

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO  
DO CONSELHO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA  
Ccent. 41/2004 – Espírito Santo Viagens – Sonae Turismo / Ibéria / Mundo VIP<sup>1</sup>**

## **I INTRODUÇÃO**

1. Em 03 de Dezembro de 2004, a Autoridade da Concorrência recebeu uma notificação relativa a um projecto de concentração, por meio da qual a Sonae Turismo, Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A., pretende adquirir o controlo conjunto, com a Espírito Santo Viagens – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A., da sociedade actualmente designada Ibéria Tours – S.G.P.S., S.A., o qual decorrerá da aquisição de 33,34% do respectivo capital social (a “Operação”).
2. Todavia, a notificação apresentada só produziu efeitos em 06 de Dezembro de 2004<sup>2</sup>, na medida em que a informação constante do Formulário de Notificação se revelava incompleta<sup>3</sup> até essa data.
3. As partes notificaram a Operação sob reserva de a mesma estar abrangida pelo âmbito do conceito de concentração disposto no n.º 2 do artigo 8.º da Lei 18/2003, de 11 de Junho (“Lei da Concorrência”), por entenderem que, a ser a Operação considerada pela Autoridade da Concorrência uma operação de concentração, estaria então preenchida a condição prevista na alínea b) do n.º 1 do artigo 9º do mesmo diploma.

## **II AS PARTES**

### **2.1 As empresas-mãe**

4. A **Espírito Santo Viagens – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A.** (“Espírito Santo Viagens” ou “ESV”) é uma sociedade cuja actividade está centrada na gestão de participações de várias sociedades que se dedicam essencialmente ao sector do turismo, sendo controlada conjuntamente pela Espírito Santo Tourism (Europe) e pelo Comendador Rui Alberto de Rodriguez Horta.
5. Das empresas controladas pela Espírito Santo Viagens destacam-se, a título exemplificativo, as seguintes com actividade como operadores turísticos e/ou agências de viagens: Top Atlântico, Viagens & Turismo, S.A., Top Tours Viagens & Turismo, S.A.,

---

<sup>1</sup> Informações confidenciais serão assinalados por [...] ou [Confidencial] ao longo do texto da versão pública da presente Decisão.

<sup>2</sup> Por aplicação do artigo 32.º, n.º 2 da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

<sup>3</sup> Não cumpria o disposto no artigo 31.º, n.º 3 da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

*Versão Pública*

Ibéria Tours SGPS, S.A. e Mundo Vip – Operadores Turísticos, S.A., e Club Vip – Operadores Turísticos.

6. Nos termos do artigo 10º da Lei nº 18/2003, são os seguintes os volumes de negócios apresentados pela notificante Espírito Santo Viagens, nos anos de 2001 a 2003, em Portugal, EEE e Mundial:

**Quadro 1: Volume de negócios referentes à Espírito Santo Viagens**

	2001	2002	2003
Portugal	€>150 milhões]	€>150 milhões]	€>150 milhões]
EEE	-	€>150 milhões]	€>150 milhões]
Mundial	-	€>150 milhões]	€>150 milhões]

Fonte: Espírito Santo Viagens.

7. Por seu lado, a **Sonae Turismo, Sociedade Gestora de Participações, S.A.** (“Sonae Turismo”) é uma sociedade controlada exclusivamente pela Sonae, S.G.P.S.. A Sonae Turismo reúne o conjunto de participações inseridas no âmbito da actividade de turismo da Grupo Sonae.
8. Entre as sociedades controladas pela Sonae Turismo encontra-se a **Star – Viagens e Turismo, S.A.**, adiante designada (“Star”), que desenvolve actividades como operador turístico e como agência de viagens.
9. Do universo de empresas controladas pela Sonae Turismo, refira-se ainda que, entre outras, as seguintes têm actividades de prestação de serviços de agência de viagens: Equador & Brunay e Exit On Line.
10. Nos termos do artigo 10º da Lei nº 18/2003, são os seguintes os volumes de negócios apresentados referentes ao Grupo Sonae, nos anos de 2001 a 2003, em Portugal, EEE e Mundial:

**Quadro 2: Volume de negócios do Grupo Sonae**

	2001	2002	2003
Portugal	€>150 milhões]	€>150 milhões]	€>150 milhões]
EEE	€>150 milhões]	€>150 milhões]	€>150 milhões]
Mundial	€>150 milhões]	€>150 milhões]	€>150 milhões]

Fonte: Sonae Turismo.

11. Por sua vez, o volume de negócios das sociedades controladas pela Sonae Turismo que desenvolvem actividades de operador turístico e de agência de viagens, calculado nos termos do mesmo artigo, no ano de 2003, foi o seguinte:

**Quadro 3: Volume de negócios da Sonae Turismo (operador turístico e agência de viagens)**

	2003
<b>Portugal</b>	[..]

