

**Ccent. 39/2010**  
**MONTEPIO/FINIBANCO**

**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]

22/10/2010

## DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

Processo Ccent. 39/2010 – MONTEPIO/FINIBANCO

### 1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 10 de Agosto de 2010, com produção de efeitos a 1 de Setembro de 2010, foi notificada à Autoridade da Concorrência, nos termos dos artigos 9.º e 31.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho (doravante “Lei da Concorrência”), uma operação de concentração, que consiste na aquisição, pela Montepio Geral — Associação Mutualista, Instituição Particular de Solidariedade Social (“Associação Montepio”, também referida como “Notificante” ou “Montepio”), do controlo exclusivo da empresa Finibanco — Holding, SGPS, S.A., Sociedade Aberta (“Finibanco Holding”, também referida como “Adquirida” ou “Finibanco”), através de uma oferta pública geral de aquisição (doravante “OPA” ou “Oferta”) das acções representativas do capital social desta.
2. 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, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, por preencher a condição prevista na alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma, relativa ao volume de negócios.

### 2. AS PARTES

#### 2.1. Empresa Adquirente

3. A Associação Montepio é uma instituição particular de solidariedade social, que tem como finalidade desenvolver acções de protecção social dos seus associados, sendo detentora da Caixa Económica Montepio Geral (“Montepio Geral”). Actua também na gestão de fundos de investimentos e de pensões e no ramo dos seguros. As actividades do Montepio são desenvolvidas, em concreto, pelas empresas em seguida referidas.
4. O Montepio Geral é, como referido *supra*, uma instituição de crédito cujo capital é integralmente detido pela Associação Montepio e que se encontra autorizada a operar como

banco universal, nos termos do Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras (RGICSF), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 298/92, de 31 de Dezembro, oferecendo um amplo conjunto de serviços e produtos bancários e financeiros. Sendo um banco de retalho, a principal área de negócio do Montepio é a intermediação bancária, através da captação de depósitos, principalmente de clientes particulares, e a concessão de crédito.

5. A Montepio Gestão de Activos, SGFI, S.A. (“Montepio Gestão de Activos”) é a entidade especializada na gestão de patrimónios financeiros do grupo Montepio, concentrando as actividades de gestão de fundos de investimento mobiliário e de gestão discricionária de carteiras do Grupo.
6. A Futuro, Sociedade Gestora de Fundos de Pensões, S.A. é uma instituição especializada na gestão de Fundos de Pensões Fechados e Abertos, dirigidos a empresas e particulares e cujo capital social é detido maioritariamente pelo grupo Montepio. A sociedade gere actualmente nove fundos fechados de grandes empresas, PPRs (Planos Poupança Reforma), PPA (Plano Poupança Acções) e fundos de pensões abertos.
7. A Lusitania, Companhia de Seguros, S.A. (“Lusitania”) é a companhia de seguros de ramos reais do Grupo Montepio, com actividade em todos os ramos Não Vida, com destaque para os ramos de Acidentes e Doença, Incêndio e Outros Danos e Automóvel. Os principais canais de distribuição da Lusitania são o canal bancário e a sua rede de mediadores e agentes<sup>1</sup>.
8. A Lusitania Vida, Companhia de Seguros, S.A. (“Lusitania Vida”), seguradora do ramo Vida pertencente ao grupo Montepio, disponibiliza na sua oferta seguros de vida, individuais e de grupo, com coberturas para os riscos de morte, invalidez e acidente, produtos para a protecção da velhice, de poupança e investimento e, ainda, operações de capitalização de poupanças.
9. A actividade da empresa Residências Montepio, Serviços de Saúde, S.A. centra-se na gestão de centros de Residências Sénior e na prestação de serviços de apoio domiciliário, através da comercialização dos cartões Vitalidade na rede comercial do Montepio<sup>2</sup>.
10. A Leacock (Seguros) Lda. (“Leacock Seguros”) tem por objecto a mediação de seguros e a corretagem de seguros e resseguros.

---

<sup>1</sup> Em 2009, a Lusitania reforçou a sua presença no mercado segurador, através da aquisição das companhias de seguros Real e Mutuamar.

<sup>2</sup> Actualmente, encontram-se em funcionamento três centros residenciais, no Porto, em Gaia e em Coimbra, estando previsto, ainda, a abertura de mais quatro centros até 2012.

