

**Ccent. 48/2025**  
**Distriplac / Palegressos**

**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]

06/08/2025

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

**Processo Ccent. 48/2025 – Distriplac / Palegressos**

**1. OPERAÇÃO NOTIFICADA**

1. Em 12 de junho 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 que consiste na aquisição, pela Distriplac Portugal Comércio de Isolamentos, Unipessoal, Lda. (“Distriplac”, “Adquirente” ou “Notificante”), do controlo exclusivo sobre a Palegressos – Indústria e Comércio de Paletes e Gessos, S.A. (“Palegressos” ou “Adquirida”) (em conjunto, as “Partes”), através da aquisição da totalidade das ações e dos direitos de voto desta última sociedade.<sup>1</sup>
2. 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. AS PARTES**

**2.1. Empresa Adquirente**

3. A Distriplac é integralmente detida pela Saint-Gobain Idaplac, S.L. (“Saint-Gobain Idaplac”) que faz parte do Grupo Saint-Gobain, controlado em última instância pela Compagnie de Saint-Gobain S.A. (“Compagnie de Saint-Gobain”), o qual é um grupo empresarial francês que se dedica à produção e comercialização de uma vasta gama de materiais de construção.
4. A Distriplac opera como distribuidor a retalho de materiais de construção do grupo francês que integra, dispondo de cinco lojas em Portugal: três na área metropolitana de Lisboa (Lisboa, Alfragide e Cacém), uma na área metropolitana do Porto (Perafita) e uma em Braga.
5. A gama de produtos disponibilizada pela Distriplac inclui placas de gesso, isolamentos, gesso, sistemas compostos de isolamento térmico exterior (“ETICS”)<sup>2</sup>, argamassas, carpintaria (portas e janelas), tintas, equipamento de proteção individual (“EPI”), vestuário de trabalho, equipamento, cimento e betume, etc.

---

<sup>1</sup> Atualmente, a Palegressos é integralmente detida pelo Grupo R. Vilar, S.A. (“Vendedora”).

<sup>2</sup> De acordo com a Notificante, corresponde a um sistema aplicado no local de produtos pré-fabricados para isolamento de paredes exteriores que pode melhorar significativamente o desempenho térmico dos edifícios a um custo competitivo. Tem também uma função estética, uma vez que cobre a parede exterior. É normalmente composto por diferentes tipos de argamassas para fachadas, materiais isolantes e tecidos de malha de fibra de vidro.

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

6. Nos termos e para os efeitos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, o Grupo Saint-Gobain realizou, em 2024, os seguintes volumes de negócios a nível mundial, no Espaço Económico Europeu (“E.E.E.”) e em Portugal:

**Tabela 1 – Volume de negócios do Grupo Saint-Gobain, em 2024**

(milhões €)	Mundial	E.E.E.	Portugal
Grupo Saint-Gobain	[>100]	[>100]	[>100]

**Fonte:** Notificante.<sup>3</sup>

## 2.2. Empresa Adquirida

7. A Palegessos é uma sociedade portuguesa que se dedica à distribuição a retalho de diversos materiais de construção produzidos por terceiros, incluindo gesso, placas de gesso, ETICS, tintas e revestimentos, argamassas, decoração, ferramentas de trabalho, fixações, acessórios, materiais impermeabilizantes, isolantes, pavimentos, perfis, tetos falsos, perfis metálicos e revestimentos. A Adquirida comercializa, nas suas lojas, produtos da marca de fornecedor (“MDF”) e produtos de marca de distribuidor (“MDD”) com a sua própria marca “Liveplace”.<sup>4</sup>
8. A Palegessos opera através de doze lojas “Liveplace”, localizadas em Albufeira, Braga, Olhão, Ourém, Palmela, Porto, Sabugal, Sacavém, Santa Maria da Feira, Sintra, Vialonga e Viseu. A Palegessos possui ainda um centro logístico em Alverca, onde são armazenados os materiais recebidos dos fornecedores e onde é organizada a distribuição aos clientes a nível nacional.
9. Nos termos e para os efeitos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, a Palegessos realizou, em 2024, os seguintes volumes de negócios a nível mundial, no Espaço Económico Europeu (“E.E.E.”) e em Portugal:

**Tabela 2 – Volume de negócios da Palegessos, em 2024**

(milhões €)	Mundial	E.E.E.	Portugal
Palegessos	[>5]	[>5]	[>5]

**Fonte:** Palegessos.

<sup>3</sup> Note-se, contudo, que estes valores não refletem as aquisições realizadas em 2025.

<sup>4</sup> A Palegessos vende os seguintes produtos MDD com marca própria: gesso, placas de gesso laminado, acessórios (estruturas e fixações) e perfis metálicos, argamassas e pavimentos. Apesar de a Palegessos vender produtos sob marca própria (que, em 2023, corresponderam a [20-30]% das suas vendas totais), não produz nem possui quaisquer instalações de produção e as suas vendas de produtos MDD são efetuadas exclusivamente a nível retalhista a clientes que os adquirem nas suas lojas.

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

### **3. NATUREZA DA OPERAÇÃO**

10. A operação de concentração notificada dispõe de natureza horizontal – na medida em que se verifica uma sobreposição de atividades entre as Partes na operação relativamente à venda a retalho de determinados materiais de construção – e vertical – uma vez que o Grupo Saint-Gobain produz e distribui, a nível grossista, materiais de construção, atividades que se situam a montante da atividade de distribuição a retalho deste tipo de materiais comercializados pela Adquirida.