## 2.2 A Empresa Comum

12. A Ibéria Tours – S.G.P.S, S.A. que, após a operação projectada, se passará a denominar Mundo VIP – Operadores Turísticos, S.A. (doravante designada “Ibéria Tours / Nova Mundo VIP”), irá integrar os dois operadores turísticos: Mundo VIP – Operadores Turísticos, S.A. e a Club VIP - Operadores Turísticos, S.A.. A Ibéria Tours – S.G.P.S, S.A., é actualmente integralmente detida pela Espírito Santo Viagens, S.G.P.S., S.A.
13. Nos termos do artigo 10º da Lei nº 18/2003, são os seguintes os volumes de negócios da Ibéria Tours / Nova Mundo VIP, em 2003, em Portugal:

**Quadro 4: Volume de negócios da Ibéria Tours / Nova Mundo VIP**

	2003
<b>Portugal</b>	€[>2 milhões]

Fonte: Dados fornecidos pelas notificantes.

## III NATUREZA DA OPERAÇÃO

### 3.1. Enquadramento legal e contratual

14. Em 23 de Novembro de 2004, assinaram as partes o “Contrato-Promessa de Compra e Venda de Acções”, que tem por objecto a aquisição por parte da Sonae Turismo em conjunto com a sua participada Star de 33.34% do capital social da sociedade Ibéria Tours, sociedade que, após a operação projectada, se passará a chamar Mundo VIP – Operadores Turísticos, S.A..
15. Para a concretização da Operação, a Espírito Santo Viagens comprometeu-se a transferir para a Ibéria Tours / Nova Mundo VIP a totalidade do negócio, direitos (entre outros também o uso gratuito da marca “Mundo VIP”) e obrigações referentes à actividade de operador turístico, assim como pessoal e instalações da actual sociedade Mundo VIP – Operadores Turísticos, S.A..<sup>4</sup> A Espírito Santo Viagens compromete-se ainda a alterar o objecto social da Ibéria Tours para a planificação, organização e realização de viagens turísticas e a prestação de serviços turísticos para venda às agências de viagens nacionais e estrangeiras.
16. Foi, ainda, apresentado na notificação um Acordo Parassocial entre as notificantes e a Star que visa regular, entre outras matérias, a adopção de decisões no seio do Conselho de Administração da Ibéria Tours / Nova Mundo VIP.

<sup>4</sup> Nos termos do Artigo 6.º do Contrato Promessa, a Sonae Turismo comprometeu-se também a transferir pessoal para a Ibéria Tours / Nova Mundo VIP.

### **3.2. Da classificação da Operação como concentração**

17. Tendo em conta o exposto no ponto 3 da presente decisão, e como ponto prévio à análise jus-concorrencial, cumpre aferir se a presente Operação é susceptível de ser considerada uma concentração nos termos do n.º 1, alínea b) e n.º 2 do artigo 8.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, já que a aquisição de uma empresa comum é susceptível de ser considerada uma concentração, verificados dois requisitos, quais sejam:
- a) A existência de controlo conjunto por parte das empresas-mãe;
  - b) A empresa comum desempenhar de forma duradoura as funções de uma entidade económica autónoma (*full-function joint venture*).

#### **3.2.1 Da existência de controlo conjunto**

18. As notificantes revelam dúvidas sobre se a Operação levará à aquisição de controlo conjunto na Ibéria Tours / Nova Mundo VIP por parte da Sonae Turismo, tendo em conta que a Operação prevê a aquisição de uma participação minoritária por parte desta última. A questão reside, por isso, em aferir se o Acordo Parassocial permite à Sonae Turismo adquirir o controlo conjunto sobre a Ibéria Tours / Nova Mundo VIP.
19. Ora, à luz do n.º 3 do artigo 8 da Lei da Concorrência, o controlo decorre de qualquer acto que implique a possibilidade de exercício de uma influência determinante sobre a actividade de uma empresa. Nos termos da alínea c) daquela disposição legal, a celebração de contratos que confirmam uma influência preponderante na composição ou nas deliberações dos órgãos de uma empresa, no caso a Ibéria Tours / Nova Mundo VIP, conferem uma influência determinante sobre a actividade de uma empresa.
20. No caso do controlo conjunto entre duas ou mais empresas tal implica que nenhuma das empresas mãe possa determinar sozinha a actividade da empresa comum, e que as decisões mais importantes só possam ser tomadas se as empresas mãe estiverem de acordo.
21. Tendo em conta o acima enunciado, assim como os princípios identificados pela Comissão Europeia na sua Comunicação relativa ao conceito de empresas comuns<sup>5</sup>, este controlo poderá ser exercido através da possibilidade negativa de bloquear as decisões estratégicas duma empresa.
22. Nos termos do Acordo Parassocial é conferido à [...] [um conjunto de direitos de veto e de quórum que poderão ser exercidos em órgãos da Ibéria Tours / Nova Mundo VIP], pelo que resta verificar da possibilidade destes permitirem à [...] o bloqueio de decisões estratégicas da Ibéria Tours / Nova Mundo VIP.

