

## DECISÃO DO CONSELHO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

### Operação de concentração n.º42/2003 – Espírito Santo Viagens/Netviagens

Em 10 de Outubro de 2003, a Autoridade da Concorrência recebeu uma notificação relativa a um projecto de concentração por meio do qual a empresa Espírito Santo Viagens, SGPS, S.A (ESV) (Ex- Top Atlântico Turismo - Holding de Distribuição Turística, SGPS, SA) pretende adquirir a Netviagens-Agência de Viagens e Turismo S.A. (Netviagens).

A operação de concentração configura uma concentração de empresas na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 18/2003, do 11 de Junho, e na definição de controlo dada pela alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo e foi notificada à Autoridade da Concorrência pelo facto de se encontrar preenchida, em consequência da realização da operação projectada, a condição prevista na alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.

#### I. NATUREZA DA OPERAÇÃO

Nos termos do contrato de compra e venda da totalidade das acções celebrado entre a Netviagens e a ESV, esta vai adquirir o controlo exclusivo da Netviagens.

Esta aquisição representa para ESV uma forte complementaridade operacional e estratégica com a sua actividade de que decorrem benefícios vários como i) *uma melhor racionalização dos serviços*, ii) *actuação conjunta em acções promocionais* e iii) *cooperação ao nível da formação dos recursos humanos*.

A operação de concentração é de natureza horizontal, porquanto as empresas envolvidas actuam no mesmo mercado: o mercado das agências de viagens e dos operadores turísticos.

#### II. EMPRESAS PARTICIPANTES

##### 2.1 Empresa adquirente

A ESPÍRITO SANTO VIAGENS - SOCIEDADE GESTORA DE PARTICIPAÇÕES SOCIAIS, S.A (ESV), (ex- Top Atlântico Turismo - Holding de Distribuição Turística SGPS, S.A) é controlada pela Espírito Santo Tourism (Europe) S.A com uma participação de 75% e pelo Comendador Rui Alberto do Rodriguez Horta com uma participação de 25%, (16,67% directamente e 8,33% através da Euroholding SGPS, S.A).

Do acordo com o organigrama do Grupo, a ESV controla directamente duas sub-holdings - a Top Tours Holding, SGPS SA e a Macrotur SGPS SA. - bem como, ainda, a sociedade King Holidays, nos EUA.

A Top Tours Holding controla as participadas Top Tours - Viagens e Turismo, SA; Viagens Mapa Mundo - Turismo e Transportes, SA; ATR - Actividades Turísticas e Representações, Lda; Tagus; Touravion Ltd (em Londres) e King Holiday SRI (em Roma).

A Macrotur controla as participadas Space - Sociedade Portuguesa de Aviação, Comércio e Excursões, SA ; Club Vip - Operadores Turísticos, Lda; JFM Tours - Agência de Viagens e Turismo, Lda.; Clube Med Viagens, Lda. (joint-venture entre Clube Mediterranée - 60% e a Macrotur - 40%); Sociedad Peninsular de Aviación, Comércio y Excursión (Space Espanha) e a Iberia Tours SGPS.

Por sua vez, a Space detém o controlo da empresa Lusitânia (sita em França), bem como da Igestur, Uniturismo e Europeia empresas cujas actividades foram integradas na Space no ano de 2001.

O Grupo representa ainda em Portugal, de modo indirecto, a marca “American Express Travel Services”, marca registada da operadora multinacional com a mesma designação.

Essa representação, resultou da celebração de um contrato de prestação de serviços entre o Grupo Banco Comercial Português (na qualidade de representante em Portugal da American Express na vertente de serviços do cartão do crédito) e a Top Tours relativamente aos serviços de viagens (“American Express Travel Services”), tendo o Grup BCP para o efeito criado uma loja em Lisboa com a imagem “American Express”. Os produtos vendidos na mencionada loja são os da Top Tours com a marca BCP/American Express.

Esta prestação de serviços, conforme objecto do Acordo celebrado, destina-se aos titulares dos cartões American Express emitidos pelo BCP, nos termos e condições definidas no mesmo, não tendo, contudo, esses clientes qualquer obrigação em recorrer aos serviços da Top Tours.