### **4. MERCADOS RELEVANTES e RELACIONADOS**

#### **4.1. Mercado do Produto Relevante**

11. Conforme referido *supra*, a Adquirida tem como atividade a distribuição retalhista de vários materiais de construção, incluindo gesso, placas de gesso, ETICS, tintas e revestimentos, argamassas, decoração, ferramentas de trabalho, fixações, acessórios, materiais impermeabilizantes, isolantes, pavimentos, perfis, tetos falsos, perfis metálicos e revestimentos, através de 12 lojas “Liveplace”. Por sua vez, o Grupo Saint-Gobain também se encontra presente na distribuição de materiais de construção em território nacional, através da Distriplac.
12. Atendendo a estas atividades, a Notificante identifica, como mercado do produto relevante, o mercado de venda a retalho de materiais de construção.
13. A Notificante refere que não se justifica uma segmentação de mercado, designadamente, por tipo de cliente, por considerar que as diferenças entre canais de distribuição têm vindo a esbater-se ao longo dos anos, referindo que a maioria dos retalhistas no mercado português vende tanto a clientes profissionais como não profissionais.<sup>5</sup>
14. Também considera não se justificar uma segmentação por gama de produtos, uma vez que as partes na operação disponibilizam um leque bastante alargado de diferentes categorias de produtos, não se focando em categorias específicas de produtos.
15. Sem prejuízo do seu entendimento quanto à exata delimitação do mercado relevante a considerar, a Notificante adota uma posição conservadora, apresentando informações para o mercado da venda a retalho de materiais de construção a clientes profissionais, segmento *core* da Notificante e da Adquirida.
16. A atividade da venda a retalho de materiais de construção já foi objeto de análise pela Comissão Europeia (“Comissão”) em várias das suas decisões, tendo esta considerado

---

<sup>5</sup> Refere igualmente a Notificante que as empresas de construção compram indistintamente a retalhistas de materiais de construção e a lojas DIY, conforme é reconhecido pela Comissão Europeia em algumas das suas decisões. Cfr. designadamente, processo COMP/M.6359 – Saint Gobain/Buil Center.

Além disso, as lojas DIY, decoração e jardinagem apresentam gamas de produtos comparáveis às dos retalhistas de materiais de construção, introduziram serviços e, na sua publicidade, dirigem-se especificamente aos clientes profissionais (a Notificante entende que, em média, cerca de 30% das vendas de lojas DIY são realizadas a clientes profissionais).

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

tratar-se de um mercado autónomo que pode ser segmentado de acordo com o tipo de cliente, isto é, profissionais e não profissionais e por gamas de produtos.<sup>6</sup>

17. Na sua prática decisória, a AdC não analisou o mercado da venda a retalho de materiais de construção para clientes profissionais, mas já considerou o mercado da venda a retalho de materiais de construção para clientes não profissionais, tendo, contudo, deixado a definição exata do mercado em aberto.<sup>7</sup>
18. Considerando que a Adquirida, à semelhança da Notificante, disponibiliza uma gama alargada de produtos para construção, sendo, por conseguinte, considerada um retalhista generalista que não se foca apenas numa determinada gama de produtos, e cujas vendas se destinam predominantemente a profissionais da construção, a AdC considera que o mercado do produto relevante a analisar, para efeitos do presente procedimento, é o mercado da venda a retalho de materiais de construção para clientes profissionais<sup>8</sup>.
19. No entanto, a AdC não deixará de analisar os efeitos da sobreposição de atividades verificada ao nível da distribuição retalhista de tetos falsos, simultaneamente comercializadas pela Distriplac e pela Palegessos a clientes finais, a qual corresponde à única categoria de produtos em que a quota conjunta das Partes atinge os 30%.<sup>9</sup>

#### **4.2. Mercado Geográfico Relevante**

20. A Adquirida tem lojas nas seguintes zonas: Algarve (duas lojas – Albufeira, Olhão), Braga (uma loja), Guarda (uma loja – Sabugal), Leiria (uma loja – Ourém), Lisboa (três lojas – Sacavém, Sintra e Vialonga – e um centro de distribuição em Palmela), Porto (duas lojas – Perafita e Santa Maria da Feira) Setúbal (uma loja – Palmela) e Viseu (uma loja).
21. A Notificante recorda que a Comissão considerou o mercado da distribuição a retalho de materiais de construção nas dimensões geográficas nacional ou local, e que, a nível local,

---

<sup>6</sup> Cfr. Decisões relativas aos processos M.10154 – BME / Saint-Gobain Distribution The Netherlands, §§18 e 19 e COMP/M.6359 – Saint Gobain / Build Center, §§14 e 15. Além disso, a Comissão considerou ainda a possibilidade de, dentro do segmento de clientes profissionais, distinguir entre vendas a clientes profissionais por generalistas ou especialistas – “general builders” merchant e GBMs e “specialist builders” merchant (SBMs) – vide por exemplo COMP/M.3943 – Saint-Gobain / BPB, §15.

<sup>7</sup> Vide decisão da AdC no processo Ccent. 28/2021 – BME/Maxmat.

<sup>8</sup> De acordo com a Notificante, os clientes da Palegessos são maioritariamente construtores, aplicadores, instaladores, projetistas, revendedores e, em menor escala, a indústria (empresas de construção e empreiteiros) e muito residualmente os particulares/consumidores finais (clientes “do-it-yourself” ou “DIY”).

<sup>9</sup> Cfr. E-AdC/2025/3768 de 30 de junho. Recorde-se que, de acordo com as Orientações da CE para análise de operações de concentração horizontais, é pouco provável existirem preocupações em termos de concorrência se a quota de mercado da nova entidade após a concentração não exceder os 25% (cfr. Regulamento 139/2004 do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresa, §32).