---

<sup>5</sup> Comunicação (98/C 66/01), de 2 de Março de 1998, relativo ao controlo das operações de concentração de empresas, JO n.º C 66, de 02.03.1998, e que se mantém em vigor após a publicação do novo Regulamento.

*Versão Pública*

23. Ora, [...] só poderão ser aprovadas com o voto favorável [...] no [...] da Ibéria Tours / Nova Mundo VIP as seguintes decisões:

(i) [...]

24. Ora, tendo em conta os direitos de veto analisados, que vão muito além da protecção normalmente associada aos interesses de accionistas minoritários e dada a importância para a estratégia comercial da Ibéria Tours / Nova Mundo VIP das decisões sujeitas a este veto da Sonae Turismo, considera-se que a Espírito Santo Viagens será forçada a considerar os interesses da Sonae Turismo, pelo que, para efeitos da Lei da Concorrência, existe controlo conjunto entre estas duas empresas.

### **3.2.2 O carácter de pleno exercício da Ibéria Tours**

25. Importa, agora, aferir da verdadeira essência da empresa comum, pois nos termos do n.º 2 do artigo 8.º da Lei da Concorrência, a aquisição de uma empresa comum só constitui uma operação de concentração desde que a empresa desempenhe de forma duradoura as funções de uma entidade económica autónoma.

26. Nos termos da Decisão 16/2004 CTT /VISABEIRA/CTT IMO<sup>6</sup> da AdC, é essencial que a empresa comum tenha capacidade para definir a sua própria política comercial, devendo operar no mercado desempenhando as funções habitualmente desenvolvidas pelas outras empresas concorrentes que operam no mesmo mercado.

27. Para tal, deve ter acesso aos recursos necessários, incluindo financiamentos, pessoal e activos (corpóreos e incorpóreos) e deve, numa base duradoura, administrar a sua actividade através de gestão própria no quadro da sua autonomia operacional.

28. Ora, de acordo com dados fornecidos pelas notificantes, a Ibéria Tours / Nova Mundo VIP terá as suas próprias instalações, gestão própria, recursos humanos, incluindo força de vendas, assim como direito de uso de marca própria que a diferencia das empresas mãe (marca Mundo Vip).

29. [...]

30. Adicionalmente, da informação histórica disponibilizada pelas notificantes relativa às vendas da Ibéria Tours / Nova Mundo VIP, desde 2001, as vendas à Espírito Santo Viagens e à Sonae Turismo não representaram [...].

31. Tendo em conta os elementos disponibilizados e o acima exposto, considera-se que a empresa comum não estará exclusivamente dependente das empresas mãe para as suas vendas, estando orientada para ter um papel activo no mercado, pelo que se considera que

---

<sup>6</sup> De 14.07.2004.

### *Versão Pública*

a empresa comum desempenha de forma duradoura as funções de uma entidade económica autónoma.

#### **IV - RESTRIÇÕES ACESSÓRIAS**

32. As notificantes submetem um número de obrigações contratuais decorrentes do Acordo Parassocial que deverão, na sua opinião, ser consideradas abrangidas pelo artigo 12.º, n.º 5 da Lei da Concorrência por serem restrições directamente relacionadas e necessárias à realização da concentração.
33. O artigo 10.º do Acordo Parassocial estabelece que os accionistas assumem um compromisso de não concorrência com a empresa comum.
34. Por outro lado, [...]
35. Relativamente à primeira disposição e atenta a Comunicação da Comissão<sup>7</sup>, de 4 de Julho de 2001, referente a cláusulas acessórias, considera-se que esta é uma restrição directamente relacionada e necessária à Operação pela necessidade de utilizar plenamente os activos da empresa comum.
36. Todavia, esta obrigação de não concorrência só deve ser justificada se a sua duração não exceder o tempo razoável para atingir o objectivo pretendido<sup>8</sup>, o que no caso em apreço será enquanto se verificar o controlo conjunto da Espírito Santo Viagens e da Sonae Turismo, pelo que considera a Autoridade que esta disposição só poderá ser considerada como uma cláusula acessória nos termos do n.º 5 do artigo 12.º da Lei da Concorrência durante esse período.
37. Quanto à outra disposição contratual acima exposta, e tendo em conta a posição de mercado que irá resultar da Operação, e que será analisada *infra*, considera a Autoridade não ser esta uma cláusula restritiva, pelo que não está abrangida pelo n.º 5 do artigo 12.º da Lei da Concorrência.

#### **V. MERCADO RELEVANTE**

##### **5.1. Mercado relevante do produto**

##### **5.1.1. Posição das notificantes**

---

<sup>7</sup> Comunicação da Comissão sobre as restrições directamente relacionadas e necessárias às operações de concentração (2001/C 188/03).