Na sequência da aquisição pelo grupo Top Atlântico da maioria do capital social da Turistrader — Sociedade do Desenvolvimento Turístico, Lda., a Top Atlântico passa a actuar em Portugal com a marca registada Carlson WagonLit, conforme o Acordo de Princípios celebrado entre ela e a CWT (anterior detentora da Turistrader), empresa pertencente à operadora multinacional com a mesma designação da marca referida.

O grupo está presente no mercado nacional como operador turístico e como agente de viagens, prestando serviços de viagens de negócios e de lazer, serviços que constituem o segmento de actividade

de “*outgoing*”, bem como os respeitantes ao segmento de actividade de “*incoming*”. Detém 69 balcões, instalados a nível nacional.

Em 2003 realizou os seguintes volumes de negócio calculados nos termos do artigo 10.º da Lei n.º 18/2003, em Portugal, Espaço Económico Europeu e Mundial, respectivamente:

Portugal €      [ >150 ] milhões

EEE €            [ >150 ] milhões

Mundial €        [ >150 ] milhões

## **2.2 Empresa Adquirida**

A NETVIAGENS - AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO, S.A,( Netviagens) - (EX - TRAVEL ACTION - AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO SA,) com sede em Lisboa, é uma sociedade anónima com o capital social de € 649 759 detido por quatro accionistas: Raul Gonçalves com 50%; João Moita com 45%; Pedro Seabra com 2,75% e Filipe Clérigo com 2,25%,

A Netviagens não controla, directa ou indirectamente qualquer sociedade.

A empresa foi constituída em 1999, tendo sido adquirida, em 2000 pela Cofina II, SGPS, SA, que posteriormente alienou a sua posição accionista.

A sua actividade principal centra-se na prestação de serviços de viagem e turismo, via- internet, call-center e forma tradicional.

Em 2003 realizou os seguintes volumes de negócio calculados nos termos do artigo 10.º da Lei n.º18/2003, em Portugal, Espaço Económico Europeu e Mundial, respectivamente:

\* Mundial €      [ >2 ] milhões

\* EEE €            [ >2 ] milhões

\* Portugal €      [ >2 ] milhões

## **III. AVALIAÇÃO CONCORRENCIAL**

### **3.1. Enquadramento Legal**

A actividade do sector de Agências de Viagens e Turismo está regulamentada pelo Decreto-Lei n.º 209/97, de 13 de Agosto, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 12/99, de 11 de janeiro.

A revisão do quadro jurídico anteriormente aplicável - o Decreto-Lei n.º198/93, de 27 de Maio, que transpôs para a ordem jurídica interna a Directiva da CEE n.º 90/314/CEE, de 13 de Junho de 1990,

sobre viagens, férias e circuitos organizados - teve por base a necessidade de proceder à correcção de determinadas lacunas, entre as quais o facto do referido diploma apenas conter o regime aplicável às viagens organizadas, omitindo o conceito de viagens por medida.

Assim, em termos de actividade, no regime estabelecido no Decreto-Lei n.º 209/97, foi adoptado o conceito de viagens turísticas, abrangendo entre outras, as viagens organizadas, definidas de acordo com a noção constante da mencionada directiva, e as viagens por medida, ou seja, viagens preparadas pela agência a pedido do cliente para satisfação das solicitações por este estabelecidas. De acordo com a noção prevista no artigo 1.º do referido diploma, são agências de viagens e turismo as empresas que se encontrem licenciadas para tal e cujo objecto compreenda o exercício das actividades próprias definidas no n.º 1.º do artigo 2.º do mesmo diploma: **i) a organização e venda de viagens turísticas; ii) a reserva de serviços em empreendimentos turísticos; iii) a bilheteira e reserva de lugares em qualquer meio de transporte; iv) representação de outras agências de viagens e turismo, nacionais ou estrangeiras, ou de operadores turísticos estrangeiros bem como a intermediação na venda dos respectivos produtos; v) a recepção, transferência e assistência a turistas.**