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

foram consideradas áreas de influência com um raio de 30 a 50km em torno do estabelecimento do retalhista.<sup>10</sup>

22. A Notificante argumenta que há vários elementos que sugerem uma dimensão nacional do mercado, indicando que muitos operadores exercem a sua atividade através de uma rede nacional de pontos de venda, apresentam-se de forma uniforme mediante uma rede nacional de compras e uma estratégia comercial e de *marketing* também nacional. Indica ainda que a área geográfica onde atuam os distribuidores é nacional e que muitos fabricantes de materiais de construção negociam as condições de fornecimento para todo o território nacional com distribuidores que operam a nível nacional.
23. Não obstante considerar que o mercado geográfico relevante é de âmbito nacional, e de apresentar dados para esse âmbito geográfico, a Notificante fornece ainda dados para o nível local, tendo por referência uma área de influência de 30 a 50 km nas áreas onde as atividades das Partes se sobrepõem, a saber em áreas em torno de: (i) Braga; (ii) Porto; e Lisboa.
24. Para efeitos do presente procedimento, a AdC entende poder deixar em aberto a exata definição do mercado geográfico, uma vez que, como se verá *infra*, essa definição exata não alteraria as conclusões da análise jusconcorrencial.<sup>11</sup>
25. Não obstante, a AdC não deixará de analisar a operação notificada tendo por referência: (i) um nível nacional; e (ii) um âmbito local, nas geografias onde as Partes apresentam uma sobreposição (*in casu*, Lisboa, Porto e Braga).

#### **4.3. Mercados Relacionados**

26. O Grupo Saint-Gobain tem atividade na produção e distribuição grossista de materiais de construção, que se encontra a montante da atividade de distribuição retalhista de materiais de construção, desenvolvida pela Adquirida. Por conseguinte, existem relações verticais entre as atividades do Grupo Saint-Gobain e a Adquirida.
27. Assim, a Notificante identifica as principais categoriais de materiais de construção que são simultaneamente vendidas nas lojas da Adquirida e produzidas e/ou distribuídas por grosso pelo Grupo Saint-Gobain, a saber: (i) produção e distribuição por grosso de gesso; (ii) produção e distribuição por grosso de placas de gesso laminado; (iii) produção e distribuição por grosso de acessórios (estruturas e fixações) para placas de gesso laminado; (iv) produção e distribuição por grosso de argamassas; (v) produção e distribuição por grosso de materiais de isolamento para aplicações na construção civil; (vi) produção e distribuição por grosso de fibra de vidro (rede); (vii) produção e distribuição por grosso de tetos falsos;

---

<sup>10</sup> Por exemplo, no processo COMP/M.10154 – BME / Saint-Gobain Distribution The Netherlands, a investigação de mercado foi inconclusiva relativamente ao âmbito geográfico relevante dever ser nacional ou local (em especial, §30 da decisão).

<sup>11</sup> Recorde-se que a Comissão já considerou anteriormente a possibilidade de o mercado de distribuição retalhista ter uma dimensão nacional ou local. A nível local, foram consideradas áreas de influência de 30 a 50 km em redor do estabelecimento comercial em causa. Cfr. COMP/M.10154 – BME / Saint-Gobain Distribution The Netherlands, §28.

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

(viii) produção e distribuição por grosso de produtos de impermeabilização; e (ix) produção e distribuição por grosso de pavimentos industriais.<sup>12</sup>

28. Apesar de a Notificante entender que a definição dos mercados relacionados a montante pode ser deixada em aberto, por considerar que a operação não suscita preocupações jusconcorrenciais independentemente da exata definição que possa vir a ser adotada, ainda assim, e na senda da prática decisória existente, quer da AdC, quer da Comissão, identifica os seguintes mercados relacionados:

- (i) mercado nacional da produção e distribuição por grosso de gesso;<sup>13</sup>
- (ii) mercado nacional da produção e distribuição por grosso de placas de gesso laminado;<sup>14</sup>
- (iii) mercado nacional da produção e distribuição por grosso de acessórios (estruturas e fixações) para placas de gesso laminado;<sup>15</sup>
- (iv) mercado nacional da produção e distribuição por grosso de argamassas<sup>16</sup>;
- (v) mercado nacional da produção e distribuição por grosso de materiais de isolamento para aplicações na construção civil;<sup>17</sup>

---

<sup>12</sup> Note-se, porém, que atualmente as empresas do Grupo Saint-Gobain vendem efetivamente placas de gessos laminado (apenas MDD, ou seja, comercializadas sob a marca própria da Adquirida “LivePlace”) e tetos falsos à Palegessos.

<sup>13</sup> Cfr. Processos COMP/M.3943 – *Saint-Gobain / BPB*; COMP/M.7498 – *Compagnie De Saint-Gobain/Sika*, e COMP/E-1/37.152 – *Placas de gesso cartonado*.

<sup>14</sup> Cfr. Processos COMP/E-1/37.152 – *Placas de estuque*; e COMP/M.3943 – *Saint-Gobain/BPB*; e Ccent. 24/2022, *SG/Fibroplac\*Falper*.

<sup>14</sup> Cfr. Processos COMP/E-1/37.152 – *Placas de estuque*, COMP/M.3943 – *Saint-Gobain/BPB*, COMP/M.4898 – *Saint-Gobain/Maxit*, COMP/M.3943 – *Saint-Gobain / BPB* e COMP/M.7498 – *Compagnie De Saint-Gobain/Sika*.