<sup>8</sup> Neste sentido ver parágrafo 14 *in fine* da Comunicação da Comissão relativa ao conceito de empresas comuns

*Versão Pública*

38. As empresas participantes desenvolvem a sua actividade no âmbito da prestação de serviços de viagens e turismo. Esta actividade, segundo as notificantes, engloba uma série de prestações relativas à organização e realização de viagens, quer de negócios quer de lazer, incluindo a respectiva comercialização.
39. O sector das viagens e turismo, segundo referem, assenta numa distinção entre:
- (i) o elemento tradicional de comercialização retalhista constituído, basicamente, pelas agências de viagens, que operam como intermediários entre o consumidor final e o prestador de serviços (hotelaria, transporte, produtor de eventos, etc.); e
  - (ii) a actividade a montante, constituída pelos operadores turísticos, grossistas que desenvolvem e fornecem pacotes turísticos, que combinam prestações de serviços de alojamento, transportes e outros serviços.
40. Esta distinção esbate-se, dado que os operadores turísticos também oferecem os serviços directamente ao consumidor final, evitando as comissões das agências de viagens. No entanto, as notificantes admitem que o essencial das suas vendas é realizado através das agências.
41. Neste sector, e em termos de delimitação de mercados relevantes, as notificantes referem que a Comissão Europeia tem distinguido, claramente, entre os mercados dos serviços de operador turístico e de agência de viagens<sup>9</sup> (identificados no ponto 39 (i) e (ii)).
42. Enquanto a nível nacional, a prática decisória tem sido a de considerar um mercado único de prestação de serviços pelas agências de viagens e pelos operadores turísticos<sup>10</sup>.
43. Consideram a este respeito as notificantes que, a nível do mercado nacional, não existem segmentações lineares e nítidas ente a actividade “grossista”, ou de “produção”, por um lado, e a distribuição a retalho, por outro. Consideram também que se verifica a existência de empresas que se dedicam exclusivamente à actividade grossista, de empresas que apenas se dedicam à actividade retalhista, bem como de empresas mistas. Destas, as mais importantes, encontram-se inseridas em grupos verticalizados, activos nas duas actividades.
44. Como segmentações possíveis, na óptica da procura, as notificantes admitem que se podem distinguir três segmentos, que, em certas circunstâncias, poderão adquirir autonomia, como

---

<sup>9</sup> Decisões da Comissão Europeia relativas aos processos: IV/M.1502 – Kuoni/First Choice de 06.05.1999; IV/M.1341 – Westdeutsche Landesbank/Carlson/Thomas Cook de 08.03.1999; IV/M. 1524 – Airtours/First Choice de 22.09.1999.

<sup>10</sup> Referem a este respeito, entre outras, a decisão da AdC relativa ao processo n.º 42/2003 – Espírito Santo Viagens /Netviagens, e as decisões relativas aos processos analisados pela DGCC: processo n.º 68/2002 – Modelo Continente /Roteiro; processo n.º 42/2002 – Top Atlântico/Tagus; processo n.º 34/2000 –Macrotur/Top Tours.

### *Versão Pública*

demonstra a prática decisória da Comissão<sup>11</sup>: (i) viagens de lazer, em que as empresas (operadores turísticos e agências de viagens) oferecem prestações compostas, pacotes, as quais seriam passíveis de segmentações, tendo em conta a duração da viagem ou o tipo específico de destino; (ii) viagens de negócios, actividade em que o papel das agências de viagens é fulcral e em que a prestação essencial consiste na venda do título de transporte, reserva de alojamento; e (iii) outros serviços, no quais se incluem a prestação de serviços de voos *charter*.

45. No entanto, tendo em conta que, tradicionalmente, não existe uma clara demarcação no mercado nacional entre o exercício da actividade de operador turístico e de agência de viagens, e que a actividade de operador turístico desenvolvida pela Sonae que integrará a Iberia Tours/Nova Mundo VIP é diminuta, as notificantes não “antevêm razões para que se altere o enquadramento que tem vindo a servir às autoridades nacionais”.
46. Entendem, por isso, as notificantes que o mercado relevante do produto a considerar deverá ser o *mercado da prestação de serviços pelas agências de viagens e pelos operadores turísticos*, sem prejuízo de as consequências da operação serem consideradas autonomamente em cada um daqueles dois segmentos.