### 3.2. Breve análise do sector das Agências de Viagens e Turismo

O sector de Agências de Viagens e Turismo assenta em dois tipos de actividades distintas: uma a que se poderá chamar o mercado de comercialização de viagens, constituído, sobretudo, pelas agências de viagens que vendem os seus serviços directamente ao público, através dos seus “balcões”, agindo como retalhistas; a outra, os chamados “tour operators”, que organizam pacotes turísticos incluindo um conjunto de prestações de serviços (reserva de transporte, eventualmente em voo charter, reserva de hotel, serviços de acompanhamento em terra, etc.) que comercializam essencialmente através das agências de viagens, ou seja, agindo como grossistas.

A nível da União Europeia, de acordo com os últimos dados do Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo, as actividades directamente relacionadas com os produtos do sector do turismo representam uma contribuição importante para i) *o PIB de cada Estado-Membro* (em média 5,5% em cada Estado-membro da EU; ii) *para o emprego* (6% do emprego total na UE); e iii) *para o comércio externo de serviços* (cerca de 30%).

Os dados da Comissão Europeia indicam que o turismo, nos próximos 10 anos, deverá crescer acima da média da economia dos Estados-membros, apontando-se para aumentos médios anuais de 2,5% a 4%.

Em termos de volume de negócios na UE o aumento rondará 1% a 1,5%.

Por outro lado, este mercado tem-se caracterizado por uma crescente concentração e integração vertical, em especial ao nível dos organizadores de viagens (operadores). Os seis maiores operadores no mercado geram cerca de 18% de emprego a cerca de 33% das vendas. Os grupos objecto de uma integração vertical incluem os operadores turísticos, as agências de viagens, o alojamento e em alguns casos mesmo as companhias aéreas.

Em Portugal, dada a diminuta dimensão e dispersão do sector, tem-se vindo, igualmente, a assistir nos últimos anos à mesma tendência concentrativa. Com efeito, as operações de concentração que se têm vindo a concretizar respeitam, essencialmente, a fusões ou aquisições de empresas que actuam no mercado nas duas actividades - operadores e agências de viagens.

Segundo a notificante, o sector das agências de viagens em Portugal encontra-se disseminado por um vasto número de empresas, cerca de 940, que totalizam cerca de 1300 balcões de venda licenciados a nível do País.

Segundo informação da APAVT - Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo, a maioria das empresas que actuam no sector turístico é de pequena dimensão e dedica-se, primordialmente, à revenda de pacotes turísticos e à reserva e venda de títulos de transporte aéreo (agências de viagens). De acordo com os últimos dados disponíveis 38% das empresas tinham menos de 5 empregados efectivos e 42% um volume de negócios inferior a 200 mil contos. A actividade de operador turístico, está concentrada numa minoria de empresas, que utiliza, para além da rede própria de balcões, a força de vendas das agências retalhistas para comercializar os seus produtos (pacotes turísticos).

De registar no entanto, que o nível de exclusividade neste sector de actividade é muito reduzido, uma vez que se constata que as agências, na sua maioria, pese embora ligadas a um determinado operador, comercializam pacotes turísticos de outros operadores.

As empresas ou grupos envolvidos nas operações de concentração que se têm efectivado neste sector, são na generalidade as de maior expressão, em termos de quota de mercado. Contudo, essas quotas situam-se nos [10-20]%, o que reflecte ser diminuta a dimensão das agências de viagens em Portugal, quando comparadas com as congéneres que actuam no mercado comunitário.

Neste contexto, é inevitável que se venha a acentuar a tendência concentrativa neste sector, tendo as empresas, nomeadamente as agências de viagens (retalhistas), que encontrar alternativas que lhes permitam enfrentar a crescente concorrência ao nível dos preços.

Aliás, e nesta perspectiva, assistiu-se, em meados da década de 90, ao surgimento de Agrupamentos Complementares do Empresas (ACE's), constituídos por várias agências de viagens (retalhistas), visando um maior poder negocial junto dos respectivos fornecedores - nomeadamente empresas hoteleiras e, fundamentalmente, companhias transportadoras aéreas para concessão de melhores condições comerciais na aquisição de bilhetes, prestação de serviço que representa sensivelmente 50% do negócio do sector e como tal primordial para a sobrevivência das empresas.