<sup>15</sup> Embora observando que todos os principais produtores de placas de gesso fornecem igualmente acessórios, juntamente com um grande número de fornecedores independentes (alguns dos quais fornecem os produtos vendidos sob as marcas dos produtores de placas de gesso), a Comissão considerou que se tratava de um mercado autónomo. Cfr. Processo COMP/M.3943 – *Saint-Gobain / BPB*.

A Comissão ponderou uma segmentação mais fina por tipo de material, mas não adotou uma conclusão definitiva sobre a delimitação do mercado do produto relevante. Cfr. Processos COMP/M.2094 – *HT Troplast/Kömmerring* e COMP/M.3642 – *Carlyle / Advent / Ht Troplast JV*.

Ao nível do mercado geográfico vide Processo COMP/M.3943 – *Saint-Gobain / BPB*. Refira-se, porém, que a AdC, nos processos Ccent. 44/2017 – *Ramada / Expeliarmus* e Ccent. 41/2003 – *Saint Gobain/Gabelex*, considerou que existiam mercados distintos para produtos perfilados de aço e entendeu que este mercado teria um escopo geográfico correspondente ao EEE.

<sup>16</sup> Cfr. processos Ccent. 19/2012 – *Semapa / Secil* e Ccent. 01/2011 – *Secil / Lafarge Betões*. Refira-se que a Comissão Europeia, no processo COMP/M.4898 – *Compagnie de Saint-Gobain/Maxit Holding AB*, considerou que, dependendo do tipo de materiais de construção a que as argamassas são aplicadas e das funcionalidades que poderá servir, podem ser identificadas três categorias de aplicações: (a) argamassas de construção; (b) argamassas para fachadas; e (c) argamassas de fixação de ladrilhos.

<sup>17</sup>Cfr. Processos COMP/M.3943 – *Saint-Gobain / BPB* e COMP/M.6993 – *Ponto P/Wolseley France*.

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

- (vi) mercado da produção e distribuição por grosso de fibra de vidro (rede) de âmbito correspondente ao EEE;<sup>18</sup>
  - (vii) mercado nacional da produção e distribuição por grosso de tetos falsos<sup>19</sup> modulares.<sup>20</sup>
  - (viii) mercado da produção e distribuição por grosso de produtos para impermeabilização de âmbito pelo menos nacional;<sup>21</sup>
  - (ix) mercado da produção e distribuição por grosso de pavimentos industriais de âmbito pelo menos nacional.<sup>22</sup>
29. Considerando que, de um modo geral, os mercados relacionados propostos pela Notificante acompanham a prática decisória existente, quer nacional, quer da União Europeia, a AdC irá tomá-los por referência na análise de possíveis efeitos verticais decorrentes da realização da presente operação de concentração.

## **5. AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL**

### **5.1. Análise de efeitos horizontais**

30. A Adquirida e o Grupo Saint-Gobain, através da Distriplac, estão ambos presentes no mercado da venda a retalho de materiais de construção, pelo que se verifica uma sobreposição das respetivas atividades neste mercado.

---

<sup>18</sup> Cfr. Processos COMP/M.4898 – *Saint-Gobain/Maxit*, e COMP/M.7498 – *Compagnie De Saint-Gobain/Sika*.

<sup>19</sup> Os tetos falsos são sistemas constituídos por placas fixadas a uma estrutura metálica ou “grelha”, que é fixada à estrutura principal de um edifício para criar um vazio entre o teto estrutural e o teto falso, conhecido como “plenum”. Isto permite que o equipamento técnico, como os cabos e o equipamento de ar condicionado, seja colocado e ocultado entre as duas camadas. Cfr. E-AdC/2025/4023.

<sup>20</sup> De acordo com decisões da Comissão, a questão de saber se tetos falsos modulares e tetos falsos abertos pertencem ao mesmo mercado do produto pode ser deixada em aberto; contudo tetos falsos modulares e abertos não pertencem ao mesmo mercado do produto relevante que tetos falsos fixos. Em termos geográficos a Comissão já admitiu a possibilidade de o mercado corresponder ao âmbito nacional ou ao EEE. Cfr. Processos COMP/M.8832 – *Knauf / Armstrong*, COMP/M.3943 – *Saint-Gobain / BPB e Ccent. 24/2022 SG / Fibroplac\**Falper.

<sup>21</sup> A Comissão Europeia já considerou a existência de segmentos de mercado em função do tipo de produtos de impermeabilização em causa e suas aplicações. Cfr. processos COMP/M.7498 – *Compagnie de Saint-Gobain/ Sika* e COMP/M.3946 – *Renolit/Solvay*. Ainda assim, a Notificante considerar desnecessária uma definição exata deste mercado para efeitos da presente operação de concentração, podendo a mesma ser deixada em aberto, atendendo à posição negligenciável que a Saint-Gobain dispõe no mercado em geral de produção e distribuição grossista de produtos de impermeabilização.

<sup>22</sup> Em decisões relativas a produtos para pavimentos, a Comissão identificou um mercado relevante para os pavimentos industriais, distinto dos pavimentos laminados e de madeira, embora tenha assinalado que pode haver pressão deste tipo de pavimentos em casos de utilização específicos. A Comissão considerou igualmente, embora tenha deixado em aberto, uma potencial subsegmentação dos pavimentos industriais por tecnologia. No entender da Notificante a exata definição do mercado pode ser deixada em aberto, para efeitos da análise da presente operação de concentração.

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



31. Conforme acima referido, a Notificante considera que o mercado da venda a retalho de materiais de construção dispõe de uma abrangência nacional, muito embora, por uma questão de completude, tenha apresentado dados para uma análise dos efeitos da operação a um nível mais restrito, ou seja nas geografias onde as Partes apresentam uma sobreposição ao nível das suas respetivas lojas (*in casu*, Lisboa, Porto e Braga) e, consequentemente, ao nível das categorias de produtos nelas vendidos.