#### **5.1.2. Posição da AdC**

47. Embora a notificante refira que não existe, no mercado nacional, uma clara demarcação entre as actividades de operador turístico e de agência de viagens, a empresa a adquirir irá integrar a totalidade das actividades de operador turístico da antiga Mundo VIP por parte da ESV e da Star por parte da Sonae Turismo. Ou seja, a nova entidade estará activa apenas ao nível da actividade de operador turístico<sup>12</sup>.
48. A presença de empresas verticalmente integradas dentro do sector das viagens e turismo não afasta o facto de se estar, relativamente aos operadores turísticos e às agências de viagens, perante actividades distintas, com procuras e ofertas distintas.
49. Assim, no que se refere aos operadores turísticos, os mesmos produzem, basicamente, os designados pacotes turísticos que envolvem transporte, alojamento, e outros serviços no destino, bem como seguros e outras prestações. Esses pacotes são depois comercializados pelos seus clientes, as agências de viagens.
50. As agências de viagens, por sua vez, vendem estes pacotes aos seus clientes, os consumidores finais. Exceptuando algumas agências verticalmente integradas, que

<sup>11</sup> Referem, entre outras, as decisões relativas aos processos: IV/M.564 – Havas Voyages/American Express de 06.04.1995; IV/M. 1102 – BBL /American Express de 29.04.1998; e processo IV/M. 1524 – Airtours/First Choice, quer no que se refere à decisão da Comissão, quer ao Acórdão do Tribunal de Primeira Instância.

<sup>12</sup> Contrariamente ao que acontecia no processo Ccent 42/2003 Espírito Santo Viagens SGPS, SA / Netviagens – Agências de Viagens e Turismo, S.A. em que a entidade resultante da operação estava presente em ambas as actividades.

*Versão Pública*

comercializam basicamente pacotes próprios, a maior parte das agências de viagens comercializa, em simultâneo, pacotes de vários operadores turísticos.

51. Para além da comercialização dos pacotes dos operadores turísticos, normalmente mediante uma comissão sobre o preço final dos mesmos, as agências de viagens também prestam outros serviços como a venda de bilhetes de avião, reserva de hotéis e aluguer de automóveis e outros, ou seja, vendem soluções feitas à medida para os seus clientes, quer se trate de viagens de negócios ou de turismo.
52. Estamos assim, perante duas actividades que se bem que verticais, dentro de um mesmo sector, são distintas e constituem dois mercados distintos.
53. A própria Comissão Europeia, como foi referido no ponto 40 *supra*, tem procedido a esta segmentação. Outras segmentações também têm sido efectuadas pela mesma, em função da distância e da duração dos pacotes oferecidos, mas não se justificam, no presente caso.
54. Assim, tendo em conta que: (i) a empresa comum só tem actividade como operador turístico; (ii) se trata de actividades com procuras e ofertas distintas, a AdC entende, que, para efeitos de apreciação da presente operação de concentração, o *mercado relevante é o mercado da prestação de serviços de operador turístico*.
55. A presença das notificantes, na prestação de serviços de viagens e turismo, a jusante, ao nível da actividade retalhista, torna necessário avaliar os eventuais efeitos da operação a nível do *mercado da prestação de serviços de agências de viagens*.

## **5.2. Mercado geográfico relevante**

56. No entender das notificantes, o mercado geográfico relevante é o mercado nacional. Sustentam esta posição na avaliação da Comissão, que tem considerado que, apesar de os operadores turísticos disponibilizarem produtos semelhantes, os pacotes são sempre adaptados aos países onde são comercializados, tendo em conta as preferências locais, e sobretudo os condicionalismos no que respeita ao ponto de partida, nomeadamente, aeroporto, horário, legislação sobre a defesa do consumidor, etc.
57. Esta conclusão, sobre o mercado relevante, é, segundo referem, ainda mais clara, quando se trata de viagens de negócios, dado que a procura está limitada ao país de origem.
58. O entendimento da AdC é também de que *o mercado geográfico relevante é o mercado nacional*.
59. Com efeito, e conforme a Comissão tem admitido<sup>13</sup>, os pacotes oferecidos pelos operadores turísticos num dado Estado-Membro, têm partida e regresso de pontos do território nacional onde actuam, com horários adaptados, para além dos aspectos de ordem prática como o acesso e divulgação de brochuras, os aspectos legais relacionados com os contratos, e reclamações em caso de incumprimento, quando o operador turístico não está presente no Estado-Membro, os quais assumem grande importância. Acresce, ainda, o facto de diversos operadores turísticos estrangeiros estarem a operar em Portugal e apresentarem catálogos em português, com pacotes a partir do território nacional.

## **5.3. Em Conclusão:**

60. Face ao exposto nos pontos anteriores, o entendimento da AdC é de que o mercado relevante para a análise dos efeitos da presente operação é *o mercado nacional da prestação de serviços de operador turístico*.
61. A presença das notificantes no mercado a jusante, *o mercado nacional da prestação de serviços de agências de viagens*, torna necessário avaliar os eventuais efeitos verticais da operação.