O primeiro, denominado ELOVIA, constituído em 1993, conta com 19 empresas aderentes, abrangendo 67 balcões. Na sequência da formação deste ACE, foi criada a empresa Sol e Férias Elovia, SGPS, que tem por accionistas os aderentes da ACE e que actua como seu operador turístico exclusivo -SOLFERIAS.

O segundo, denominado AVIANA, constituído em 1997, conta com 16 empresas aderentes, abrangendo 32 balcões.

Em entrevista à “Vida Económica” (28 Junho-04 Julho 2002), o presidente da APAVT — Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo focou ser uma realidade a tendência concentrativa que se está a assistir no sector, sendo natural que continue.

Segundo referiu, desde há alguns anos, e porque a actividade turística tem registado um crescimento sustentado, os grandes grupos económicos têm vindo a interessar-se pelo sector das viagens e turismo, quando este teria sido sempre uma área fora do ângulo da sua actuação.

Para além da Agência Abreu, que continua a ser uma grande agência a não integrar nenhum grupo económico, as restantes grandes empresas pertencem a grupos financeiros ou a grandes grupos económicos, como é o caso da Sonae, da RAR e do GES.

Os próprios grupos de viagens nacionais começam a adquirir posições em outras empresas do sector. Verifica-se a existência do investimento estrangeiro em Portugal, sendo possível que outros grupos venham para o país. Actualmente, os espanhóis da Barceló adquiriram 100% da Escalatur, enquanto que a WorldTravel, um dos maiores distribuidores a nível mundial, comprou várias agências portuguesas de pequena e média dimensão.

Sobre a situação das pequenas empresas do sector, face a este fenómeno, focou não considerar que as mesmas estejam destinadas a desaparecer, mas que poderão sobreviver apostando em nichos de mercado.

### 3.3. Serviços prestados pelo sector de Agências de Viagens e Turismo

Constituindo o Turismo, uma das principais actividades económicas do País, um importante segmento da actividade das agências de viagens nacionais está relacionada com a prestação de serviços turísticos a cidadãos estrangeiros quando viajam para e em Portugal ou a assegurar serviços em Portugal de representação e assistência a operadores estrangeiros, segmento de actividade este, designado como “incoming” ou de importação.

O outro segmento de actividade, respeita aos serviços prestados para viagens para fora do país, essencialmente dirigidos a cidadãos nacionais, o designado como “outgoing” ou de exportação. Refere a notificante, a título meramente estimativo, ser a repartição desses segmentos no montante global do sector, a seguinte:

-incoming: 28%

-outgoing: 70%

-representação turística: 2%

O segmento de actividade de “outgoing”, engloba duas vertentes de mercado de características distintas: os serviços de viagens de lazer e os serviços de viagens de negócios.

O primeiro, consiste em serviços prestados a um cliente particular; estes serviços poderão respeitar à aquisição de uma viagem organizada - pacote turístico - elaborada pelos operadores; à aquisição de uma viagem por medida, preparada pela agência a pedido do cliente; ou a simples reserva do transporte e/ou alojamento para um dado destino pretendido pelo cliente.

No segundo, o cliente é em geral uma pessoa colectiva, sendo um mercado marcadamente do âmbito da actividade das agências de viagens, dado que a prestação essencial é a da venda de bilhetes de transporte e reserva de hotéis.

Segundo a notificante, o peso das viagens de negócios no mercado português é, face ao padrão europeu, particularmente elevado, pelo facto de, por razões de poder económico, as viagens de lazer serem de menor expressão relativamente aos restantes países da União Europeia.

De registar que, conforme dados estatísticos recentes são as seguintes, as principais razões dos clientes nacionais que recorreram a agências de viagens para programarem as suas férias nesse ano: **i)** preparação da viagem completa - 42%; **ii)** reserva de alojamento - 38%; **iii)**

informações (itinerários, preços, etc.) - 18%; **iv)** reserva de transporte -16%; **v)** passaportes - 5%; **vi)** circuitos turísticos - 2%.