#### **5.1.1. Mercado da venda a retalho de materiais de construção, a clientes finais**

32. A tabela *infra* ilustra a estrutura da oferta deste mercado nas várias geografias consideradas, tendo por referência o ano de 2024:

**Tabela 3 – Estimativa das quotas, em valor, no mercado da venda a retalho de materiais de construção a clientes profissionais, em 2024**

Empresas	Quotas de mercado (em valor), em 2024			
	Portugal	Braga	Lisboa	Porto
<b>Distriplac</b>	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Palegessos</b>	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Quota Conjunta</b>	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%
MaxMat (Modelo)	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Damião de Medeiros	[0-5]%			
Casa Peixoto (Abílio Rodrigues)	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
Francisco Contreiras	[0-5]%			
Reconco	[0-5]%			
Costa Carvalho		[5-10]%		
Casa Alves		[0-5]%		
Socimorcasal		[0-5]%		
Azulaico				[5-10]%
Sofermar				[0-5]%
Cimaca				[0-5]%
Pedro & Montovani			[0-5]%	
Anlorbel			[0-5]%	
Decorpita			[0-5]%	

**Fonte:** Estimativas e dados fornecidos pelas Partes.

33. Conforme resulta da leitura da tabela *supra*, as quotas de mercado da entidade resultante da concentração seriam, em qualquer das geografias consideradas, pouco significativas, sendo de [0-5]% tanto a nível nacional como em Braga, de [0-5]% no Porto e de [5-10]% em Lisboa.<sup>23</sup>

<sup>23</sup> Note-se que, segundo a Notificante, também a quota de mercado combinada da entidade resultante da concentração permanecerá sempre inferior a [0-5]% no mercado global da venda a retalho de materiais de

34. Face a estas quotas de mercado, a AdC considera que a operação notificada não suscita preocupações jusconcorrenciais no mercado mais amplo da venda retalhista de materiais de construção a clientes profissionais, independentemente das geografias que possam ser consideradas.<sup>24</sup>

### 5.1.2. Mercado da venda retalhista de tetos falsos modulares a clientes finais

35. De acordo com as melhores estimativas da Notificante, a quota combinada da Distriplac e da Palegessos na distribuição de materiais de construção por categorias de produto atinge um valor superior a 25% apenas na distribuição de tetos falsos modulares em Portugal e nas regiões de Braga, Lisboa e Porto, como se pode observar na tabela *infra*.
36. A tabela *infra* ilustra a estrutura da oferta deste hipotético mercado nas várias geografias consideradas, tendo por referência o ano de 2024:

**Tabela 4 – Estimativa da estrutura da oferta do mercado na distribuição retalhista de tetos falsos modulares em Portugal e nas regiões de Braga, Lisboa e Porto (2024)**

Empresas	Quotas de mercado (em valor)			
	Portugal	Braga	Lisboa	Porto
Distriplac	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[20-30]%
Palegessos	[10-20]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%
Quota Conjunta	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[30-40]%
DisDis <sup>25</sup>	[15-20]%	[10-15]%	[15-20]%	[20-25]%
Placonascente	[10-15]%	[20-25]%	[0]%	[5-10]%
Ponto Placa	[10-15]%	[15-20]%	[0-5]%	[15-20]%
Volume Radical	[10-15]%	[0]%	[20-25]%	[0-5]%
Pointplac	[5-10]%	[0]%	[10-15]%	[0-5]%
Distrimat	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%

**Fonte:** Notificante.

37. De acordo com os dados disponibilizados pela Notificante, que se traduzem nas suas melhores estimativas, observa-se que a entidade resultante da operação terá uma quota conjunta superior a 30% em cada uma das geografias consideradas, para o hipotético mercado dos tetos falsos modulares.

construção a todos os clientes (profissionais e não profissionais), tanto a nível nacional como a nível local em torno de Braga, Porto e Lisboa.

<sup>24</sup> De acordo com as Orientações da CE para análise de operações de concentração horizontais, é pouco provável existirem preocupações em termos de concorrência se a quota de mercado da nova entidade após a concentração não exceder os 25% (cfr. Regulamento n.º 139/2004 do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresa, § 32).

<sup>25</sup> No que respeita às quotas estimadas dos concorrentes das Partes neste mercado, a Notificante forneceu intervalos de valores aproximados, ao invés de valores precisos.

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

38. Nas geografias que apresentam uma maior quota agregada (Braga e Porto), verifica-se que o acréscimo de quota resultante da realização da operação de concentração nunca excederá 5 pontos percentuais.
39. Já na zona de Lisboa e a nível nacional, o reforço da quota em resultado da operação será um pouco superior, muito embora a quota agregada em cada uma destas geografias exceda apenas ligeiramente os 30%.
40. Em todas as geografias consideradas verifica-se a existência de uma variedade de distribuidores alternativos que permanecerão no mercado após a concentração, os quais continuarão a exercer pressão concorrencial sobre a entidade resultante da concentração.
41. Refira-se ainda que, de acordo com a Notificante, os tetos falsos modulares constituem uma categoria de produtos com uma representatividade muito reduzida (cerca de <5%) face ao total de *mix* de produtos comercializados, ao nível do retalho, pela Palessos.
42. Em conclusão, a AdC considera que a operação notificada não suscita preocupações jusconcorrenciais de natureza horizontal no segmento retalhista de tetos falsos modulares a clientes finais.