11. A Germont - Empreendimentos Imobiliários S.A. desenvolve actividades de compra e venda e administração de imóveis, bem como de prestação de serviços conexos, incluindo o arrendamento de imóveis próprios, a construção, a reparação e a conservação. Em paralelo, a Montepio Geral - Investimentos Imobiliários, S.A. tem por objecto a compra, construção, venda e administração de imóveis.
12. Por fim, a Bolsimo - Gestão de Activos, S.A. tem por objecto a aquisição e posterior recuperação de créditos concedidos por instituições de crédito, no que se compreendem, inclusivamente, os créditos concedidos por assinatura, nomeadamente através de fianças e garantias pessoais, bem como a aquisição de garantias que sejam acessórias dos referidos créditos e a gestão de participações sociais que sejam adquiridas em resultado de operações de recuperação de créditos.
13. Os volumes de negócios realizados pela Associação Montepio, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2007, 2008 e 2009, foram os seguintes:

**Tabela 1 – Volumes de negócios da Notificante para os anos de 2007, 2008 e 2009**

Milhões de Euros	2007	2008	2009
<b>Portugal</b>	[>150]	[>150]	[>150]
EEE	[>150]	[>150]	[>150]
Mundial	[>150]	[>150]	[>150]

Fonte: Notificante.

## 2.2. Empresa Adquirida

14. A Finibanco Holding é a sociedade gestora de participações sociais do grupo Finibanco, o qual desenvolve a sua acção em diversas vertentes de negócio bancário, sobretudo na actividade da banca comercial de retalho. Opera ainda na área de gestão de activos, nomeadamente carteiras e fundos de investimento, bem como no ramo dos seguros. As actividades do Finibanco são desenvolvidas, em concreto, pelas empresas em seguida referidas.
15. A actividade bancária é desenvolvida pelo Finibanco, S.A. (“banco Finibanco”), cujo objecto social é a realização de todas as operações permitidas aos bancos, e pelo Finibanco Angola, S.A., banco de cariz universal de apoio a PME (Pequenas e Médias Empresas), a particulares e

ao comércio externo Angolano, com incidência especial nas transacções entre Portugal e Angola.

16. A Finicrédito — Instituição Financeira de Crédito actua no denominado crédito clássico em Portugal.
17. A Finivalor - Sociedade Gestora de Fundos Mobiliários (“Finivalor”) tem como objecto social a gestão de um ou mais organismos de investimento colectivo, incluindo fundos de investimento mobiliário e imobiliário, assim como a gestão discricionária e individualizada de carteiras por conta do outrem.
18. A Finibanco Vida (“Finibanco Vida”) dedica-se exclusivamente ao exercício da actividade de seguros do ramo Vida, sendo actualmente detida, em partes iguais, pela Finibanco Holding e pela Mapfre Seguros Gerais.
19. A Finisegur - Sociedade Mediadora do Seguros (“Finisegur”) é uma sociedade mediadora de seguros detida pela Finibanco Holding, que detém uma carteira diversificada de clientes.
20. Por fim, a Finimóveis - Sociedade de Serviços Auxiliares é uma sociedade que tem por objecto social a transacção e gestão de imóveis indispensáveis à instalação e funcionamento do Grupo, bem como a gestão e a compra para revenda de imóveis adquiridos em resultado do reembolso do crédito.
21. Os volumes de negócios do Finibanco, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, para os anos de 2007, 2008 e 2009, foram os seguintes:

**Tabela 2 – Volumes de negócios da Adquirida para os anos de 2007, 2008 e 2009**

Milhões de Euros	2007	2008	2009
<b>Portugal</b>	[>2]	[>2]	[>2]
EEE	[>150]	[>150]	[>150]
Mundial	[>150]	[>150]	[>150]

**Fonte:** Notificante.

### 3. NATUREZA DA OPERAÇÃO

22. Nos termos do anúncio preliminar de lançamento da oferta pública de aquisição geral e voluntária sobre as acções representativas do capital social da empresa Finibanco, de 30 de Julho de 2010, a operação de concentração em causa consiste na aquisição, pela Associação Montepio, da totalidade das acções da empresa Finibanco, o que configura uma operação de concentração, nos termos 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.
23. O lançamento da Oferta encontra-se sujeito às seguintes condições cumulativas:
- “(a) Obtenção do registo prévio da Oferta junto da Comissão do Mercado de Valores Mobiliários [CMVM]; e*
- (b) Obtenção das aprovações, não oposições e autorizações administrativas exigíveis nos termos da lei portuguesa, nomeadamente e consoante aplicável: (i) a não oposição por parte do Banco de Portugal, nos termos dos artigos 102.º e 103.º do Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras (RGICSF), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 298/92, de 31 de Dezembro (conforme alterado), também aplicável às sociedades financeiras por força do art. 199.º-G do RGICSF; (ii) a não oposição do Instituto de Seguros de Portugal, ao abrigo dos artigos 43.º e 44º do Decreto-Lei n.º 94-B/98, de 17 de Abril (conforme alterado), também aplicável às sociedades corretoras por força do artigo 53.º do Decreto-Lei n.º 144/2006, de 31 de Julho (conforme alterado); e (iii) a autorização da Autoridade de Concorrência, ao abrigo da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho (conforme alterada), em virtude da aquisição indirecta da totalidade do capital social e direitos de voto nas participações financeiras detidas pela Sociedade Visada bem como Outras que se revelem necessárias ao abrigo de legislação comunitária ou estrangeira eventualmente aplicáveis.”*
24. A Oferta fica subordinada à aquisição pela Associação Montepio, no âmbito da Oferta, de um número de acções que representem pelo menos 75% dos direitos de voto da empresa Finibanco.
25. A operação de concentração em causa tem natureza horizontal, na medida em que se verifica uma sobreposição horizontal entre as actividades desenvolvidas pelas empresas participantes uma vez que ambas operam nos mesmos mercados relevantes.