### **3.4. Definição do mercado de produto relevante**

Pelas razões que se passam a enumerar, consideramos que o mercado relevante do produto/serviço é o mercado nacional das Agências de Viagens e dos Operadores Turísticos, tendo em conta os seguintes factos:

- i)** as empresas envolvidas na operação actuarem quer como Agências de Viagens quer como Operadores Turísticos;
- ii)** por se verificar do lado da oferta que os mesmos agentes económicos organizam as viagens de lazer e as viagens de negócios;
- iii)** de a procura do “circuito turístico” (viagens elaboradas pelos operadores) por parte do cliente representar apenas 2%, contra os 42% da “preparação da viagem completa” (viagem esta que poderá ser preparada por qualquer agência de viagens - retalho), conforme estipulado na legislação aplicável a este sector de actividade;
- iv)** pese embora a não existência de dados concretos sobre o universo das actividades de retalho (agências de viagens) e de grossista (operadores turísticos), se verifica que estes últimos apresentam um volume de negócios diminuto relativamente à facturação global das agências de viagens.

Assim, pelas razões referidas, afigura-se não se justificar qualquer segmentação das actividades exercidas pelas empresas envolvidas na operação para a definição do mercado do produto relevante, pelo que considerou-se delimitar a mercado relevante aos serviços prestados pelas agências de viagens e operadores turísticos.

### **3.5. Mercado relevante geográfico**

A Comissão Europeia tem sistematicamente definido o mercado geográfico, no sector do turismo, como tendo uma dimensão exclusivamente nacional.<sup>1</sup>

De acordo com a Comissão, ainda que os operadores turísticos disponibilizem produtos muito semelhantes em diversos países, o pacote turístico é sempre adaptado ao país onde é comercializado,

tendo em conta as especificações e preferências locais e, sobretudo, condicionalismos no que respeita ao ponto de partida, aeroporto, horário, influência das distâncias sobre os preços.

Embora não existam quaisquer restrições à actuação das empresas estrangeiras no mercado nacional, o mercado relevante geográfico considerado é o território nacional, uma vez que importa apreciar os efeitos da vertente concentração nos termos da legislação nacional de concorrência.

### **3.6. Estrutura da Oferta**

Na área dos operadores turísticos, a par com os operadores pertencentes a importantes grupos nacionais (Agência Abreu, grupo Sonae e a própria notificante ESV- ex Top Atlântico), regista-se a presença significativa de várias empresas estrangeiras que estão estabelecidas em Portugal, colocando directamente os seus serviços no mercado nacional.

Essas empresas pertencem aos maiores grupos europeus do sector em apreço, de que são exemplo: Miltours Portugal (TUI-alemão); Halcon Viagens (Halcon-espanhol); Viagens Astral (Airtours-inglês); Portimar (Portimar Olimar-alemão); Ultratur Portugal (Ultratours-espanhol); Viagens El Corte Inglés (El Corte Inglés - espanhol); Mélia Europa (Mélia-belga); World Travel (World Travel-holandês); Nouvelles Frontières (Nuouvelles Frontières-francês).

Há ainda a considerar os grandes operadores multinacionais que asseguram a comercialização dos seus serviços através de representação em Portugal, como é o caso, nomeadamente, da American Express, indirectamente representada pela notificante (representação esta caracterizada no ponto 1. Item II, desta informação); da BTI, representada pela World Travel; da TQ3 (Grupo TUI), representada pela Star Turismo (Sonae) e a Miltours; e da Rosenbluth, representada pela Travel Store. As multinacionais referidas no parágrafo anterior, são concorrentes, primordialmente, na área dos negócios de viagens, ocupando os primeiros lugares no ranking mundial. O ranking é o seguinte:

AMEX — € [...] biliões; CWL — € [...] biliões; TQ3 (Grupo TUI) — € [...] biliões; BTI - € [...] biliões; Rosenbluth — € [...] biliões.