## **5.2. Análise de efeitos verticais**

43. A Saint-Gobain produz e comercializa, a nível grossista, materiais de construção, pelo que, ao nível da cadeia de abastecimento, opera num mercado que se situa a montante do mercado relevante em que a Adquirida exerce atividade, estando, por conseguinte, com este relacionado.
44. Assim, importa averiguar se esta relação vertical é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva, designadamente, através de um potencial encerramento de mercados.
45. Saliente-se, no entanto, que é pouco provável verificarem-se preocupações em termos de concorrência resultantes de um efeito vertical se a quota de mercado da nova entidade após a concentração for inferior a 30% em cada um dos mercados em causa na operação.<sup>26</sup>
46. De acordo com as estimativas da Notificante, esta apenas tem quotas de mercado superiores a 30% nos seguintes mercados relacionados: (i) distribuição por grosso de gesso, em Portugal ([30-40]%)<sup>27</sup>; e (ii) produção e distribuição por grosso de tetos falsos em Portugal ([40-50]%)<sup>28</sup>. Por conseguinte, a análise da AdC, a nível de mercados relacionados, irá focar-se nestes dois mercados.

---

<sup>26</sup> Cfr. Orientações da Comissão para a apreciação das concentrações não horizontais nos termos do Regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresa, § 25.

<sup>27</sup> Em Portugal, o Grupo Saint-Gobain não está ativo na produção de gesso, apenas na distribuição.

<sup>28</sup> A Gabelex, entidade do Grupo Saint-Gobain especializada no fabrico e venda por grosso de tetos falsos em Portugal, não produz nem vende tetos falsos fixos em Portugal. Por conseguinte, as informações aqui fornecidas dizem apenas respeito a tetos falsos modulares de todos os materiais (ladrilhos e grelhas). Cfr. nota 19 *supra*.

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

47. No que concerne a distribuição por grosso de gesso, em Portugal, identificam-se vários fornecedores alternativos de gesso concorrentes do Grupo Saint-Gobain (cf. Tabela seguinte)<sup>29</sup>. Aliás, constatou-se que, no geral, os clientes do Grupo Saint-Gobain entendem que existem marcas de fornecedores de gesso alternativos, aos quais ponderariam recorrer no caso de os preços do gesso comercializado, a nível grossista, pela Saint-Gobain viessem a aumentar na ordem dos 5% a 10%. Assim, considera-se como improvável que a Notificante tenha capacidade para implementar uma eventual estratégia de encerramento do mercado, no que se refere ao fornecimento grossista de gesso.

**Tabela 5 – Estimativa das quotas de mercado na distribuição por grosso de gesso, em Portugal, em valor**

<b>Empresas</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Saint-Gobain<sup>30</sup></b>	<b>[30-40]%</b>	<b>[30-40]%</b>	<b>[30-40]%</b>
Sival	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
Albi	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%
Algiss (Padur)	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Fassa Bortolo	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Yamasa	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

**Fonte:** Estimativas e dados fornecidos pelas Partes.

48. No que concerne à distribuição por grosso de tetos falsos em Portugal, mercado relacionado em que o Grupo Saint-Gobain se encontra presente, a estrutura da oferta deste mercado em Portugal, nos anos de 2022, 2023 e 2024, é a seguinte:

<sup>29</sup> Note-se que, atualmente, a Adquirida comercializa gessos de marca própria (Liveplace) e gesso das marcas Knauf e Yesos Albi, respetivamente, marcas alternativas à Saint-Gobain.

<sup>30</sup> De acordo com a Notificante, a quota de mercado da Saint-Gobain inclui tanto as vendas de produtos de marca como as vendas de produtos de marca branca. Acresce que em Portugal, o Grupo Saint-Gobain não está ativo na produção de gesso, apenas na distribuição. Todo o gesso que comercializa a nível nacional é importado das suas unidades de produção situadas em Espanha, uma vez que as pedreiras de gesso existentes em solo nacional não oferecerem qualidade adequada para aplicações na construção civil. Cfr. E-AdC/2025/3449 e E-AdC/2025/3717.

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

**Tabela 6 – Estimativa das quotas de mercado na distribuição por grosso de tetos falsos modulares, em Portugal, em valor, em 2022, 2023 e 2024**

<b>Empresas</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Saint-Gobain<sup>31</sup></b>	<b>[50-60]%</b>	<b>[50-60]%</b>	<b>[40-50]%</b>
Rockwool (Rockfon)	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
Knauf	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
Conformetal	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Zentia	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%

**Fonte:** Estimativas e dados fornecidos pelas Partes.

49. Conforme resulta da tabela *supra*, o mercado apresenta vários concorrentes, incluindo operadores globais de grande dimensão, como a Knauf/AMF, Rockfon e Zentia e operadores regionais em expansão, como a Conformetal (pertencente ao Grupo IBG, ativo em diversos setores complementares, incluindo construção, revestimentos e indústria).
50. Por outro lado, dos contactos efetuados junto de alguns dos clientes mais importantes da Saint-Gobain a nível de tetos falsos modulares, a AdC confirmou a existência de várias marcas concorrentes que são consideradas alternativas viáveis/equivalentes para o fornecimento de cada tipo de tetos falsos fornecidos pela Saint-Gobain, designadamente, a Knauf/AMF (com uma diversidade semelhante de produtos), a Rockfon, a Conformetal, a THU e a PERTNECO.<sup>32</sup>
51. Acresce que, no momento anterior à conclusão da operação notificada, a Saint-Gobain já se encontra verticalmente integrada – sem que daí tenha resultado qualquer indício de encerramento do mercado –, não obstante a operação de concentração resultar num reforço da respetiva quota de mercado a jusante, na distribuição retalhista de tetos falsos modulares em Portugal. Ainda assim, a quota de mercado conjunta a jusante será, apenas, ligeiramente superior a 30% (cf. Tabela 4).