## 4. MERCADOS RELEVANTES

### 4.1. Mercado do Produto Relevante

#### 4.1.1. Posição da Notificante

26. No que concerne a definição do mercado do produto relevante, a Notificante considera que será de adoptar a delimitação de mercados anteriormente considerada pela Autoridade da Concorrência, no processo Ccent. 15/2006 - BCP/BPI, em decisão de 16 de Março de 2007.
27. Concorda, assim, com uma definição assente, essencialmente, na separação das áreas da banca e dos seguros, concretizada na delimitação de um conjunto de mercados relevantes relativos a produtos e serviços bancários e na distinção entre seguros vida e seguros não vida, divididos de acordo com as características de riscos cobertos e por tipo de canal de subscrição (balcões, *bancassurance* e mediação).

#### 4.1.2. Entendimento da Autoridade da Concorrência

##### Introdução

28. A Autoridade da Concorrência já expôs o seu entendimento quanto à delimitação dos mercados relevantes na área da banca universal, no contexto da sua prática decisória anterior, tendo procedido ao exercício detalhado de delimitação dos mesmos no âmbito da decisão de 16.03.2007, desta Autoridade, referente à operação de concentração Ccent. 15/2006 - BCP/BPI.
29. Como tal, e por razões de simplicidade, remete-se para a argumentação efectuada naquela decisão relativamente à delimitação de cada um dos mercados relevantes, não obstante ora se apresentarem, sumariamente, os princípios gerais subjacentes à posição da Autoridade da Concorrência nesta matéria.
30. A delimitação dos mercados relevantes na banca universal no contexto da prática decisória da Autoridade da Concorrência tem por base critérios que se prendem com a substituíbilidade do lado da procura e a substituíbilidade do lado da oferta, sendo que a aplicação destes conceitos ao sector é particularmente complexa dadas as características dos produtos em causa.

31. Ou seja, a actividade bancária caracteriza-se pela oferta de um vasto número de produtos e serviços a um conjunto bastante alargado de “consumidores/clientes” (particulares, empresas e institucionais, incluindo o Estado), através de vários canais de distribuição.
32. Desta variedade de produtos, alguns são desenvolvidos para o mesmo fim, por exemplo, o crédito, mas que, por integrarem maturidades financeiras, riscos e exigências distintas (v.g. crédito pessoal e crédito clássico), não são substituíveis na perspectiva da procura.
33. Adicionalmente, importa sempre incorporar critérios que se prendem com a substituíbilidade do lado da oferta, tendo em atenção a proximidade das exigências financeiras e administrativas subjacentes à concessão, por exemplo, de determinado tipo de créditos, assim como do risco que lhe está associado.
34. A variedade e diferenciação de produtos na banca resulta, igualmente, de uma tentativa das instituições de crédito ajustarem os seus produtos às necessidades/preferências do consumidor, diversificando a sua oferta por via da criação de novos produtos que se adaptem a determinado tipo de clientes, por exemplo, no que diz respeito à rapidez de resposta, prazos de maturação, risco, custo e rentabilidade.
35. A oferta na banca organiza-se, frequentemente, em “pacotes” de serviços e produtos bancários, que combinam, por exemplo, uma conta à ordem com um cartão de pagamento, empréstimos pessoais, descobertos autorizados e/ou serviços de transferências e de pagamentos automáticos.
36. Acresce que as características dos canais comerciais assumem também um papel relevante no contexto da relação banco/cliente, sendo que aqueles canais se diferenciam no que diz respeito ao nível de relacionamento com o cliente, ajustando-se às características específicas de cada tipo de cliente, o que acaba por aprofundar essas mesmas diferenças.
37. Esta adequação do produto ao cliente via diferenciação do produto, a oferta de pacotes ou a existência de uma rede de balcões adequada às especificidades de cada tipo de cliente contribuem para reduzir a substituíbilidade do lado da procura relativa aos produtos e serviços bancários.
38. Tendo por base o enquadramento do funcionamento do sector da banca, a AdC considera, na esteira da sua prática decisória, um conjunto de segmentações que justificam a autonomização dos mercados relevantes para efeitos da presente operação de concentração. Assim, com base nos critérios sumariamente descritos *supra*, consideram-se duas áreas distintas, nomeadamente a banca universal e os seguros.

