

Ccent. 18/2025

Fundo Shoppings Iberia I / CN Caldas da Rainha*CN Guarda

**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]

26/03/2025

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial.

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

Processo Ccent/2025/18 – Fundo Shoppings Iberia I / CN Caldas da Rainha*CN Guarda

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 6 de março de 2025, 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”), a operação de concentração consiste na aquisição, pela Point Capital Partners – SCR, S.A. (“Point Capital Partners”), sociedade gestora do Fundo Shoppings Iberia I – Fundo de Capital de Risco (“Fundo Shoppings Iberia I”), do controlo exclusivo do Centro Novo Caldas da Rainha, S.A. (“CN Caldas da Rainha”) e do Centro Novo Guarda, S.A. (“CN Guarda”), que operam sob a designação La Vie Caldas da Rainha Shopping Center (“LVCR”) e La Vie Guarda Shopping Center (“LVG”), respetivamente (“Adquiridas”) (em conjunto, as “Partes”).
2. As atividades das Partes são as seguintes:

- **Point Capital Partners** – dedica-se à gestão de fundos de capital de risco, investimento imobiliário, empreendedorismo social e investimento alternativo especializado, através da gestão de organismo de investimento alternativo e de fundos específicos. Dentro do âmbito de investimento imobiliário, importa relevar que é a sociedade gestora do **Fundo Shoppings Iberia I**, a qual se dedica ao investimento em sociedades e atividades nos setores do imobiliário e que detém, indiretamente, os centros comerciais Tavira Gran Plaza e Torreshopping.

Nos termos e para os efeitos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, em 2023, a Notificante realizou cerca de € [**<100**] milhões em Portugal.

- **Adquiridas** – são proprietárias e exploram os centros comerciais LVCR e LVG, dedicando-se à cedência de espaços para fins comerciais, nos respetivos centros comerciais.¹

¹ Mediante a celebração de contratos de utilização de loja, contratos atípicos por meio dos quais se confere a terceiro, mediante uma contrapartida financeira, o direito de utilizar um espaço comercial num centro comercial, para o exercício de uma atividade económica, estando essa utilização subordinada a regras de funcionamento do centro comercial, comuns aos demais utilizadores dos restantes estabelecimentos do centro. Os utilizadores (quer lojistas, quer consumidores) usufruem ainda da prestação de vários serviços inerentes ao normal funcionamento de um centro comercial.

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial.

Nos termos e para os efeitos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, em 2023, as Adquiridas realizaram cerca de € [**<100**] milhões em Portugal.

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. MERCADO RELEVANTE E AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

4. Conforme referido anteriormente, as Adquiridas exploram dois centros comerciais de pequena dimensão², um nas Caldas da Rainha e outro na Guarda, com Áreas Brutas Locáveis (“ALB”) de [**CONFIDENCIAL - Segredo de negócio**] m² e [**CONFIDENCIAL - Segredo de negócio**] m², respetivamente.
5. No entender da Notificante, a transação não suscita preocupações jusconcorrenciais, qualquer que seja a delimitação de mercado de produto a adotar, podendo esta ser deixada em aberto.
6. Sem prejuízo, a Notificante considera que a delimitação de mercado mais adequada ao presente procedimento seria o mercado da locação de espaços comerciais de formato tradicional de média, grande e muito grande dimensão, por considerar que as condições oferecidas pelo LVG e pelo LVCR são equiparáveis às dos centros comerciais de média dimensão – designadamente, na disponibilização de parques de estacionamento, cinemas, *mix* de lojas, horários, serviços e facilidades concedidas aos lojistas e clientes.

² De acordo com a Associação Portuguesa de Centros Comerciais (APCC), um centro comercial tradicional será de “muito grande” dimensão se a sua Área Bruta Locável (ABL) for superior a 80 000 m², será de “grande” dimensão se a ABL respetiva variar entre 40 000m² e 79 999 m² e será de “média” dimensão se a ABL se situar entre 20 000 m² e os 39 999 m². Assim, um centro comercial será de “pequena” dimensão quando apresenta uma ABL inferior a 20 000 m².

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial.

7. Recorde-se que a AdC já considerou em anteriores decisões, que, do ponto de vista da procura e da oferta, os centros comerciais de formato tradicional de pequena dimensão³ ou de diferentes formatos⁴ não se apresentam como substitutos dos centros comerciais de formato tradicional de “muito grande”, “grande” e “média” dimensão.
8. Refira-se, contudo, que, do ponto de vista da concorrência, a dimensão exata do espaço comercial não é *per se* determinante para se concluir pela substituibilidade entre diferentes centros comerciais, servindo apenas de referência à aferição da capacidade de cada espaço comercial para atrair clientes, um dos critérios determinantes da escolha pelos lojistas do conjunto comercial onde se irão estabelecer.⁵ Ou seja, a atratividade de um centro comercial resulta, nomeadamente, do *mix* de lojas, produtos, serviços e lazer disponibilizados no mesmo, o que, indiretamente, se poderá relacionar com a dimensão do centro comercial.
9. Quer o LVCR, quer o LVG oferecem um *mix* de lojas limitado quando comparado com o conjunto de lojas existentes nos centros comerciais de maior dimensão mais próximos das cidades onde aqueles se localizam.⁶

³ Efetivamente, quanto maior for a dimensão do espaço comercial, maior poderá ser o *mix* comercial disponibilizado e, como tal, maior será a capacidade potencial de atração de clientes.