<sup>31</sup> De acordo com a Notificante, a quota de mercado da Saint-Gobain inclui tanto as vendas de tetos falsos modulares que faz a partir do nível grossista diretamente às instaladoras, como as que faz indiretamente, através de distribuidores retalhistas no âmbito de projetos. Nota, porém, a Notificante que as instaladoras que compram diretamente a nível grossista correspondem tipicamente a clientes de maior dimensão, ao passo que os de dimensão menor adquirem os produtos normalmente aos distribuidores retalhistas. A Notificante ainda esclarece que, caso fossem excluídas estas vendas diretas a clientes finais, a posição relativa da Saint-Gobain e dos seus concorrentes não se alteraria (Cfr. E-AdC/2025/4201).

Segundo a Notificante, os tetos falsos destinam-se sobretudo ao setor não residencial (hospitais, escolas, instituições, entre outros). Neste setor, a procura provém sobretudo de grandes clientes que fazem encomendas para projetos específicos e gozam de um elevado poder de negociação face aos distribuidores. Cfr. E-AdC/2025/3809.

<sup>32</sup> Cfr. E-AdC/2025/4010, E-AdC/2025/3979 e E-AdC/2025/3974.

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

52. Aliás, tratando-se de tetos falsos modulares, a escolha do produto a utilizar é, em geral, feita por um dos participantes intermédios do projeto de construção (arquiteto e/ou engenheiro responsável, empresa de construção, empreiteiro, etc.)<sup>33</sup>, o qual decide o teto modular a utilizar e a respetiva marca pretendida. Por isso, os distribuidores retalhistas procuram abastecer-se junto de diferentes fornecedores, de forma a disponibilizarem várias marcas do mesmo tipo de produtos, procurando, assim, refletir a procura de fornecimentos diversificados por parte dos seus próprios clientes.<sup>34</sup>
53. E, por outro lado, os fornecedores grossistas optam por estar presentes nos vários canais de retalho, uma vez que tal reforça a capilaridade da distribuição dos seus produtos. Aliás, a Distriplac – retalhista do Grupo Saint-Gobain – disponibiliza tetos falsos modulares não só de marcas Saint-Gobain (grupo que integra), mas também de outras marcas, como das Rockwool, Zentia, Celenit, THU, Knauf, Cipriani Profilati e Rosa Torelló, tendo, aliás, a Rockwool sido a sua principal fornecedora em 2024, representando **[CONFIDENCIAL]**% das vendas retalhistas da Distriplac.
54. O mesmo acontece para a Palegessos, que comercializa tetos falsos das marcas da Saint-Gobain, Rockwool, Cipriani Profilati, Knauf, Ruiz Dorantes, Minilux, El Alteron, e Revesperfil.<sup>35</sup>
55. Ora, não se verificam razões para esperar que a operação notificada altere, de forma alguma, esta dinâmica.
56. Por conseguinte, após a conclusão da operação notificada, é expectável que os clientes dos distribuidores retalhistas continuem a encontrar, junto dos mesmos, várias alternativas de produtos de tetos falsos modulares de vários fornecedores diferentes.
57. Assim sendo, considera-se como improvável que a Notificante venha a ter, na sequência da operação de concentração, capacidade e/ou incentivo para implementar uma eventual estratégia de encerramento do mercado, no que se refere ao fornecimento grossista de tetos falsos modulares.
58. Considerando todo o exposto, conclui-se que a operação em análise não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado nacional ou numa parte substancial deste.

---

<sup>33</sup> Cfr. E-AdC/2025/4201.

<sup>34</sup> Verifica-se que os clientes finais da Distriplac e Palegessos solicitam e trabalham com marcas diferentes das da Saint-Gobain, tendo a Notificante fornecido exemplos de comunicações nas quais as Distriplac e Palegessos recebem solicitações de clientes para produtos de marcas que não as da Saint-Gobain. Ademais, segundo a Notificante, um cliente pode, para um mesmo projeto, solicitar produtos de tetos falsos modulares de diferentes fornecedores. Cfr. E-AdC/2025/4201.

<sup>35</sup> Segundo as Partes, e relativamente à Distriplac, em Portugal, em 2024, a percentagem de vendas retalhistas de tetos falsos modulares de marcas Rockwool foi de **[30-40]**%, da Saint-Gobain de **[20-30]**%, da Zentia de **[10-20]**%, da Celenit de **[10-20]**%, da THU de **[0-5]**%, da Knauf de **[0-5]**%, da Cipriani Profilati de **[0-5]**% e da Roca Torelló de **[0-5]** %.

Ainda segundo as Partes, relativamente à Palegessos, em Portugal, em 2024, a percentagem de vendas retalhistas de tetos falsos modulares de marcas Saint-Gobain foi de **[40-50]**%, da Rockwool de **[20-30]**%, da Cipriani Profilati de **[10-20]**%, da Knauf de **[5-10]**%, da Ruiz Dorantes de **[0-5]**%, da Minilux de **[0-5]**%, da El Alteron de **[0-5]**%, e da Revesperfil de **[0-5]**%.

