

Versão Pública

**AC – I – Ccent. 3/2008
GEOTUR*PURAVIDA**

**Decisão de Não Oposição
Da Autoridade da Concorrência**

(alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho)

4/02/2008

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.

DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA
Processo AC – I – Ccent. 3/2008
GEOTUR*PURAVIDA

I – OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 7 de Janeiro de 2008, foi notificada à Autoridade da Concorrência, nos termos do artigo 9.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho (doravante “Lei da Concorrência”), uma operação de concentração, que consiste na aquisição do controlo exclusivo da sociedade PURAVIDA - Viagens e Turismo, Lda. (doravante “PURAVIDA” ou “Adquirida”), pela sociedade GEOTUR – VIAGENS E TURISMO, S.A. (doravante “GEOTUR” ou “Adquirente”), por meio da compra da totalidade das acções representativas do seu capital social.
2. As actividades das partes envolvidas na operação de concentração são as seguintes:
 - (a) GEOTUR, sociedade de direito português, que desenvolve actividades de prestação de serviços de agência de viagens e de serviços conexos. A GEOTUR é detida a 100% pela sociedade RAR - Sociedade de Controlo, empresa *holding* do Grupo RAR, o qual realizou, em 2006, o volume de negócios de €[>150] milhões, em Portugal, calculado nos termos do artigo 10º da Lei 18/2003, de 11 de Junho.
 - (b) PURAVIDA, sociedade de direito português, que se dedica às actividades de prestação de serviços de agência de viagens e de operador turístico, ao nível do turismo de lazer, desportivo e cultural, sendo titular de diversas marcas registadas tais como *Sporski*, *Exponeve Lisbon Snow Show*, *Backspin*, *Megapraia*, entre outras. Em 2006 o volume de negócios realizado pela PURAVIDA ascendeu, em Portugal, a €[<150]milhões ,calculado nos termos do artigo 10º da Lei nº 18/2003, de 11 de Junho.
3. A operação notificada configura uma concentração de empresas na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo, estando sujeita à obrigatoriedade de notificação por se encontrar preenchida a condição prevista na alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.

II – MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

2.1 Mercado do Produto e Geográfico Relevante

4. A presente operação de concentração tem impacto ao nível de prestação de serviços de agências de viagem e de operadores turísticos, actividades desenvolvidas pela PURAVIDA.
5. Tendo em conta a prática decisória da AdC¹ e da Comissão Europeia² neste sector, as agências de viagem e turismo e os operadores turísticos constituem mercados relevantes de produto autónomos.
6. A prática decisória da AdC fundamenta-se no facto de os operadores turísticos e de as agências de viagens não só desempenharem actividades diferentes, como também os referidos mercados apresentarem estrutura da procura e oferta distintas. Com efeito, enquanto os operadores turísticos produzem, essencialmente, os designados pacotes turísticos que envolvem transporte, alojamento e outros serviços no destino, bem como oferecem seguros e outras prestações, para posterior comercialização pelos seus clientes (as agências de viagens) estas vendem esses pacotes directamente aos consumidores finais.
7. Ou seja, os operadores turísticos e as agências de viagem actuam em diferentes estádios do circuito de comercialização: ao nível grossista e retalhista, respectivamente.
8. Deste modo, e atendendo à prática decisória anterior desta Autoridade e à delimitação de mercado proposta pela Notificante, consideram-se como mercados relevantes, para efeitos da presente operação, (i) o mercado relevante *da prestação de serviços agências de viagem*; e (ii) o *mercado relevante de operador turístico*.
9. No que se refere à delimitação do âmbito geográfico dos mercados relevantes do produto considerados, a AdC entende, em linha com o proposto pela Notificante, e de acordo com a

¹ Cfr. Decisões do Conselho da AdC, relativas aos processos n.º Ccent 23/2005 - *MUNDO VIP/ ELOVIA /SOLIFÉRIAS*, de 3.06.2005; Ccent 41/2004 - *ESPÍRITO SANTO VIAGEN S/ SONAE, TURISMO/IBÉRIA/MUNDO VIP*, de 1.02.2005.; e Ccent 21/2006- *GRUPO PESTANA/INTERVISA*, de 19.06.2006 e 7/2007- *OPERADORES VACACIONALES/CONDOR VACACIONES*, 19.02.2007.

² Cfr. Decisões da Comissão Europeia, relativas aos casos n.º IV/M. 1502 - *KUONI/FIRST CHOICE*, de 6.05.1999 e IV/M. 1341 - *WESTDEUTSCHE/CARLSON/THOMAS COOK*, de 6.05.1999.

prática decisória anterior da AdC³ e da Comissão Europeia⁴, que o mesmo corresponde ao território nacional,

10. Ora, considerando que, no presente caso, a avaliação concorrencial não será diferente, aceita-se a delimitação do mercado geográfico proposta pela Notificante para os dois mercados do produto considerados, a qual corresponde *ao território nacional*.

