

Ccent. 42/2026
FXRS/FBO

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]

12/08/2026

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

Ccent. 42/2026 – FXRS/FBO

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 23 de junho de 2026, 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 FXRS Motor, S.A., sociedade-veículo controlada pela XRS Holding SGPS, S.A. (“**XRS**”, “Notificante” ou “Adquirente”), do controlo sobre o Estabelecimento Comercial da FBO Motors Sports – Comércio e Reparação de Automóveis, Lda. (“**Estabelecimento Comercial**”).
2. As atividades das partes envolvidas na operação (“Partes”) são as seguintes:
 - **XRS** – integra o Grupo XRS, que desenvolve, designadamente, atividades de comercialização, importação, aluguer, manutenção e reparação de veículos automóveis e de comercialização de peças e acessórios das marcas *Porsche* e *Bentley*, bem como de mediação de seguros. O Grupo XRS dispõe de estabelecimentos no Porto, Braga e Aveiro.

Nos termos e para os efeitos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, o volume de negócios realizado pela XRS, em Portugal, em 2025, foi de cerca de €[>100] milhões.
 - **Estabelecimento Comercial** – dedicado à comercialização de automóveis ligeiros novos e usados da marca *Ferrari* e de peças e acessórios para os mesmos, bem como na prestação de serviços de reparação e manutenção automóvel, em Lisboa e na região do Porto.

O volume de negócios realizado pelo Estabelecimento Comercial, em Portugal, em 2025, foi de cerca 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 b) 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.

2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

2.1. Mercados Relevantes

4. O estabelecimento adquirido à FBO dedica-se à comercialização de automóveis da marca *Ferrari*, bem como a atividades complementares, tais como a comercialização de peças e acessórios, e a manutenção e reparação.¹
5. Em Portugal, a Adquirente — FXRS — e o seu grupo económico — grupo XRS — dedicam-se à importação e comercialização de automóveis das marcas *Bentley* e *Porsche*, bem como

¹ O Estabelecimento Comercial dispõe de instalações em Lisboa e na região do Porto.

a atividades complementares, tais como a comercialização de peças e acessórios, a manutenção e reparação, e mediação de seguros.²

6. Na sua prática decisória, a AdC tem considerado, quer para veículos novos, quer para veículos usados e seminovos, o produto “automóvel ligeiro de passageiros”, uma vez que uma eventual segmentação por tipo de veículo ligeiro não tem, em regra, impactado nas avaliações jusconcorrenciais.³ A Comissão Europeia tem considerado para estes veículos as segmentações: (i) mini, (ii) pequeno, (iii) médio, (iv) grande, (v) executivo, (vi) de luxo, (vii) desportivo, (viii) desportivo utilitário e (ix) multifuncional.⁴
7. As características dos veículos pertencentes a alguns destes segmentos diferem entre segmentos.⁵ Consequentemente, a substituíbilidade da procura entre veículos de diferentes segmentos é, nalguns casos, reduzida.
8. A eventual consideração de um único mercado correspondente às diferentes categorias de automóveis ligeiros poderia, ainda assim, justificar-se se os vários fabricantes, grossistas, ou retalhistas oferecessem gamas de produtos semelhantes.⁶ Atualmente, várias destas empresas oferecem gamas amplas de produtos. Nalguns casos, as gamas sobrepõem-se. Porém, em geral, isso não ocorre. Estas empresas tendem a especializar-se em segmentos específicos, e diferentes uns dos outros.
9. O *supra* exposto tem preponderância no caso presente, atendendo a que as Partes se especializaram nas marcas Ferrari, Bentley e Porsche, o que leva a AdC a considerar a segmentação dos mercados em função do tipo de veículo ligeiro.
10. Quanto ao âmbito geográfico dos mercados, identificam-se determinadas razões que sugerem um âmbito infranacional, seja para a venda de automóveis ligeiros de passageiros, seja para serviços complementares, tais como a reparação e manutenção ou a aquisição de peças e acessórios.
11. Primeiro, atualmente, os consumidores têm acesso a muita informação — *e.g.*, publicações especializadas —, o que os ajuda a identificar e selecionar a melhor alternativa disponível

² O Grupo XRS dispõe de estabelecimentos no Porto, Braga e Aveiro.

