

Ccent. 52/2025
**Caetano Automotive Portugal/
Estabelecimentos comerciais**

**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]

13/08/2025

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

Processo Ccent. 52/2025 – Caetano Automotive Portugal/Estabelecimentos comerciais

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 26 de junho de 2025, com produção de efeitos em 3 de julho, 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 Caetano Automotive Portugal, S.A. (“Caetano Automotive”, “Notificante” ou “Adquirente”), do controlo exclusivo dos estabelecimentos comerciais de venda e reparação autorizada de veículos automóveis ligeiros das marcas Hyundai e Nissan, sitos em Loures (“Estabelecimentos autorizados Hyundai e Nissan”), atualmente detidos pela Entrepósito Lisboa – Comércio de Viaturas, S.A..
2. As atividades das empresas envolvidas na operação notificada (“Partes”) são as seguintes:
 - **Caetano Automotive** – integra o Grupo Salvador Caetano, cujas participadas se dedicam, nomeadamente, ao comércio e reparação de veículos automóveis, comércio de peças e acessórios para veículos automóveis e aluguer de veículos automóveis de curta e longa duração, com e sem condutor.¹

O volume de negócios realizado pela Notificante, em 2024, foi de €[>100] milhões em Portugal, de €[>100] milhões no Espaço Económico Europeu e de €[>100] milhões a nível mundial.
 - **Estabelecimentos autorizados Hyundai e Nissan** – estabelecimento comercial de venda e reparação autorizada Hyundai e estabelecimento comercial de venda e reparação autorizada Nissan, sitos na Rua da República, n.º 6, 2670-468 Loures, freguesia e concelho de Loures.

O volume de negócios realizado pelos Estabelecimentos autorizados Hyundai e Nissan, em 2024, foi de €[5-10] 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 b) do n.º 3 do mesmo diploma, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia por preencher a condição prevista na alínea c) do n.º 1 do artigo 37.º da Lei da Concorrência.

¹ As outras atividades incluem: o comércio grossista e retalhista de motos, bicicletas, peças e acessórios; a prestação de serviços de assistência técnica aos mesmos; a compra, venda e gestão de imóveis; o comércio retalhista de combustível para veículos a motor em estabelecimentos especializados; o comércio retalhista de produtos alimentares, bebidas e tabaco em estabelecimentos não especializados; e a venda de bilhetes de lotarias e outros jogos de aposta.

2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

2.1. Mercados relevantes

4. Os Estabelecimentos autorizados Hyundai e Nissan dedicam-se ao comércio retalhista de automóveis ligeiros, novos e usados; ao comércio retalhista de peças e acessórios para automóveis; e à prestação de serviços de reparação e manutenção de automóveis. Estas atividades dos referidos estabelecimentos são desenvolvidas em Loures.
5. Em Portugal, a Adquirente e o seu grupo económico — o Grupo Salvador Caetano — dedicam-se a uma ampla gama de atividades, incluindo o comércio grossista e retalhista de automóveis, novos e usados; o comércio grossista e retalhista de peças e acessórios para automóveis; a reparação de automóveis; e o aluguer de automóveis, de curta e longa duração, com e sem condutor.
6. De acordo com a prática decisória da AdC, as áreas em que as atividades das Partes se sobrepõem enquadram-se em quatro mercados do produto relevantes: (mi) o mercado do comércio retalhista autorizado de automóveis ligeiros novos; (mii) o mercado do comércio retalhista de automóveis ligeiros usados e seminovos; (miii) o mercado do comércio retalhista de peças e acessórios para automóveis ligeiros; e (miv) o mercado da reparação de automóveis ligeiros.²
7. No que concerne o âmbito geográfico destes mercados e, em particular, do mercado referente à comercialização retalhista de automóveis ligeiros novos, importa ter presente o seguinte.
8. Se, por um lado, os custos de pesquisa de preços e demais características dos veículos novos são relativamente reduzidos, face ao valor do bem em causa, o que poderá redundar numa apetência do consumidor para considerar um âmbito geográfico de pesquisa mais alargado; a que acresce o facto dos preços e das campanhas de *marketing* e de promoção serem, em larga medida, determinadas centralmente – e com validade para todo o território nacional – pelos fabricantes ou pelos seus representantes grossistas; por outro lado, tratando-se de um mercado retalhista, cada estabelecimento comercial poderá captar grande parte da sua clientela numa determinada área de influência local ou regional, o que poderá, eventualmente, sugerir diferentes dinâmicas de concorrência a nível regional.
9. Note-se que, nas decisões da Comissão Europeia (“CE”), a dimensão geográfica do mercado do comércio retalhista de automóveis ligeiros novos tem sido deixada em aberto, uma vez