### **Banca**

39. Tendo por base as especificidades dos diferentes tipos de clientes, segmenta-se os serviços/produtos prestados em i) particulares e pequenos negócios, ii) PME's, iii) grandes empresas e clientes institucionais, delimitação que encontra suporte na prática decisória da AdC e também da Comissão Europeia.
40. Para efeitos da distinção entre particulares e pequenos negócios, por um lado, e empresas, por outro lado, relevam aspectos tais como a composição da carteira de serviços e produtos bancários, os padrões de utilização dos serviços bancários e as taxas de juro praticadas<sup>3</sup>.
41. No que diz respeito à segmentação entre PME's e grandes empresas, conclui-se, na análise desenvolvida no processo Ccent. 15/2006 – BCP/BPI, que constituem clientes bancários com características distintas, nomeadamente no que diz respeito à composição da carteira tipo de um e outro cliente, ao diferente poder negocial associado a cada tipo de cliente e ao diferente acesso aos mercados de capitais, factores que acabam por originar taxas de juro distintas, para aqueles dois tipos de clientes.
42. Já no que diz respeito à integração dos clientes institucionais no mesmo segmento das grandes empresas, tal decorre do padrão de utilização dos financiamentos bancários e ao facto do cliente institucional ser considerado um cliente de risco reduzido.

### ***Produtos/serviços para clientes particulares e pequenos negócios***

43. No contexto dos produtos/serviços para clientes particulares e pequenos negócios, e conforme resulta da prática decisória da AdC no Processo Ccent. 15/2006 – BCP/BPI, considera-se que a substituíbilidade do lado da procura e da oferta justifica a autonomização de um conjunto de mercados relevantes, designadamente:
  - *O mercado relevante dos depósitos/contas à ordem de particulares e pequenos negócios;*
  - *O mercado relevante dos depósitos a prazo de particulares e pequenos negócios;*
  - *O mercado relevante de outras aplicações de poupança de particulares e pequenos negócios;*

---

<sup>3</sup> Vide decisão da AdC relativa ao processo Ccent. 15/2006 – BCP/BPI.

- *O mercado relevante da venda a retalho de fundos de investimento;*
- *O mercado relevante de crédito à habitação;*
- *O mercado relevante do crédito ao consumo não automóvel a particulares;*
- *O mercado relevante do crédito automóvel para particulares e pequenos negócios;*
- *O mercado relevante de crédito a pequenos negócios.*

44. A AdC remete para a sua decisão de 16 de Março de 2007, referente ao processo Ccent.15/2006 – BCP/BPI<sup>4</sup>, para uma justificação mais pormenorizada dos factores a que se atendeu para efeitos da delimitação de cada um dos mercados relevantes *supra* apresentados ao nível dos clientes particulares e pequenos negócios.

#### ***Produtos/serviços para clientes PME***

45. No contexto dos produtos/serviços para clientes PME, considera-se que a substituíbilidade do lado da procura e da oferta justificam a autonomização de um conjunto de mercados relevantes, designadamente:

- *O mercado relevante dos depósitos/contas à ordem para PME;*
- *O mercado relevante dos depósitos a prazo para PME;*
- *O mercado relevante de outras soluções de investimento;*
- *O mercado relevante dos instrumentos de financiamento de curto prazo para PME;*
- *O mercado relevante do factoring para PME;*
- *O mercado relevante de crédito especializado (leasing) para PME;*
- *O mercado relevante de outras soluções de financiamento de médio/longo prazo;*
- *O mercado relevante dos serviços de renting para PME.*

---

<sup>4</sup> Vide decisão da Autoridade de 16.03.2007, relativa à operação de concentração Ccent. 15/2006 - BCP/BPI, páginas 38 a 55.

46. A AdC remete para a decisão *supra* referida no processo Ccent. 15/2006 – BCP/BPI<sup>5</sup>, para uma justificação mais pormenorizada dos factores a que se atendeu para efeitos da delimitação de cada um dos mercados relevantes *supra* apresentados para as PMEs.

### *Cartões de Pagamento*

47. O sistema de cartões de pagamentos pode ser autonomizado em quatro serviços distintos que não são substituíveis, mas antes complementares a nível do funcionamento do sistema: o serviço da emissão, o serviço da contratação de comerciantes para aceitação de cartões de débito e *acquiring* de crédito, o serviço de implementação e gestão de uma rede física de comunicação e o serviço de processamento e compensação financeira.
48. Este entendimento vai de encontro à prática decisória da Comissão Europeia e de outras autoridades da concorrência dos Estados Membros, ao distinguirem o mercado da emissão dos cartões, caracterizado pela relação contratual entre o banco emissor e o titular do cartão, do mercado do *acquiring* dos cartões, baseado na relação contratual entre o comerciante, que aceita o pagamento através do cartão, e o banco que lhe fornece os meios e apoio necessários para a aceitação do cartão de pagamento.
49. Por outro lado, os cartões de débito e de crédito apresentam diferentes funcionalidades, diferentes modos de utilização e diferentes preços, conforme explicado na decisão *supra* referida relativa ao processo Ccent. 15/2006 – BCP/BPI, que justificam considerar-se que estes meios de pagamento não são substituíveis na perspectiva da procura.
50. O cartão de débito permite ao cliente a realização de pagamentos, transferências bancárias, consulta de saldo e movimento da respectiva conta à ordem, levantamento de dinheiro e todos os outros serviços disponíveis através das Caixas Automáticas.
51. O cartão de crédito, além de constituir um meio de pagamento, confere ao seu titular a possibilidade de utilização de um crédito rotativo, dentro de *plafonds* predefinidos. Por vezes, a emissão destes cartões está ainda associada à oferta de outros benefícios, tais como seguros de saúde e concessão de descontos sobre o valor da transacção ou possibilidade de obtenção do reembolso de parte do pagamento.
52. Tendo em conta as actividades das Partes, no que diz respeito ao apoio aos comerciantes, considera-se apenas *o serviço de apoio ao comerciante na aceitação de cartões de débito*, que