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

## **6. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS**

59. De acordo com a disposição contida no n.º 5 do artigo 41.º da Lei da Concorrência, a decisão que autoriza uma operação de concentração abrange, igualmente, as restrições diretamente relacionadas com a realização da mesma e a ela necessárias.
60. A qualificação como restrição acessória deve ter em consideração a prática decisória da AdC e da Comissão Europeia, as quais são enquadradas pela Comunicação da Comissão relativa às restrições diretamente relacionadas e necessárias às concentrações.<sup>36</sup>
61. **[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**<sup>37</sup>**[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**<sup>38</sup>**[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**<sup>39</sup>**[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**<sup>40</sup>**[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**:
- (i) **[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**; e/ou
  - (ii) **[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**.
62. **[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**.
63. **[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**.
64. **[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**.

### **6.1. Obrigação de não concorrência**

65. Relativamente à cláusula de não concorrência referida no §61 da presente decisão, e no que respeita ao seu âmbito material, considera-se que a aquisição ou a manutenção de ações unicamente para fins de investimento financeiro, ou qualquer outro tipo de cooperação ou envolvimento, que não confirmem, direta ou indiretamente, funções de gestão ou uma influência efetiva na empresa concorrente, não são consideradas indispensáveis para garantir a transferência integral do valor das Adquiridas. Por conseguinte, esta obrigação não se encontra abrangida pela presente decisão na parte em que se aplique a esta tipologia de aquisições / cooperações.<sup>41</sup>
66. No que respeita ainda ao seu âmbito material, considera-se que esta obrigação se encontra coberta pela presente decisão apenas no que respeita às atividades ou entidades concorrentes da Adquirida à data de conclusão da operação notificada.<sup>42</sup>

---

<sup>36</sup> Cfr. Comunicação da Comissão relativa às restrições diretamente relacionadas e necessárias às concentrações, publicada no JOUE C 56, de 05.03.2005 (“Comunicação”).

<sup>37</sup> **[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**.

<sup>38</sup> **[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**.

<sup>39</sup> **[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**.

<sup>40</sup> **[CONFIDENCIAL – matéria contratual]**.

<sup>41</sup> Comunicação, §25.

<sup>42</sup> Comunicação, §23.

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

67. Relativamente ao âmbito subjetivo, considera-se que a presente decisão apenas abrange o(s) acionista(s) que, previamente à conclusão da operação notificada, detém controlo, direta ou indiretamente, sobre a Adquirida, assim como as suas filiais, não abrangendo, contudo, os acionistas que detêm uma participação não conferente de controlo, nem quaisquer outras entidades terceiras.<sup>43</sup>
68. A nível geográfico, a presente decisão tem efeitos limitados aos territórios onde a Adquirida tem atividade à data da conclusão da operação notificada<sup>44</sup>. Ademais, e em qualquer caso, tais efeitos não poderão extravasar o território nacional, por aplicação do artigo 2.º, n.º 2, da Lei da Concorrência.

## **6.2. Obrigação de não solicitação**

69. Em relação ao seu âmbito material, a obrigação de não solicitação referida no §65, esta apenas se encontra coberta pela presente decisão no que se refere aos clientes / fornecedores das Adquiridas à data da conclusão da operação notificada.
70. No que respeita ao seu âmbito subjetivo e geográfico, aplicam-se as considerações tecidas nos §§67 e 68, respetivamente.

## **6.3. Obrigação de não angariação**

71. No que respeita à cláusula de não angariação referida no §**Erro! A origem da referência não foi encontrada.** da presente decisão, e quanto ao seu âmbito material, esta está apenas coberta pela presente decisão na medida em que se aplique a trabalhadores ou colaboradores da Adquirida que, à data da realização da transação notificada, sejam essenciais, nomeadamente pelo seu saber-fazer, para a preservação do valor integral da Adquirida.
72. No que respeita ao seu âmbito subjetivo e geográfico, aplicam-se as considerações tecidas *supra* nos §§67 e 68, respetivamente.

## **6.4. Obrigação de confidencialidade**

73. Em relação à obrigação de confidencialidade, tendo presente a prática decisória da AdC, bem como as orientações constantes da Comunicação da Comissão, uma obrigação deste tipo apenas será analisada como restrição acessória diretamente relacionada e necessária à realização de uma operação, na medida em que tenha um efeito comparável a uma obrigação de não concorrência.<sup>45</sup>
74. Tal sucede, em concreto, quando a restrição de confidencialidade reporta a informação comercial estratégica (informação sobre clientes, preços, quantidades) e/ou a tecnologia ou *know-how* técnico.

---

<sup>43</sup> Comunicação, §24.

<sup>44</sup> Comunicação, §22.

<sup>45</sup> Comunicação, §41.

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



75. Assim, todas as matérias que não reportem a informação comercial estratégica e/ou a tecnologia e/ou *know-how* técnico relacionados com a atividade da empresa a adquirir, não estão abrangidas pela presente decisão.

## **7. AUDIÊNCIA PRÉVIA**

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

## **8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO**

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

Lisboa, 6 de agosto 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

## Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA .....	2
2. AS PARTES .....	2
2.1. Empresa Adquirente .....	2
2.2. Empresa Adquirida .....	3
3. NATUREZA DA OPERAÇÃO .....	4
4. MERCADOS RELEVANTES e RELACIONADOS .....	4
4.1. Mercado do Produto Relevante .....	4
4.2. Mercado Geográfico Relevante .....	5
4.3. Mercados Relacionados .....	6
5. AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL .....	8
5.1. Análise de efeitos horizontais .....	8
5.1.1. Mercado da venda a retalho de materiais de construção, a clientes finais .....	9
5.1.2. Mercado da venda retalhista de tetos falsos modulares a clientes finais .....	10
5.2. Análise de efeitos verticais .....	11
6. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS .....	15
7. AUDIÊNCIA PRÉVIA .....	17
8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO .....	17