2.2 Avaliação Jus - Concorrencial

11. A presente operação de concentração é de natureza horizontal, no que respeita ao mercado relevante da prestação de serviços de agências de viagem, apresentando características verticais, no que toca ao mercado da prestação de serviços de operador turístico, por se encontrar a montante daquele mercado.
12. Todavia, nos mercados relevantes identificados, as quotas de mercado resultantes desta operação [...].
13. Com efeito, com base nos elementos disponibilizados pela Notificante, a quota agregada no mercado da prestação de serviços de agências de viagem estará compreendida no intervalo [$<10\%$], atendendo a que, segundo a Notificante, o valor global deste mercado se situaria entre € 2500 milhões e €2100 milhões, respectivamente.
14. Quanto ao mercado da prestação de serviços de operador turístico, em que não há sobreposição horizontal, a quota de mercado corresponde à da PURAVIDA, ou seja, $[0-10]\%$.
15. Por outro lado, o mercado da prestação de serviços de agências de viagem apresenta uma estrutura atomizada, em que os nove principais concorrentes, em 2006, representam cerca de 43% das vendas, num universo de 910 pontos de venda. No que se refere ao mercado nacional da prestação de serviços de operador turístico, os oito principais concorrentes detêm 90% deste mercado, estando o remanescente disperso, o que indicia um mercado pouco concentrado.

³Cfr. Decisões da Autoridade da Concorrência, relativas aos processos n.º Ccent n.º 42/2003 - *ESPÍRITO SANTO VIAGENS, SGPS, S.A / NETVIAGENS - AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO* e outros, de 13.11.2003 e Ccent 21/2006 - *GRUPO PESTANA /INTERVISA*, de 19.06.06..

⁴ Cfr. Decisões da Comissão Europeia, relativas aos casos n.º IV/M. 1502 - *KUONI/FIRST CHOICE*, de 6.05.1999 e IV/M. 1341 - *WESTDEUTSCHE/CARLSON/THOMAS COOK*, de 6.05.1999.

16. Deste modo, a nível horizontal, não são susceptíveis de resultar da presente operação efeitos negativos na estrutura concorrencial do mercado.
17. Também a nível vertical, e atendendo à quota de mercado da PURAVIDA, no mercado a montante da prestação de serviços de operador turístico [0-10]%, e ao facto de que, no mercado a jusante da prestação de serviços de agências de viagem, a quota resultante da operação é também pouco significativa [0-10]%, não é expectável que da presente operação venham resultar efeitos verticais negativos⁵.
18. Neste contexto, da presente operação de concentração não resultará uma alteração significativa na estrutura concorrencial dos mercados identificados como relevantes, pelo que a AdC considera que a mesma não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no (i) *mercado nacional da prestação de serviços de agências de viagem*; e no (ii) *mercado nacional da prestação de serviços de operador turístico*.

2.3. Cláusula restritiva acessória

19. Nos termos da cláusula vigésima oitava do Contrato de Compra e Venda, celebrado em 26 de Dezembro de 2007, entre a Geotur e os actuais sócios da Puravida, tal como alterada, em 16 de Janeiro de 2008, pela “*Convenção Adicional ao Contrato Celebrado em 26 de Dezembro de 2007*”⁶, [...].
20. Nos termos do n.º 5 do artigo 12.º da Lei da Concorrência, a decisão que autoriza uma operação de concentração abrange igualmente as restrições directamente relacionadas com a realização da mesma e a ela necessárias.

⁵ Este entendimento encontra-se em linha com a posição exposta pela Comissão nas *Guidelines on the assessment of non-horizontal mergers*, publicadas pela Comissão Europeia, em 28 de Novembro de 2007, segundo as quais uma operação de concentração não-horizontal apenas é susceptível de suscitar preocupações jusconcorrencias, quando uma das empresas participantes apresentar poder de mercado num dos mercados relacionados verticalmente. Deste modo, a Comissão Europeia considera improvável que de uma operação resultem efeitos verticais negativos, quando, cumulativamente, se verifique: que a quota de mercado da entidade resultante da operação, nos mercados verticalmente relacionados, é inferior a 30%, e que o nível de concentração, medido pelo IHH, é inferior a 2000 nos mesmos, como sucede no caso em análise.

⁶ Esta adenda ao Contrato foi celebrada entre as partes, no decurso da instrução, com vista a alterar a duração destas cláusulas de não concorrência e não solicitação de 4 para 3 anos, contados desde a data do “*closing*”, e a restringir o seu âmbito geográfico, limitando-o ao território nacional.