---

<sup>5</sup> Decisão da Autoridade citada, relativa à operação de concentração Ccent. 15/2006 - BCP/BPI, páginas 58 a 72.

constitui a actividade pela qual a instituição bancária disponibiliza ao comerciante os meios técnicos e tecnológicos necessários para que este possa aceitar pagamentos com cartões de débito.

53. Uma vez que este é um pagamento com cartões de débito, o comerciante dispõe de um meio que confirma a disponibilidade de liquidez do titular do cartão e que processa a compensação financeira, por débito na conta deste último e por crédito na conta do comerciante.
54. Note-se que a entidade bancária que disponibiliza este serviço apenas garante a verificação da liquidez, a compensação financeira desta transacção e correspondente crédito em conta do comerciante e responsabiliza-se por falhas do sistema, não garantindo, ou adquirindo, qualquer crédito assumido pelo comerciante (ou débito do titular do cartão).
55. Como tal, para efeitos da presente operação de concentração, a AdC considera, no que diz respeito ao segmento dos meios de pagamento, e tendo em conta as actividades das Partes, os seguintes mercados relevantes:
  - *o mercado relevante da emissão de cartões de débito;*
  - *o mercado relevante da emissão de cartões de crédito;*
  - *o mercado relevante de serviço de apoio ao comerciante para aceitação de cartões de débito.*

#### ***Fundos Mobiliários e Imobiliários***

56. Refira-se, por fim que, de acordo com a informação submetida pela Notificante, quer o Montepio, quer o Finibanco, através da Montepio Gestão de Activos e da Finivalor, respectivamente, gerem fundos mobiliários e fundos imobiliários. A AdC entende não se justificar um exercício mais aprofundado de delimitação dos mercados relevantes relativos àqueles produtos, já que, seja qual for a delimitação adoptada, a presente operação de concentração não levanta quaisquer preocupações jus-concorrenciais a este nível.

#### **Seguros**

57. A actividade seguradora apresenta um conjunto de especificidades importantes, em particular o facto de envolver a transferência de risco, total ou parcial, por parte de particulares ou empresas, para outros, designadamente para companhias seguradoras.

58. As companhias seguradoras assumem, assim, o risco que está associado ao facto de, antes de ter conhecimento dos custos que venham a incorrer com cada apólice, terem de determinar um nível de preço para os seus produtos/serviços – e que usualmente se designa de prémio de seguro. Este elemento de incerteza assume um papel central na actividade seguradora.
59. A prática decisória da AdC, no que diz respeito à delimitação dos mercados relevantes em matéria de seguros<sup>6</sup>, tem seguido uma metodologia idêntica à que tem sido adoptada pela Comissão Europeia<sup>7</sup>, nas suas decisões com respeito a este sector de actividade.
60. Antes de mais, refira-se que, dentro do mercado dos seguros, se efectua uma distinção entre o (i) mercado dos seguros do ramo “Vida” e o (ii) mercado dos seguros do ramo “Não Vida”, sublinhando que ambos poderão ser subdivididos de acordo com diversas categorias de riscos cobertos.
61. Note-se que, de acordo com a informação submetida pela Notificante, a Adquirida, Finibanco, apenas se encontra presente no ramo dos seguros Vida, pelo que apenas serão definidos os mercados relevantes referentes àquele segmento dos seguros.
62. A proposta de delimitação dos mercados relevantes apresentada pela Notificante encontra-se em linha com as definições de mercado apresentadas nos precedentes decisórios da AdC, no que diz respeito aos mercados do ramo “Vida”.
63. Assim, no que se refere aos mercados dos seguros do ramo “Vida”, considera-se *o mercado dos seguros de risco e rendas (seguros vida “tradicionais”), o mercado relevante dos Planos Poupança Reforma (PPR) e o mercado relevante dos Seguros de Capitalização.*
64. Refira-se, ainda, que de acordo com a informação da Notificante, tanto o Montepio, como o Finibanco, através da Leacock e da Finisegur, respectivamente, encontram-se activos na actividade de mediação de seguros.
65. A prática decisória da AdC<sup>8</sup> tem considerado que o mercado da prestação de serviços de mediação de seguros constitui um mercado de produto autónomo, não devendo ser segmentado consoante os