## **VI. ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO CONCORRENCIAL**

### **6.1. Estrutura do mercado da prestação de serviços de operador turístico**

62. Como referem as notificantes, a Ibéria Tours / Nova Mundo VIP irá reunir as actividades de operador turístico da ESV actualmente desenvolvidas pela Mundo VIP, bem como a

---

<sup>13</sup> Cfr decisões referidas no ponto 43.

*Versão Pública*

actividade de operador turístico da Sonae Turismo, continuando as duas empresas mãe a desenvolver de forma autónoma as suas actividades retalhistas.

63. As estatísticas disponíveis relativas ao sector do turismo em geral não apresentam dados referentes ao volume de negócios, pelo que não é possível quantificar a exacta dimensão do mercado relevante considerado, o mercado da prestação de serviços de operador turístico, nem tão pouco, numa abordagem mais alargada que envolvesse a actividade a jusante das agências de viagens.
64. Neste cenário, apenas dispomos das estimativas apresentadas pelas notificantes, assim como estimativa de duas das principais empresas concorrentes, para o sector globalmente considerado (operadores turísticos e agências de viagens), que calculam que o mesmo deveria apresentar um valor entre 2.000 e 2.250 milhões de euros em 2003. Baseiam esta estimativa, referem, nos dados da APAVT<sup>14</sup> segundo os quais, em 2000, o mercado nacional teria ascendido a 1.915 milhões de euros.
65. Destes valores, as notificantes estimam que o volume de negócios referente aos operadores turísticos terá registado, em 2003, um valor situado entre os 350 e os 400 milhões de euros e que, no que respeita às das agências de viagens, o mesmo se terá situado entre os 1.650 e os 1.850 milhões de euros<sup>15</sup>.
66. De facto, das investigações efectuadas pela AdC, tanto junto da APAVT como junto de mais de cinco empresas concorrentes presentes no sector, confirmou-se a dificuldade manifestada pela notificante na obtenção de dados exactos sobre o sector. Conforme referido, apenas duas empresas do sector ofereceram estimativas. Destas, a *Viagens El Corte Inglés*, apontam valores de 400 milhões de euros para a actividade de operador turístico e de 930 milhões de euros<sup>16</sup> para a actividade de agência de viagens. Por sua vez, a *Halcon Viagens* estima um valor global para o sector (operadores turísticos/agências de viagens) de 2.300 milhões de euros.
67. Temos assim, para confrontar as estimativas da notificante, apenas as estimativas destes dois concorrentes. Se excluirmos o valor atribuído pelas *Viagens El Corte Inglés* para o mercado das agências de viagens que parece totalmente desfasado face às vendas de passagens aéreas<sup>17</sup>, temos dois valores, operadores turísticos, e operadores turísticos/agências de viagens, que se aproximam das estimativas das notificantes.
68. Neste contexto as estimativas dos concorrentes sustentam o cenário mais amplo apresentado pelas notificantes, pelo que a AdC admite que o mercado relevante da

<sup>14</sup> Associação Portuguesa das Empresas de Viagens e Turismo.

<sup>15</sup> Valores estimados pelas notificantes, por diferença, dado que, só a emissão de bilhetes de avião pelas agências de viagens, que ascendeu a 763 milhões de euros, em 2003, representara cerca de 40% da actividade das mesmas.

<sup>16</sup> Valor que parece baixo para a actividade das agências, tendo em conta que só a emissão de passagens aéreas, em 2003, ascendeu a 763 milhões de euros.

<sup>17</sup> Tendo em conta os valores IATA (International Air Transport Association) apresentados pelas notificantes.

*Versão Pública*

prestação de serviços de operador turístico representaria em 2003, cerca de 400 milhões de euros, e o sector, na sua globalidade, representaria 2.250 milhões de euros. Por diferença, o mercado das agências de viagens ascenderia a 1.850 milhões de euros.

69. Avaliada esta questão prévia, temos que a estrutura da oferta no mercado relevante, o mercado nacional da prestação de serviços de operador turístico, é relativamente pulverizada, tendo as notificantes identificado mais de vinte e cinco empresas presentes no mercado nacional<sup>18</sup>.
70. Tomando como base os valores referidos nos pontos anteriores relativos à dimensão do mercado, bem como os dados fornecidos pelas notificantes e por algumas das maiores empresas do sector (constantes do Quadro 5), a oferta no mercado dos operadores turísticos apresentava, em 2003, a seguinte estrutura:

**Quadro 5: Estrutura da oferta de operadores turísticos, em 2003:**

<b>Empresa</b>	<b>Volume de negócios (milhares de euros)</b>	<b>Quota %</b>
ESV (Mundo Vip)	[...]	[...]
Star	[...]	[...]
<b>Total ccent</b>	<b>[...]</b>	<b>[&lt;20]</b>
Outras ESV*	[...]	[<10]
El Corte Inglés	[...]	[<10]
Abreu	[...]	[<10]
Tui	[...]	[<10]
Sub-Total	[...]	[<30]
OUTROS	[...]	[...]
<b>TOTAL</b>	<b>400.000</b>	<b>100,0</b>