² Para a forma como a prática decisória da AdC tem enquadrado as atividades das Partes em mercados relevantes, ver, *e.g.*, as decisões nos processos: Ccent. 49/2023 – CAETANO 3/Unidade de Negócio de Importação de Veículos, Peças e Acessórios da Marca Nissan, de 13.09.2023; Ccent. 34/2022 – Grupo Salvador Caetano/Estabelecimentos Comerciais, de 20.09.2022; Ccent. 5/2022 – Cary Group/Diveraxial*Expressglass, de 15.02.2022; Ccent. 45/2021 – M. Coutinho/Lisboa Oriente*FXP, de 19.10.2021; e Ccent. 24/2020 – JAPGEST/Entrepoto, de 29.09.2020.

que a avaliação jusconcorrencial das operações de concentração em causa não dependia do exato âmbito geográfico do mercado.³

10. A título de exemplo, no processo M.7747 – PGA/MAS, decidido em 16/10/2015, § 18, a CE refere que da investigação de mercado resultaram indicações de que a maioria dos consumidores não estaria disposta a deslocar-se a outras regiões para efeitos da aquisição de um veículo ligeiro novo e, por outro lado, que os retalhistas perspetivaram os respetivos mercados como regionais. Contudo, também resultou da referida investigação de mercado no processo M.7747 – PGA/MAS que os preços e as campanhas de *marketing* e promoção dos veículos ligeiros novos eram decididos centralmente pelos fabricantes.⁴
11. Por sua vez, na decisão relativa ao caso Inchcape plc/European Motor Holdings plc., de 16/04/2007, o Office of Fair Trading refere um estudo, de 2000, sobre a venda de veículos ligeiros novos no Reino Unido, considerando que a dimensão geográfica do referido mercado tenderá a ser nacional, uma vez que os clientes estariam dispostos a percorrer distâncias longas para a aquisição de veículos novos.⁵
12. Todavia, muito recentemente, nos termos das Orientações sobre concentrações no setor da venda de automóveis, publicadas pela autoridade de concorrência dos Países Baixos em de fevereiro de 2025, §§ 71-72, refere-se que a delimitação da dimensão geográfica do mercado do comércio retalhista de automóveis ligeiros novos deve basear-se no conceito de área ou zona de influência/captação, geralmente definida como a área na qual o estabelecimento de venda em causa realiza cerca de 80% das suas vendas.
13. O que não preclui que, em áreas de maior densidade populacional – como é o presente caso, em que os Estabelecimentos comerciais a adquirir se localizam em Loures –, se possa considerar, por via da existência de cadeias de substituição, a possibilidade de incluir no mesmo mercado geográfico áreas não diretamente substituíveis, o que milita no sentido de uma delimitação regionalmente alargada do mercado geográfico relevante.⁶
14. Assim, muito embora se deixe em aberto a exata delimitação do âmbito geográfico do mercado – i.e., porque, como se verá *infra*, as conclusões da avaliação jusconcorrencial não

³ Por exemplo, decisões de 22/06/2022 e de 28/10/2021 relativas aos processos M.10714 – VGRD/ASSETS OF AUTO-HOLDING DRESDEN e M.10412 – SCANIA SVERIGE/DIN BIL SVERIGE/BILMETRO, §§ 20 e 25, respetivamente.

⁴ Na decisão relativa ao processo M.9839 – VGRD/AUTO WICHERT ASSETS, de 17/06/2020, § 21, há referência ao argumento da Notificante no sentido de a dimensão geográfica do mercado do comércio retalhista de automóveis ligeiros novos corresponder ao território de cada país, já que, por um lado, os consumidores recorrerem cada vez mais à Internet para comparar preços e, por outro, estão dispostos a percorrer longas distâncias para adquirir o veículo pretendido.

⁵ Cf. decisão do Office of Fair Trading no caso Inchcape plc/European Motor Holdings plc., § 11.

⁶ Cf., Comunicação da Comissão sobre a definição de mercado relevante para efeitos do direito da concorrência da União, C/2024/1645), § 87. Por exemplo, embora os clientes da área A possam não considerar a oferta na área C como uma alternativa, pode haver uma cadeia de substituição quando os clientes da área A consideram a oferta na área B como um substituto e os clientes da área B consideram a oferta na área C como um substituto. A oferta na área A pode então ser indiretamente restringida pela concorrência da oferta na área C através dessa cadeia de substituição.