---

<sup>6</sup> Decisões de não oposição da AdC, acompanhadas da imposição de condições e obrigações, nos processos Ccent. n.º 28/2004 - Caixa Seguros/NHC (BCP Seguros), de 30.12.2004 e Ccent. n.º 15/2006 – BCP/BPI, de 16.03.2007, e, ainda, decisões de não oposição da AdC, nos processos Ccent. n.º 48/ 2005 – AXA/Seguro Directo Gere, de 14.09.2005, Ccent. n.º 45/2005- BNC/Eurovida, de 26.09.2005, Ccent. 63/2005 – Eurovida/Activos da AVIVA VIE Portugal, de 23.11.2005 e Ccent. 35/2009 - Lusitânia / Real Seguros, de 15.10.2009 e Ccent. 46/2009 – Rentipar / Global Seguros \*Global Vida, de 31.12.2009.

<sup>7</sup> Cfr. para o ramo “Não Vida”, entre outras, a decisão da Comissão, de 28.02.2003, no processo n.º COMP/M.3035 - *Berkshire Hathaway/Converuim/Gaum/JV*.

ramos de seguros, dado existir um elevado grau de substituíbilidade da oferta entre as actividades de mediação dos diferentes ramos de seguros, as quais implicam uma formação profissional comum.

66. Como tal, a AdC considera ainda, como mercado relevante para efeitos da presente operação de concentração, o *mercado da prestação de serviços de mediação de seguros*.

## 4.2. Mercado Geográfico Relevante

### 4.2.1. Posição da Notificante

67. A Notificante, em linha com a prática decisória da AdC, considera que a dimensão geográfica dos mercados relevantes por ela identificados, tanto na banca universal, como nos seguros, é nacional.
68. Para tal, refere o facto de o grupo Montepio e o grupo Finibanco, assim como os seus concorrentes, exercerem as suas actividades em todo o território nacional.
69. Mais realça a dimensão nacional da regulação, assim como da regulamentação e supervisão sectoriais, a que acresce a natureza centralizada dos processos decisórios. Adicionalmente, faz notar a aplicação homogénea de práticas em todo o país, que cria condições concorrenciais suficientemente homogéneas para definir o âmbito geográfico dos mercados relevantes de produto como sendo nacional.

### 4.2.2. Entendimento da Autoridade da Concorrência

70. No que diz respeito aos mercados relevantes relativos aos produtos/serviços bancários para particulares e pequenos negócios e PME's, considera-se que o facto de o enquadramento legislativo e fiscal, as redes de distribuição, o *pricing*, a análise de risco, e a política comercial do banco terem um âmbito nacional, justifica uma delimitação geográfica nacional.
71. No que concerne os mercados relevantes definidos para os cartões de pagamento e, na esteira da prática decisória da AdC *supra* referenciadas, considera-se que os referidos mercados têm uma

---

<sup>8</sup> *Cfr.*, decisões da AdC no âmbito do: Processo Ccent. n.º 12/2010 – MDS\*Salvador Caetano Auto/Coral, decisão da AdC de 14.05.2010; Processo Ccent. n.º 25/2009 – Banif/TECNICRÉDITO, decisão da AdC de 20.08.2009; Processo Ccent. n.º 30/2007 – BENCOM/NSL, decisão da AdC de 23.10.2007;

dimensão nacional, em particular atendendo às características técnicas dos sistemas e ao respectivo enquadramento legal dos cartões de pagamento.

72. No que respeita ao âmbito geográfico dos mercados do produto identificados para os seguros do ramo “Vida” e em linha com a prática decisória da AdC e da Comissão Europeia, *supra* referenciadas, considera a AdC que os mesmos têm âmbito *nacional*, tendo em conta a importância da estrutura dos canais de distribuição, as relações de proximidade e confiança entre segurado e segurador, as limitações fiscais e os sistemas de regulação autónomos existentes nos diversos Estados-Membros.
73. Já no que concerne o mercado da prestação de serviços de mediação de seguros, e em linha com prática decisória da AdC *supra* referenciada, considera-se que a delimitação geográfica do mesmo corresponde ao território nacional, nomeadamente tendo em conta a regulação existente, que estipula condições de acesso e exercício da profissão de cariz nacional, e as condições da procura de âmbito nacional.

#### **4.3. Conclusão**

74. Pelas razões acima expostas, a Autoridade da Concorrência considera, para efeitos de análise da presente operação de concentração, os mercados de produto e geográficos relevantes *supra* definidos para os segmentos da prestação de produtos e serviços bancários a particulares e pequenos negócios, da prestação de produtos e serviços bancários a PME, de cartões de pagamento e dos seguros.

## **5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL**

### **5.1. Mercados relevantes da banca**

75. Refira-se, antes de mais, que, na banca universal, se encontra presente, em Portugal, um conjunto de instituições de crédito de dimensão superior à das participantes na operação de concentração em apreço, como sejam a Caixa Geral de Depósitos, o BCP, o BPI, o BES e o SantanderTotta.