21. As referidas cláusulas de não concorrência e de não solicitação deverão, assim, ser apreciadas nos termos do n.º 5, do artigo 12.º da Lei da Concorrência, e da Comunicação da Comissão, de 5 de Março de 2005.⁷
22. No que concerne à cláusula de não concorrência, a Autoridade da Concorrência considera que a mesma – atendendo ao seu âmbito temporal [...], material [...]e geográfico [...]se afigura necessária para preservar o valor da PURAVIDA, encontrando-se economicamente relacionada com a operação notificada.
23. Na verdade, sem tal cláusula, o valor da empresa alienada e dos direitos de utilização de marcas transferidas não seria garantido, uma vez que, sem que a Adquirente ainda se tivesse afirmado nos ramos de negócio em que Adquirida opera, estaria sujeita à concorrência dos [...], os quais se encontrariam numa posição de vantagem face ao *know-how* e informação privilegiada, acumulados nessa qualidade.
24. Neste sentido, a Comissão Europeia⁸ e a Autoridade da Concorrência⁹ já qualificaram como cláusulas restritivas acessórias, cláusulas de *não concorrência* com um âmbito semelhante ao da cláusula em análise. Este entendimento decorre também da *Comunicação da Comissão relativa às restrições directamente relacionadas e necessárias às concentrações*¹⁰.
25. De igual modo, a Autoridade da Concorrência entende que a cláusula de não solicitação constitui uma cláusula restritiva acessória, porquanto o âmbito da mesma se revela necessário, para permitir à Adquirente, dispor do valor integral da sociedade Adquirida.
26. Com efeito, embora a presente cláusula [...]a Autoridade da Concorrência entende que a mesma cláusula não é desproporcional relativamente ao valor que pretende salvaguardar, atendendo à relevância que as relações pessoais têm na constituição de uma carteira de clientes, e à

⁷ Vide a Comunicação da Comissão sobre as restrições directamente relacionadas e necessárias às operações de concentração (2005/C 56/03), J.O. C 56/24, de 5.03.2005.

⁸ Cfr. Decisões da Comissão relativas aos processos: COMP/M.1980 – VOLVO/RENAULT, 01.09.2000; IV/M.1127 - NESTLÉ/DALGETY, 2.04.1998; COMP/M.2077 - CLAYTONDUBILIER&RICE/ITALTEL, 01.09.2000; COMP/M.2305 – VODAFONE/EIRCELL, 2.03.2001; IV/M.448 - GKN / BRAMBLES / LETO RECYCLING, de 7.6.1994.

⁹ Cfr. Decisão da Autoridade da Concorrência relativa aos processos n.º 28/2004 – CAIXA SEGUROS/NHC (BCP SEGUROS), de 30.12.2004, Ccent. 55/2006 – AUTO SUECO/STAND BARATA, de 14.12.2006 e outros e Ccent 21/2006 - GRUPO PESTANA /INTERVISA, de 19.06.06.

consequente necessidade de não perder essa carteira de clientes após a operação de concentração.

27. Refira-se a este propósito, que a Comissão Europeia e a Autoridade da Concorrência¹¹ já qualificaram como cláusulas restritivas acessórias, cláusulas de não solicitação, com uma amplitude semelhante à da cláusula em análise¹². Este entendimento decorre também do ponto 26. da Comunicação da Comissão¹³, em que estabelece que as cláusulas de não solicitação devem merecer tratamento análogo às cláusulas de não concorrência.
28. Conclui-se, portanto, serem as cláusulas restritivas em análise, directamente relacionadas e necessárias à realização da operação de concentração, a fim de assegurar a viabilidade e o sucesso comercial da aquisição a realizar.

III – DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

29. 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, delibera, 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 (i) *mercado nacional da prestação de serviços de agências de viagem*; e no (ii) *mercado nacional da prestação de serviços de operador turístico*.

Lisboa, 4 de Fevereiro de 2008

¹⁰Vide a Comunicação da Comissão sobre as restrições directamente relacionadas e necessárias às operações de concentração, já referida, parágrafos 18-24.

¹¹Cfr. Decisões da Autoridade da Concorrência nos processos Ccent. n.º 44/2004 - *MDS/UNIBROKER/BECIM*, de 12.09.2005 e Ccent. 43/2006 - *ROYAL CARIBBEAN/PULLMANTUR*, de 30.10.2006.

¹²Cfr. Decisões da Comissão n.º IV/M.1283 - *VOLKSWAGEN/ROLLS-ROYCE/COSWORTH*, de 24.08.1998 e n.º IV/M. 1482 - *KINGSFISHER/GROBLABOR*, de 12.04.1999.

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Prof. Doutor Abel Mateus
(Presidente)

Doutor Eduardo Lopes Rodrigues
(Vogal)

Dra. Teresa Moreira
(Vogal)

¹³Vide a Comunicação da Comissão sobre as restrições directamente relacionadas e necessárias às operações de concentração, já referida.