

**Decisão do Conselho da Autoridade da Concorrência**  
**PROCESSO AC-I-CCENT. 46/2003 – CTT/PAYSHOP**

## **INTRODUÇÃO**

Em 26 DE Novembro de 2003, os **CTT – CORREIOS DE PORTUGAL, SA**, notificaram à Autoridade da Concorrência, nos termos do Art.º 9º da Lei 18/2003 de 18 de Junho, um projecto de concentração, que consiste na aquisição do controlo exclusivo por parte dos CTT – Correios de Portugal, SA, (de ora em diante designados por CTT), da PAYSHOP PORTUGAL, (de ora em diante designada por Payshop).

## **IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA OPERAÇÃO**

A operação de concentração processa-se através da aquisição de 99,38% do capital social da Payshop e assume a forma de uma concentração horizontal, configurando uma concentração de empresas no termos da alínea b) do nº 1 do Art.º 8º da Lei 18/2003 de 18 de Junho, e da alínea a) do nº 3 do mesmo artigo.

Contudo, como adiante se demonstrará, a presente concentração não é de notificação prévia obrigatória por não preencher as condições previstas no artigo 9º da Lei nº 18/2003 de 11 de Junho.

## **AS EMPRESAS PARTICIPANTES**

### **A EMPRESA ADQUIRENTE**

Os **CTT – Correios de Portugal, SA**, é uma sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos, que desenvolve a sua actividade no âmbito dos serviços postais de acordo com a Lei de Bases dos

**Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.**

### Versão Pública

Serviços Postais, assegurando o estabelecimento, gestão e exploração das infraestruturas, o serviço público de correios e a prestação de serviços financeiros que incluem a transferência de fundos.

No âmbito da operação de concentração em análise, os CTT prestam serviços de cobrança de facturas de diversas instituições, como a EDP, EPAL, PT, Segurança Social, etc.

A empresa apresentou em 2002 um volume de negócios em Portugal de [**>150**] milhões de euros, sendo esse montante de [**>150**] milhões de euros a nível mundial.

### A EMPRESA ADQUIRIDA

A **PAYSHOP** tem por objecto social o estabelecimento e gestão por conta de terceiros de uma rede de pontos (físicos ou não) de cobrança e facturas por eles emitidas, disponibilizando o suporte informático necessário.

Os seus clientes mais importantes são a TMN, a EDP e a VODAFONE, que em conjunto detêm [**80-90**] % do total de facturação da empresa.

Considera a notificante que o serviço Payshop apresenta vantagens para os comerciantes aderentes através de um mecanismo gerador da frequência dos estabelecimentos, permitindo a fidelização e a atracção de novos clientes, sem qualquer tipo de investimentos.

Também segundo a notificante, são os próprios consumidores que beneficiarão da prestação destes serviços pois que, ao contrário de algumas entidades bancárias (cujo procedimento tem tendência para generalizar-se) que cobram uma comissão pela prestação destes serviços de cobrança, os CTT e a Payshop operam sem custos adicionais ou exigências de fidelização, não havendo lugar a processos burocráticos e morosos para estabelecer ou deixar de estabelecer uma relação contratual.

O volume de facturação foi de [**< 2 milhões**] euros no último exercício. Refira-se que a Payshop iniciou a sua actividade em 2002 e os seus exercícios económicos decorrem anualmente entre Julho e Junho.

De acordo com a informação prestada pela empresa notificante, a Payshop não detém qualquer participação, directa ou indirecta, em empresas em Portugal ou no estrangeiro.

**Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.**

## MERCADO DO SERVIÇO RELEVANTE

O serviço de cobrança postal efectuado pelos CTT consiste na cobrança de facturas, impostos e coimas, nas estações e postos de Correio e posterior entrega à entidade credora dos valores cobrados e de toda a informação relativa à cobrança, por teletransmissão ou por suporte magnético. Também a Payshop, através da sua rede de agentes permite o pagamento de contas domésticas tradicionais além de novos sectores como o pagamento da televisão por cabo e de telemóveis.

Está-se de acordo com a notificante na definição do mercado do serviço relevante nesta operação que é **o mercado da cobrança de facturas periódicas e regulares e o pagamento de telemóveis.**

## MERCADO GEOGRÁFICO DO SERVIÇO

Os mercados de cobrança postal e de cobrança e contas domésticas apresentam um cariz **nacional**. Na realidade, estes serviços encontram-se disponibilizados por todo o país, nas estações de Correio e/ou no agentes Payshop para pagamento de serviços prestados em Portugal.

## ESTRUTURA DO MERCADO

A notificante utiliza o número de operações anuais efectuado, para efeitos do cálculo da dimensão e quota de mercado, em vez do volume de negócios conforme estabelece o artigo 9º da Lei nº 18/2003 atrás mencionada.

Considera-se aceitável esta forma de cálculo na medida em que os valores associados a estas operações não são relevantes para a quantificação em valor da dimensão do mercado.

De acordo com a notificante, o mercado de cobrança de facturas deverá ter atingido uma dimensão de 210 milhões de operações em 2002, estimando-se que nos últimos anos tenha registado um crescimento da ordem dos 10%, fundamentalmente devido a pagamentos de facturas de telemóveis.

O mercado encontra-se repartido fundamentalmente por três canais de cobrança: (i) a cobrança postal (CTT); os canais automáticos – Multibanco, ATM; e (iii) o sistema de transferência bancária ou de débitos directos – Bancos, representando 90% do mercado total.

**Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.**

### Versão Pública

Assim, e em termos do número de operações, as operações bancárias detinham em 2002, uma quota de mercado de **[50-60]**%, seguindo-se-lhes os CTT e o Multibanco, cada um com **[10-20]**%, tendo-se registado uma tendência decrescente dos CTT nos últimos dois anos.

Os restantes operadores, com **[10-20]**% do mercado, incluem a Payshop com uma quota da ordem dos **[0-5]**%.

Em conclusão, após a concentração resulta uma quota de mercado da ordem dos **[20-30]** %, inferior ao estabelecido na alínea a) do artigo 9.º da lei n.º 18/2003.

### ENQUADRAMENTO LEGAL DA OPERAÇÃO

Tendo presente a análise efectuada concluímos que não se aplica o disposto nas alíneas a) e b) do n.º 1 do artigo 9º da Lei 18/2003 de 11 de Junho, para sujeição a notificação prévia da respectiva operação de concentração: no que se refere ao volume de negócios, uma das duas empresas participantes na operação de concentração (Payshop) apresenta um valor claramente inferior a 2 milhões de euros, (545 mil euros) e a quota de mercado não se estima superior a 20%.

### AUDIÇÃO PRÉVIA

Nos termos do n.º 2 do artigo 38º da Lei n.º 18/2003 de 11 de Junho, foi dispensada a audição prévia dos autores da notificação dada a ausência de contra-interessados e a decisão sobre a presente operação de concentração ser de não oposição.

### CONCLUSÃO

Face ao exposto, propõe-se que o Conselho da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea b) do n.º 1 do artigo 17º dos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003 de 18 de Janeiro, adopte, ao abrigo da alínea a) do n.º 1 do artigo 35º da Lei n.º 18/2003 de 11 de Junho, a decisão de considerar a operação de concentração identificada em epígrafe não abrangida

**Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.**

**Versão Pública**

pela obrigação de notificação prévia a que se refere o artigo 9º da referida Lei, uma vez que não se encontram preenchidas as condições de notificação previstas naquele artigo.

Lisboa, 23 de Dezembro, de 2003

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

Professor Doutor Abel Mateus

Eng. Eduardo Lopes Rodrigues

Dra. Teresa Moreira