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

serão distintas em função da exata delimitação do mercado geográfico –, apresenta-se informação sobre quotas de mercado tendo por referência, não só o território nacional, como, também, a Área Metropolitana de Lisboa.⁷

15. Por fim, importa considerar que a Adquirente e o seu grupo económico atuam nos seguintes mercados relacionados (sete): (ri) o mercado do comércio grossista de automóveis ligeiros novos em Portugal; (rii) o mercado do comércio grossista de automóveis ligeiros usados e seminovos em Portugal; (riii) o mercado do comércio grossista de peças e acessórios para automóveis ligeiros em Portugal; (riv) o mercado da prestação de serviços completos de aluguer operacional e gestão de frotas em Portugal; (rv) o mercado da prestação de serviços de aluguer de automóveis sem condutor de curta duração em Portugal; (rvii) o mercado da intermediação de crédito para aquisição de automóveis em Portugal; e (rviii) o mercado da mediação de seguros para automóveis em Portugal.

2.2. Avaliação jusconcorrencial

16. De acordo com a Notificante, em 2024, a quota de mercado conjunta das Partes (em número de veículos) foi de [20-30]% na comercialização retalhista de automóveis ligeiros novos em Portugal; e de [0-5]% na comercialização retalhista de automóveis ligeiros usados em Portugal. Aliás, a quota da Adquirida é perfeitamente marginal, correspondendo a cerca de [<0,1]% e [<0,1]% naqueles mercados.
17. As quotas de mercado conjuntas das Partes, em valor, seriam de apenas [10-20]% e [5-10]%, respetivamente, nos mercados retalhista de peças e acessórios para automóveis ligeiros em Portugal e da reparação automóvel, áreas de atividade que representam menos de [5 milhões] de euros no volume de negócios da Adquirida.
18. Tendo por referência a Área Metropolitana de Lisboa, as quotas de mercado (em valor) da Notificante são iguais a [20-30]% e [0-5]%, respetivamente, na comercialização retalhista de automóveis ligeiros novos e na comercialização retalhista de automóveis ligeiros usados. Já as quotas da Adquirida nestes mercados são iguais a, respetivamente, [<0,5]% e [<0,1]%.
19. No que se refere aos mercados retalhista de peças e acessórios para automóveis ligeiros e da reparação automóvel, as quotas de mercado (em valor) da Notificante na Área Metropolitana de Lisboa são iguais a, respetivamente, [10-20]% e [10-20]%. A Adquirida tem, nestes mercados, quotas iguais a, respetivamente, [<0,5]% e [<0,1]%.
20. Assim, considera-se que, independentemente da exata delimitação do âmbito geográfico dos mercados (i.e., por referência a uma dimensão nacional ou regional / local), a operação de concentração não redundará em impactos jusconcorrenciais negativos de natureza horizontal.

⁷ No que respeita aos mercados (mii), (miii) e (miv) identificados *supra*, também se fará uma análise tendo por referência, não só o território nacional, como também a Área Metropolitana de Lisboa. Aliás, ainda que se considere que os mesmos têm uma dimensão geográfica infranacional ou mesmo local, não é concebível que nestes mercados o impacto da operação notificada seja mais gravoso daquele que se apresenta *infra* por referência ao mercado do comércio retalhista autorizado de automóveis ligeiros novos na Área Metropolitana de Lisboa, uma vez que a estrutura da oferta nos mesmos tenderá a ser mais atomizada.

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

21. Nos mercados relacionados (ri) e (rii), as quotas de quantidade do grupo da Adquirente não foram superiores a [10-20]%; e, nos mercados relacionados (riii), (riv), (rv), (rvi) e (rvii), as quotas de valor do grupo da Adquirente não foram superiores a [10-20]%.⁸
22. Tendo em conta a dimensão relativa das Partes, é implausível que a operação notificada aumente significativamente a capacidade de as mesmas exercerem poder de mercado ou de excluírem rivais.
23. Nestas condições, é implausível que a operação notificada crie entraves significativos à concorrência efetiva nas atividades a que as Partes se dedicam em Portugal.

3. AUDIÊNCIA PRÉVIA

24. 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 interessados que se tenham manifestado contra a operação e o sentido da decisão, que não é desfavorável à Notificante.

⁸ Para os mercados relacionados (riv) e (rv), as quotas disponíveis são de 2023.

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

4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

25. 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, adota uma decisão de não oposição à operação notificada, 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 ou em parte substancial deste.

Lisboa, 13 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

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

Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA	2
2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL	3
2.1. Mercados relevantes	3
2.2. Avaliação jusconcorrencial	5
3. AUDIÊNCIA PRÉVIA.....	6
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	7

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