76. Ainda em termos gerais, refira-se que as duas instituições de crédito envolvidas na operação de concentração, Montepio e Finibanco, não representavam mais de [0-10]% e [0-10]% do número total de balcões em Portugal, a 31 de Dezembro de 2009<sup>9</sup>, respectivamente.
77. Na análise que se segue, desenvolve-se a avaliação jus-concorrencial da presente operação de concentração relativamente aos mercados relevantes que foram definidos, tendo em consideração os diversos segmentos que se identificaram *supra*.

### *Segmento dos Particulares e Pequenos Negócios*

78. O cálculo das quotas subjacentes à avaliação jus-concorrencial tem por base os valores de saldo médio anual, em 2009, para a Adquirente e para a Adquirida, conforme dados submetidos pela Notificante e valores referentes à dimensão do mercado disponibilizados pelo Banco de Portugal.
79. Adicionalmente, a Notificante submeteu a esta Autoridade uma *proxy* relativa à representatividade das empresas participantes na operação de concentração, tendo por base o número de clientes. Note-se, ainda, que para efeitos desse mesmo cálculo, a Notificante baseia-se no estudo “BASEF – Banca – Vaga global 2009 / Markttest”, considerando que o universo de clientes das Partes corresponde aos clientes “bancarizados” que se relacionam com o Montepio e o Finibanco, enquanto banco principal.
80. Na tabela *infra* apresenta-se a informação referente às quotas da Notificante e da Adquirida para os mercados relevantes da banca, no segmento de particulares e pequenos negócios, medidas em termos de saldo médio anual, para o ano de 2009.

---

<sup>9</sup> Dados do Boletim Informativo da Associação Portuguesa de Bancos de Julho de 2010.

**Tabela 3 – Quotas de mercado no segmento de Particulares e Pequenos Negócios, com base nos Saldos Médio Anuais, em 2009**

<b>Mercado/ Partes</b>	<b>Montepio</b>	<b>Finibanco</b>	<b>Mont.+Fin.</b>
<i>Depósitos à Ordem</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Depósitos a Prazo</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Outras Aplicações de Poupança</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Venda a Retalho de Fundos de Investimento</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Crédito à Habitação</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Crédito ao Consumo Não Automóvel</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Crédito Automóvel</i>	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]
<i>Crédito a Pequenos Negócios</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]

**Fonte:** Dados Notificante e Banco de Portugal, tratamento AdC.

81. Da análise da Tabela 3 verifica-se que, à excepção do crédito automóvel, em nenhum dos mercados relevantes identificados para os particulares e pequenos negócios, a quota conjunta das duas instituições, Montepio e Finibanco, medida em termos de saldo médio anual, ultrapassa os [0-10]%.
82. Acresce que, para todos os mercados relevantes apresentados, inclusivamente no caso do crédito automóvel, o valor do *delta*<sup>10</sup> associado à operação de concentração, calculado com base nas quotas em termos de saldo médio anual, fica sempre aquém dos [150] pontos<sup>11</sup>. Aliás, à excepção do mercado do crédito automóvel, o valor do *delta* para os restantes mercados relevantes é sempre inferior a [150] pontos.

<sup>10</sup> O *delta* corresponde à variação no *IHH* antes e após a operação de concentração. O *IHH* é o *Índice de Herfindahl-Hirschman*, calculado como a soma dos quadrados das quotas das empresas a operar no mercado relevante, assim traduzindo o grau de concentração nesse mercado, e variando entre 0 e 10 000. A Comissão Europeia aplica frequentemente o *IHH* para conhecer o nível de concentração global existente num mercado – neste sentido, vão as Orientações para apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas (*cf.* Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004). O *IHH* após a concentração é calculado no pressuposto de que as quotas de mercado das empresas se mantêm inalteradas.

<sup>11</sup> De acordo com a Comissão Europeia, é pouco provável que se identifiquem preocupações em termos de concorrência de tipo horizontal, quando o *IHH*, num cenário pós-concentração, é situado entre 1 000 e 2 000 e com um *delta* inferior a 250, ou numa concentração com um *IHH*, após a concentração, superior a 2 000 e com um *delta* inferior a 150 (*vide* ponto 20 da Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004).