³ Ver, *e.g.*, as decisões nos processos: Ccent. 51/2025 – Grupo Névoa / SGS Car, de 16.07.2025; Ccent. 12/2024 – Santogal / Mercedes-Benz Retail, de 13.03.2024; Ccent. 49/2023 – CAETANO 3 / Unidade de Negócio de Importação de Veículos, Peças e Acessórios da Marca Nissan, de 13.09.2023; Ccent. 10/2023 – M. Coutinho / Bomcar*Bomrent, de 19.04.2023; Ccent. 46/2022 – Santogal / RRG Portugal, de 15.11.2022; 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; Ccent. 46/2020 – Caetano Retail / Gamobar, de 17.02.2021; e Ccent. 24/2020 – JAPGEST / Entrepasto, de 29.09.2020.

⁴ Ver, *e.g.*, as decisões nos processos: M.8449 – PEUGEOT / OPEL, de 5.7.2017; COMP/M.6403 – VOLKSWAGEN / KPI POLSKA / SKODA AUTO POLSKA / VW BANK POLSKA / VW LEASING POLSKA, de 19.12.2011; e COMP/M.5219 – VWAG / OFH / VWGI, de 25.09.2008.

⁵ Os automóveis ligeiros de passageiros diferenciam-se ao longo de várias dimensões, *e.g.*, o preço, o comprimento, a potência do motor, a segurança, a fiabilidade, o conforto, e a utilização pretendida.

⁶ Nesse caso, justificava-se considerar que “automóvel ligeiro de passageiros” corresponde a um “bem compósito”, *i.e.*, um agregado de produtos, e não a um produto específico.

a nível nacional. Contudo, a generalidade dos consumidores adquire automóveis em estabelecimentos não muito distantes da sua zona de residência.⁷

12. Segundo, a importância da proximidade do local de residência é óbvia para os serviços de reparação e manutenção. Embora a aquisição de peças e acessórios não tenha de coincidir com a reparação e manutenção, frequentemente coincide. Assim, a intuição que torna convincente que, em geral, a reparação e manutenção de veículos ocorra perto do local de residência, também se aplica à aquisição de peças e acessórios.
13. Terceiro, por vezes, os fabricantes ou os seus representantes adotam tarifários nacionais. Contudo, estes são apenas recomendados, e não vinculativos. Além disso, os descontos ou promoções oferecidas pelos retalhistas — que determinam os preços de transação efetivos — também variam ao longo do país. Assim, os preços retalhistas finais variam a nível regional.
14. Quarto, nenhum fabricante tem uma rede de distribuição que cubra uniformemente o território nacional. Além disso, as redes de distribuição dos vários fabricantes diferem na forma como cobrem o país.
15. Face ao exposto, a AdC considera, para efeitos da análise desta operação de concentração, as categorias de automóveis em que as Partes se especializaram – i.e., desportivos, luxo e executivos –, fazendo uma análise considerando, quer o âmbito geográfico nacional, quer, também, o âmbito geográfico infranacional correspondente às áreas onde se localizam os estabelecimentos comerciais a adquirir.
16. Em suma, a AdC considera, para os presente efeitos, as seguintes áreas de atividade em que as Partes se sobrepõem, correspondendo cada uma delas a um eventual mercado distinto⁸: (mi) o mercado do comércio retalhista autorizado de automóveis ligeiros desportivos novos em Portugal; (mii) o mercado do comércio retalhista autorizado de automóveis ligeiros de luxo novos em Portugal; (miii) o mercado do comércio retalhista autorizado de automóveis ligeiros executivos novos em Portugal; (miv) o mercado do comércio retalhista de automóveis ligeiros desportivos usados e seminovos em Portugal; (mv) o mercado do comércio retalhista de automóveis ligeiros de luxo usados e seminovos em Portugal; (mvi) o mercado do comércio retalhista de automóveis ligeiros executivos usados e seminovos em Portugal; (mvii) o mercado do comércio retalhista de peças e acessórios para automóveis ligeiros desportivos, de luxo, e executivos na Área Metropolitana de Lisboa; (mviii) o mercado do comércio retalhista de peças e acessórios para automóveis ligeiros desportivos, de luxo, e executivos na Área Metropolitana do