Registe-se, ainda, o exemplo da empresa Viajes Marsans (espanhola), que até Outubro de 1998 esteve estabelecida directamente em Portugal e que actualmente detém 50% no capital social da Roteiro - Prestação de Serviços de Turismo, SA., em sociedade com o Grupo Sonae, detentor dos remanescentes 50%.

---

<sup>1</sup> Airtours / First Choice IV.M. 1524, de 4 de Fevereiro do 1998 e Alpitour / Francoroso IV / M.1062

Todos os operadores referidos possuem rede de balcões no mercado nacional, actuando, igualmente, na actividade de agências de viagens (retalho).

Tomando por base a estimativa apresentada pela notificante e confirmada por alguns dos concorrentes questionados para o efeito, o volume de negócios global do sector em apreço, no mercado nacional, no ano de 2002, ascendeu a cerca de € 2.250 milhões, apresentando os principais operadores, que representam cerca de **[30-40]** %, as seguintes quotas de mercado e a representação que apresentam ao nível de balcões:

Empresas	Volume do Negócios (milhões do €)	Quota %	Nº de Balcões
ESV	[...]	<b>[10-20]</b>	69
Netviagens	[...]	<b>[0-5]</b>	
Agência Abreu	[...]	<b>[10-20]</b>	70
World Travel	[...]	<b>[0-5]</b>	7
Geotur	[...]	<b>[0-5]</b>	10
Halcon	[...]	<b>[0-5]</b>	39
Paneuropa	[...]	<b>[0-5]</b>	3
Nouvelles Frontières	[...]	<b>[0-5]</b>	5
El Corte Inglés	[...]	<b>[0-5]</b>	9
Grupo Sonae	[...]	<b>[0-5]</b>	44
Sub-Total	[...]	<b>[30-40]</b>	256
Outras (942 empresas)	[...]	<b>[60-70]</b>	1041
Total	2250,0	100,0	1297

Fonte: inquérito às empresas concorrentes

Verificamos, assim, estarmos em presença de um mercado cuja oferta apresenta uma estrutura muito fragmentada, mais de 900 *players* no qual cerca de 10 empresas detém **[30-40]** %, estando o remanescente disperso.

O grau de concentração deste mercado medido pelo HHI (Herfindahl Hirschman Index) é inferior a 1000 e o acréscimo resultante da concentração projectada é de [**<150**] níveis muito inferiores aos limiares que podem suscitar algumas preocupações de natureza concorrencial.

#### IV. EFEITOS DA OPERAÇÃO NA ESTRUTURA CONCORRENCIAL DO MERCADO

A aquisição da Netviagens, pela ESV, configura uma operação de concentração de natureza horizontal e traduzir-se-á, para o grupo ESV, no acréscimo de [**0-5**] na quota de [**10-20**] que já detém no mercado das agências de viagens e dos operadores turísticos, de que resultará para o mercado um acréscimo no grau de concentração do mesmo de [**<150**] medido pelo HHI.

Trata-se de um mercado com mais de novecentos operadores, no qual apenas dez detêm, conjuntamente, cerca do [**30-40**] da quota de mercado, encontrando-se o remanescente disperso, com quotas individuais inferiores a [**0-5**].

Tendo, em conta as características do mesmo já atrás referidas, concluímos tratar-se de um mercado onde se verifica uma concorrência efectiva quer por parte de importantes empresas nacionais, como o grupo Abreu e Sonae, quer por parte de empresas integradas em importantes grupos internacionais, quer, ainda, através de empresas que apesar da sua reduzida expressão em termos individuais se sentem reforçadas em termos de poder negocial ao se encontrarem integradas em Agrupamentos Complementares de Empresas.

#### V. CONCLUSÃO

Face ao exposto, o Conselho da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea b) do artigo 17.º dos respectivos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003, de 18 de Janeiro, decide, ao abrigo da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei 18/2003, de 11 de Junho, não se opor à presente operação de concentração, uma vez que a mesma não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no *mercado nacional das Agências de Viagens e dos Operadores Turísticos*.

AdC, 13 de Novembro de 2003

O Conselho da Autoridade da Concorrência