⁴ A AdC tem considerado que os centros comerciais de formato tradicional e os centros comerciais de formato especializado (onde se incluem os *retail parks* e os *outlets*) diferem, nomeadamente, quanto à natureza de retalho, ao tipo de público servido e, ainda, quanto aos montantes das respetivas rendas (cf. Ccent. 12/2013 – Sierra/Cascaishopping, Ccent. 62/2016 – Via Holdco / Irus e Ccent. 5/2018 – Tiekerveen Holding / Fórum Montijo*Glorirequinte*Multi 25*Sintra Retail Park).

⁵ Cfr. Ccent 48/2019 – Mundicer/RFI Aveiro, em que se considerou que o Forum Aveiro, dispendo de uma ABL muito próxima dos centros de média dimensão (18 552 m²) e oferecendo condições em tudo semelhantes a estes, designadamente, ao nível de infraestruturas e do *mix* de lojas disponibilizadas, exercia uma pressão concorrencial sobre os centros comerciais de maior dimensão existentes na sua zona de influência, nomeadamente, o Glicínias Plaza, em Aveiro.

⁶ Veja-se o caso do Leiria Shopping identificado pela Notificante, que dista cerca de 60Km (aproximadamente 40 minutos de distância em automóvel) do LVCR e que dispõe de uma ABL de 45 500 m² e de um *mix* de lojas muito superior (119 lojas – o dobro das lojas existentes no LVCR), que incluem designadamente, o IKEA, o hipermercado Continente, a FNAC, a H&M, a C&A, a Chicco e a Zara. Veja-se igualmente o Palácio do Gelo Shopping (com uma ABL de 70 500 m²) situado em Viseu, a cerca de 75 Km (aproximadamente, 56 min em automóvel) do LVG, que dispõe de um *mix* de lojas também muito superior (132 lojas – quase o triplo das lojas existentes no LVG) onde se incluem o Hipermercado Auchan, a C&A, o Centro Roxo Brinquedos, a FNAC e o IKEA, entre outros, ambos com uma capacidade de atração de clientes muito superior às dos centros comerciais em causa na presente operação.

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial.

10. Face ao exposto, a AdC considera que os mercados relevantes a considerar, no âmbito do presente procedimento, correspondem ao mercado da locação de espaços comerciais em espaços integrados de formato tradicional de pequena dimensão: (i) nas Caldas da Rainha; e (ii) na Guarda.
11. De acordo com os dados disponibilizados pela Notificante, as quotas de mercado do LVCR e do LVG são, em ambos os casos, de **[90-100]**% pelo que a operação em causa traduz-se numa mera transferência de quotas sem qualquer impacto nas atuais estruturas concorrenciais dos mercados considerados.⁷
12. Tendo em conta o acima exposto, conclui-se que a presente operação de concentração não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva.

3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

13. 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

14. 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

⁷ Caso a AdC acolhesse o entendimento da Notificante quanto à delimitação do mercado relevante no presente procedimento, considerando o hipotético mercado da locação de espaços comerciais de formato tradicional de muito grande, grande e média dimensão, com abrangência geográfica nacional, a quota de mercado conjunta das partes na operação seria de **[0-5]**%.

Caso se considerasse uma isócrona de 60 minutos por referência ao LVCR, resultaria da operação uma sobreposição entre o LVCR e o TorreShopping, centro comercial controlado pela Notificante e localizado em Torres Novas (i.e., no limite geográfico da respetiva isócrona), resultando da operação uma quota de mercado de **[30-40]**%. Em todo o caso, localizando-se o TorreShopping no limite da referida isócrona determinada a partir do LVCR, é improvável que, neste cenário, o TorreShopping seja considerado um concorrente relevante do LVCR. Na eventualidade da isócrona ser alargada a 90 minutos do LVCR, a quota conjunta das partes seria de **[10-20]**%.

Por sua vez, em qualquer das isócronas de 60 ou 90 minutos consideradas por referência ao LVG, a transação resultaria sempre numa transferência de quotas, visto a Notificante não dispor de qualquer centro comercial nessas possíveis abrangências geográficas.

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial.

da Lei da Concorrência, uma vez que a mesma não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado nacional ou numa parte substancial deste.

Lisboa, 26 de março de 2025

O Conselho de Administração da Autoridade da Concorrência,

X

Nuno Cunha Rodrigues
Presidente

X

Miguel Moura e Silva
Vogal

X

Ana Sofia Rodrigues
Vogal

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial.

Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA	2
2. MERCADO RELEVANTE E AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL	3
3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS	5
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	5

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial.