistas fundadores.

5. A Notificante baseou-se na prática decisória nacional² que distingue os espaços comerciais ditos tradicionais³ dos espaços comerciais especializados⁴, autonomizando, em particular dentro destes últimos, os *factory outlet centres* e os *retail parks*⁵.
6. Dada a inexistência de problemas jusconcorrenciais decorrentes da presente operação, qualquer que seja a definição de mercado adotada, a Notificante considera desnecessário proceder a uma segmentação adicional do mercado do produto relevante (designadamente em termos de dimensão).
7. Em termos geográficos, a Notificante considera que o mercado do produto relevante dispõe de dimensão nacional, desde logo por considerar que, do ponto de vista da procura, as condições de concorrência são homogêneas em todo o território nacional, podendo os lojistas escolher estabelecerem-se em qualquer parte do país. Também do lado da oferta, refere a Notificante que os principais *players* neste mercado encontram-se presentes em todas as diferentes regiões do país, sendo também a sua estratégia definida a nível nacional.
8. Do ponto de vista da Notificante, e considerando o hipotético mercado nacional de locação de espaços comerciais em formato *retail park*, a presente operação não seria notificável por não se encontrarem preenchidos nenhum dos critérios previstos no artigo 37.º da Lei da Concorrência.⁶
9. Ainda assim, a Notificante optou por apresentar a notificação da operação à cautela por não descartar a possibilidade de a AdC poder ter um entendimento distinto relativamente à delimitação geográfica do mercado proposto.
10. Neste contexto recorde-se que a AdC já analisou o mercado dos *outlet centres* tendo, em processos mais recentes⁷, deixado em aberto a exata delimitação da área geográfica relevante, admitindo, contudo, que a mesma pudesse ser regional (correspondendo à zona de influência de cada *outlet centre*).

² Vide, nomeadamente a decisão Ccent. 27/2007 - Carlyle/Freeport, ponto 45 (i) e (ii).

³ Correspondem a formatos integrados que incluem retalho diferenciado e são classificados de acordo com a respetiva dimensão.

⁴ Correspondem a formatos integrados classificados de acordo com o tipo de retalho especializado, ou outra atividade dominante, e a respetiva dimensão.

⁵ Também a tipologia de centros comerciais definida pela APCC diferencia formatos mais especializados, como *retail parks*, *factory outlet centres* e *leisure centres*.

Os **retail parks** correspondem a um formato específico que inclui unidades de comércio a retalho especializado, geralmente “*big boxes*” ou “*power stores*” com acesso direto ao parque de estacionamento ou a áreas pedonais, sendo classificado segundo a sua dimensão.

Os **factory outlet centres** correspondem a um formato que inclui unidades de comércio a retalho, de pequena e média dimensão, onde produtores e retalhistas vendem *merchandise* com desconto proveniente de *stocks* excedentários e/ou artigos com pequenos defeitos.

Os **leisure centres** são desenhados e planeados com uma combinação de equipamentos de diversão/desporto/cultura, incluindo uma forte componente de restauração e bares, bem como retalho de apoio **indiferenciado** (**Press Centre**, Tabacaria, *merchandise* temático, etc.). São geralmente ancorados em *Multiplex* de Cinemas, *Bowling* e *Health Clubs*.

⁶ Não só ao nível do volume de negócios, já identificado no ponto 2 *supra*, como pela quota da empresa alvo no hipotético mercado nacional da locação de espaços comerciais com o formato de *retail park*, estimada pela Notificante, em [0-5]%, por referência ao ano de 2015.

⁷ Vide processo Ccent 62/66 – Via Holdo/Irus, de 20 de janeiro de 2017, §§ 29 a 35.

11. Esta possibilidade resulta do facto de a procura por parte dos lojistas estar diretamente relacionada com a procura constituída pelos consumidores finais, ou seja, com o público-alvo que os lojistas pretendem atrair.
12. Efetivamente, a decisão estratégica de escolha dos locais para abertura de lojas depende dos consumidores que os lojistas pretendem alcançar, sendo que os consumidores, por sua vez, apenas estão dispostos a realizar deslocações que não excedam uma determinada duração (limitada) até ao *outlet centre*.⁸
13. Considerando que estes pressupostos podem ser igualmente válidos para os *retail parks* (atividade em causa na presente operação), desde logo por este tipo de espaço comercial especializado se localizar tendencialmente fora das áreas urbanas, poder-se-ia considerar que o mercado geográfico dos *retail parks* poderia ter âmbito regional, correspondendo a uma zona de influência de cada um deste tipo de espaço comercial especializado deste formato.
14. Considerando, porém, que a operação de concentração ora em análise não levanta preocupações jusconcorrenciais qualquer que seja a delimitação de mercado (nomeadamente geográfica) que possa vir a ser adotada, considera-se que a mesma pode ser deixada em aberto.
15. No entanto, considerando que uma delimitação geográfica mais restrita deste mercado é um cenário admissível e que nesse cenário a quota da empresa alvo é superior a 50%, será este mercado mais restrito (com dimensão regional⁹) que a AdC terá por referência para efeitos da análise da presente operação de concentração.

2.2. Avaliação jusconcorrencial

16. De acordo com a Notificante, não se verifica qualquer sobreposição das atividades das partes na operação, pelo que a mesma traduz-se numa mera transferência de quotas, sem qualquer impacto ao nível da estrutura de oferta, qualquer que fosse a delimitação de mercado a considerar no âmbito da presente operação de concentração.
17. Refira-se ainda que as partes na operação também não exercem atividades em mercados verticalmente relacionados (a montante ou a jusante) com o mercado relevante admitido na operação, nem em mercados vizinhos deste último.
18. Em face do exposto conclui-se que a operação de concentração em análise não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no território nacional ou em parte substancial deste.

⁸ Vide processo Ccent 62/66 – Via Holdo/Irus, § 32. Esta situação foi igualmente confirmada na investigação de mercado então desenvolvida pela AdC.

Acresce ainda que, no âmbito dessa investigação, a AdC concluiu que perante um hipotético pequeno aumento de preço das rendas num determinado formato de espaço comercial, os lojistas não mudariam as respetivas lojas para um espaço comercial de formato distinto (*vide* igualmente §25 do processo acima referido).

⁹ Admitindo uma área de influência de 60 a 90 minutos determinada a partir do Retail Park de Portimão.

3. AUDIÊNCIA PRÉVIA

19. 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

20. 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 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 em causa na operação.

Lisboa, 20 de abril de 2017

O Conselho de Administração da Autoridade da Concorrência,

X

Margarida Matos Rosa
Presidente

X

Nuno Rocha de Carvalho
Vogal

X

Maria João Melícias
Vogal

Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL.....	2
2.1. Mercado do Produto e Geográfico Relevante.....	2
2.2. Avaliação jusconcorrencial.....	4
3. AUDIÊNCIA PRÉVIA.....	5
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO.....	5