⁷ Existem variações regionais de preços que podem justificar a procura de informação, e a aquisição de um automóvel fora da zona de residência. Porém, importa considerar dois aspetos. Primeiro, o *benefício marginal esperado* dessa procura não é igual ao preço do veículo, mas apenas à poupança esperada, i.e., à diferença entre o melhor preço disponível na zona de residência e o preço mais baixo que o consumidor espera encontrar noutra região. Segundo, o *custo marginal* dessa procura inclui os custos de busca e de transação — e.g., o custo de adquirir informação especializada, o tempo despendido na sua análise, o custo de contactar potenciais vendedores, e os custos de deslocação. Assim, apenas quando o benefício marginal esperado exceder o custo marginal — tal como para o tipo de veículos sob análise —, será racional adquirir o automóvel noutra região. Contudo, em geral, isso não ocorrerá, conforme refletem as decisões da maioria dos consumidores.

⁸ De acordo da Notificante, dadas as suas características, e com base em dados da ACAP — Associação Automóvel de Portugal, a marca *Ferrari* insere-se no segmento desportivo, a marca *Bentley* no segmento de luxo, e a marca *Porsche* nos segmentos desportivo e executivo.

Porto; (*mix*) o mercado do comércio retalhista de peças e acessórios para automóveis ligeiros desportivos, de luxo, e executivos na área de Braga; (*mx*) o mercado do comércio retalhista de peças e acessórios para automóveis ligeiros desportivos, de luxo, e executivos na área de Aveiro; (*mxi*) o mercado da reparação de automóveis ligeiros desportivos, de luxo, e executivos na Área Metropolitana de Lisboa; (*mxii*) o mercado da reparação de automóveis ligeiros desportivos, de luxo, e executivos na Área Metropolitana do Porto; (*mxiii*) o mercado da reparação de automóveis ligeiros desportivos, de luxo, e executivos na área de Braga; e (*mxiv*) o mercado da reparação de automóveis ligeiros desportivos, de luxo, e executivos na área Aveiro.

17. Ademais, a Adquirente e o seu grupo económico atuam no mercado relacionado da mediação de seguros para automóveis em Portugal⁹.

2.2. Avaliação Jusconcorrencial

18. De acordo com a Notificante, em 2025, as quotas de mercado conjuntas das Partes, em quantidade, nos eventuais mercados relevantes (mi)-(miii), foram de [5-10]%, [20,30]% e [0-5]%, respetivamente; e nos mercados relevantes (miv)-(mvi) não excederam [5-10]%. As quotas conjuntas das Partes, em valor, nos mercados relevantes (mvii)-(mxiv), não excederam [20-30]%.
19. Em 2025, no mercado relacionado, a quota de mercado, em valor, do grupo da Adquirente não excedeu [5-10]%.
20. Dada a dimensão relativa das Partes, é implausível que a operação notificada aumente significativamente a capacidade da Adquirente de exercer poder de mercado ou de excluir rivais.
21. Nestas condições, é implausível que a operação notificada crie entraves significativos à concorrência efetiva nas atividades a que as intervenientes se dedicam em Portugal.

3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

22. 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.

⁹ Atuam também, residualmente, no mercado relacionado da prestação de serviços de aluguer de automóveis sem condutor de curta duração das marcas *Porsche* e *Bentley* a clientes do Grupo XRS.

4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

23. 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 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, 12 de agosto de 2026

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.	MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL	2
2.1.	Mercados Relevantes.....	2
2.2.	Avaliação Jusconcorrencial	5
3.	AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	5
4.	DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	6