\* Inclui CLUB MED e Mundo Vip Madeira da E SV, que não irão integrar a concentração  
 Fonte: Notificantes e empresas

71. Os dados reunidos, conforme resulta do quadro acima, permitem-nos apenas quantificar uma pequena fatia da oferta, que representa, no seu conjunto, [<30]%.  
 72. Neste cenário, temos que a empresa resultante da concentração será o principal operador turístico no mercado com uma quota de [<20%]%. O seu principal concorrente no mercado nacional é o Grupo *ABREU* com uma quota de mercado de [<10%]. Temos depois outros concorrentes como o *El Corte Inglés* com uma quota de [<10%] e o Grupo *Tui* com [<10]%. Em “OUTROS” incluem-se concorrentes nacionais e estrangeiros como *Halcon*, *World Travel BTI*, *Soltour*, *Soltrópico*, *Grantur*, *Tavel Plan*, *TerraBrasil*, *Entremares*, *Air Portugal Tours*, *Air Luxor Tours* e outros.

<sup>18</sup> Entre outras, as Escalatur, Club Tour, Soltour, Iberojet, Air Portugal Tours, Paneuropa, Soltrópico, Grantur, TravelPlan, Andaltour, Orey Viagens.

*Versão Pública*

73. Do lado da procura, temos as agências de viagens, cujo número ascendia, em 2001<sup>19</sup>, a 762 empresas, algumas das quais verticalmente integradas, com perto de 1300 balcões.

**Quadro 6: Principais agências de viagens e respectivas quotas de mercado, em 2003**

Empresa	Volume de negócios (milhares de euros)	Quota %
ESV	[...]	[<20]
Star	[...]	[<10]
El Corte Inglés	[...]	[<10]
Abreu	[...]	[<10]
Tui	[...]	[<10]
Geotur	[...]	[<10]
Halcon	[...]	[<10]
Outros	[...]	[60-70%]
TOTAL	1.850.000,0	100

Fonte: Notificantes e empresas

**5.2. Efeitos da Operação na estrutura concorrencial do mercado**

74. A operação projectada, como se viu no ponto anterior, ocorre entre dois dos principais operadores turísticos do sector, que irão, assim, liderar o mercado com uma quota de [<20]%, enquanto o seu principal concorrente apresenta uma quota de [<20]%.  
75. A escassez de dados disponíveis não nos permite avaliar com um grau de certeza o índice de concentração do mercado da prestação de serviços de operador turístico. Sabe-se, no entanto, que a *Mundo Vip* (parte na concentração) e o Grupo *Abreu* são os principais operadores turísticos no mercado nacional, para além de que é resultado da investigação que a oferta é pulverizada, existindo, seguramente, mais de vinte e cinco operadores turísticos no mercado, qualquer deles com quotas inferiores às daqueles dois.  
76. Neste contexto, pode-se fazer uma avaliação do grau de concentração, partindo dos dados recolhidos no Quadro 4 *supra*, e no pressuposto de que “OUTROS” correspondem a 20 empresas com quotas idênticas (de 3,8%). Neste cenário, temos que o grau de concentração do mercado apresenta um *Herfindahl-Hirschman (IHH)* de [<1000] pontos. Em resultado da operação projectada, o *IHH* passará para [1000] pontos, com um *delta* de [<100] pontos.  
77. Estes níveis de *IHH* revelam que estamos perante um mercado muito pouco concentrado, o qual em resultado da operação, ainda não apresenta valores susceptíveis de causar preocupação, em termos concorrenciais.  
78. Com efeito, a própria Comissão<sup>20</sup> considera pouco provável identificar preocupações de concorrência de tipo horizontal em mercados com um índice de concentração inferior a

<sup>19</sup> De acordo com dados da Direcção-Geral do Turismo, apresentados pelas partes.

### *Versão Pública*

1000, como é o caso, e que estes mercados não justificam normalmente uma análise uma análise aprofundada.

79. Para além de estarmos perante um mercado com um índice de concentração baixo, trata-se de um mercado em que os custos de entrada são pouco significativos e não existem limitações de acesso aos factores de produção.
80. De igual modo estamos perante um sector em não existem barreiras legais que limitem o acesso à mesma, apenas a actividade a jusante das agências de viagens estando sujeita a alvará por parte da Direcção-Geral do Turismo, o qual mesmo que se aplicasse aos operadores turísticos, apenas constitui uma mera autorização administrativa, que obriga as empresas ao cumprimento de certos requisitos.
81. Para além disso é um mercado em que se têm vindo a instalar grandes grupos internacionais do sector das viagens e turismo, que exercem uma forte concorrência com as empresas nacionais, e em que é fácil a entrada de outros operadores turísticos no mercado.

#### **5.3. Efeitos verticais**

82. Conforme ficou referido, as empresas mãe estão ambas presentes no mercado a jusante da empresa comum, o mercado da prestação de serviços de agências de viagens.
83. A este respeito a empresa comum passará a contar com uma rede alargada de balcões para a colocação dos seus produtos: 79 do lado da ESV e 60 do lado da Sonae, num total de 139, o que, *grossa modo*, representará 10% do número de agências de viagens actualmente existentes.
84. Também aqui a operação não parece susceptível de causar preocupações de natureza concorrencial no mercado da prestação de serviços de agências de viagens, dado que (i) existem alternativas para as agências “terceiras” existentes no mercado, e (ii) a empresa comum não irá fornecer exclusivamente as empresas mães, [...].

#### **5.4 Da coordenação de comportamento concorrencial**

85. Nos termos do n.º 6 do artigo 12.º da Lei da Concorrência, a Autoridade da Concorrência deverá apreciar se a criação da empresa comum tem como objecto ou efeito a coordenação de empresas que se mantêm independentes nos termos dos artigos 4.º e 5.º da mesma Lei.
86. Ora, após a concretização da Operação as empresas mães continuarão activas de forma independente em mercados a jusante (no retalho, i.e., no mercado da prestação de serviços de agência de viagens) ao mercado onde estará activa a empresa comum (mercado dos operadores turísticos), sendo estes mercados, conforme já exposto, mercados conexos.

---

<sup>20</sup> *Vidé* “Orientações para a apreciação de concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações”- JO C31 de 05/02/2004.

*Versão Pública*

87. A Autoridade da Concorrência não recolheu elementos que pudessem sustentar que a Operação teria como intenção a coordenação entre as duas empresas ESV e Sonae Turismo.
88. Por outro lado, a investigação revelou que, tendo em conta a posição ocupada pelas empresas mãe no mercado a jusante de prestação de serviços de agência de viagens, não existem incentivos para coordenar o seu comportamento concorrencial. De facto, as duas empresas em conjunto representam pouco mais de [ $<20$ ]% deste mercado relevante. Além do mais, nada impede a empresa comum de vender pacotes turísticos a outras agências de viagens.
89. Considera-se assim que desta Operação não resultarão incentivos para a coordenação das empresas mãe em mercados que não os da empresa comum.

**5.5. Conclusão**

90. A informação recolhida pela AdC durante a instrução, *maxime*, a informação fornecida pelas notificantes, bem como os dados solicitados aos principais concorrentes, escassos e por vezes dissonantes, e a ausência de dados sectoriais disponíveis, não obstaram, todavia, a que da análise efectuada se retirassem as conclusões necessárias à apreciação da operação.
91. Da análise efectuada em sede de instrução do procedimento, pode, assim, concluir-se que:
- (i) o mercado da prestação de serviços de operador turístico é um mercado pouco concentrado; em que concorrem com as notificantes várias empresas internacionais de grande dimensão; em que a entrada de novas empresas não está limitada pela existência de quaisquer barreiras jurídicas ou regulamentares, nem tão pouco estruturais, dado que o investimento não é significativo;
- pelo que a Operação não é susceptível de produzir, a nível horizontal, efeitos significativos na estrutura concorrencial do mercado.
- (ii) da presença das empresas-mãe no mercado a jusante, o mercado da prestação de serviços de agências de viagens, também não é susceptível de resultarem efeitos negativos a nível vertical, dado que para além de existirem alternativas de abastecimento para as outras agências no mercado, [...].
  - (iii) a Operação também não é susceptível de incentivar a coordenação do comportamento concorrencial das empresas mãe apesar da presença das mesmas no mercado a jusante, dado o facto de as duas empresas em conjunto representarem pouco mais de [ $<20$ ]% do mercado das agências de viagens, bem como de nada impedir a empresa comum de vender pacotes turísticos a outras agências de viagens.

*Versão Pública*

92. Neste contexto, e dado tudo o exposto acima, a operação de concentração em causa não é susceptível de conduzir à criação ou reforço de uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência no *mercado relevante, o mercado nacional da prestação de serviços de operador turístico*, nem é susceptível de ter efeitos anti-concorrenciais significativos em mercados a jusante, designadamente no *mercado da prestação de serviços de agência de viagens*.

**VII AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS**

93. Nos termos do n.º 2 do artigo 38.º 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 uma vez que a presente decisão é de não oposição.

**VIII CONCLUSÃO**

94. Face ao exposto, o Conselho da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea b) do n.º 1, do artigo 17.º dos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003, de 18 de Janeiro, decide, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 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 da prestação de serviços de operador turístico*.

Lisboa, de Fevereiro de 2005

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Prof. Doutor Abel Mateus

Eng. Eduardo Lopes Rodrigues

Dra. Teresa Moreira