83. No caso do crédito automóvel, e tal como decorre da Tabela 3, verifica-se que após a operação de concentração, o valor da quota conjunta em termos de saldo médio anual do Montepio e do Finibanco é de aproximadamente [10-20]%.
84. Acresce que a informação sobre a dimensão de mercado, em termos de saldo médio anual, que foi fornecida pelo Banco de Portugal, quer para o crédito automóvel, quer para o crédito ao consumo não automóvel, inclui apenas crédito não titularizado. Como tal, as quotas das Partes constantes da tabela *supra* para aquele mercado relevante sobrestimam a sua verdadeira representatividade no mercado.
85. Já no caso dos Depósitos a Prazo, o valor disponibilizado pelo Banco de Portugal para a dimensão do mercado corresponde aos depósitos de qualquer espécie com excepção das responsabilidades à vista, agregando o valor dos depósitos a prazo e de outras aplicações de poupança. Como tal, a *proxy* apresentada para a quota de mercado da Notificante e da Adquirida poderá estar subavaliada.
86. Não obstante, verificou-se que, assumindo a mesma distribuição para o global do mercado entre Depósitos a Prazo e Outras Aplicações de Poupança que a registada no caso do Montepio, a representatividade da Adquirente e da Adquirida não se alteram significativamente nos mercados relevantes de Depósitos a Prazo e Outras Aplicações de Poupança.<sup>12</sup>
87. Adicionalmente, importa realçar as especificidades da relação do cliente com o seu banco, tais como sejam a importância do *bundling* e do *cross-selling*. De facto, a política comercial das instituições de crédito centra-se na captação de clientes e no fomento de um elevado grau de envolvimento do cliente com o banco, através da oferta de produtos em pacote e da venda cruzada de produtos. Esta envolvimento do cliente com o seu banco principal reforça os custos que enfrenta quando equaciona mudar de banco.
88. Ora, atenta a importância da relação banco-cliente, apresenta-se, na tabela *infra*, e a título complementar, a informação sobre a representatividade do Montepio e do Finibanco, em termos de número de clientes, nos mercados relevantes delimitados para efeitos da avaliação jus-concorrencial da operação<sup>13</sup>, no segmento dos particulares e pequenos negócios.

---

<sup>12</sup> Adicionalmente, considerou-se o mercado agregado dos depósitos a prazo e de outras aplicações de poupança, as quotas de mercado também não registam alterações significativas, sendo que as Partes nunca representam conjuntamente mais de 10% do mercado, seja qual for o cenário considerado.

<sup>13</sup> Refira-se que não foram disponibilizados dados que permitam calcular a quota de mercado em termos de número de clientes no mercado do crédito automóvel e do crédito ao consumo não automóvel.

**Tabela 4 – Quotas de mercado no segmento dos Particulares e Pequenos Negócios, com base no nº de clientes, em 2009**

<b>Mercado/ Partes</b>	<b>Montepio</b>	<b>Finibanco</b>	<b>Mont.+Fin.</b>
<i>Depósitos à Ordem</i>	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]
<i>Depósitos a Prazo</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Outras Aplicações de Poupança</i>	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]
<i>Venda a Retalho de Fundos de Investimento</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Crédito à Habitação</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Crédito a Pequenos Negócios</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]

**Fonte:** Dados Notificante.

89. Tal como se pode constatar na tabela *supra*, a quota conjunta das instituições de crédito envolvidas na operação de concentração, em termos de número de clientes, é sempre inferior a [10-20]%, sendo que apenas no caso dos Depósitos à Ordem e de Outras Aplicações de Poupança, a sua representatividade agregada ultrapassa os [0-10]%, embora de forma pouco significativa.
90. Refira-se que o *delta* associado à operação de concentração, calculado em termos do número de clientes, é sempre inferior a [150] pontos, em todos os mercados relevantes.
91. Tendo em conta o *supra* exposto, a AdC conclui que a presente operação de concentração não é susceptível de redundar em preocupações jus-concorrenciais, em nenhum dos mercados relevantes analisados, referentes ao segmento dos particulares e pequenos negócios.

### ***Segmento das PME***

92. Na tabela *infra* apresenta-se a informação referente às quotas da Notificante e da Adquirida para os mercados relevantes da banca no segmento de PMEs, medidas em termos de saldo médio anual<sup>14</sup>, para o ano de 2009.

<sup>14</sup> Refira-se que não foram disponibilizados dados que permitam calcular a quota de mercado em termos de saldo médio anual para o *factoring*, o *leasing* e o *renting*.

**Tabela 5 – Quotas de mercado no segmento das PME, com base nos Saldos Médio Anuais, em 2009**

<b>Mercado/ Partes</b>	<b>Montepio</b>	<b>Finibanco</b>	<b>Mont.+Fin.</b>
<i>Depósitos à Ordem</i>	[0-10%]	[0-10%]	<b>[0-10%]</b>
<i>Depósitos a Prazo</i>	[0-10%]	[0-10%]	<b>[0-10%]</b>
<i>Outras Aplicações de Investimento</i>	[0-10%]	[0-10%]	<b>[0-10%]</b>
<i>Gestão de Tesouraria e Financiamento de Curto Prazo</i>	[0-10%]	[0-10%]	<b>[0-10%]</b>
<i>Soluções de Financiamento de Médio/Longo Prazo</i>	[0-10%]	[0-10%]	<b>[0-10%]</b>

**Fonte:** Dados Notificante e Banco de Portugal, tratamento AdC.

<sup>(1)</sup>De acordo com a informação da Notificante, apesar de o Finibanco ter actividade neste mercado, o valor zero que consta da tabela deve-se à reduzida significância estatística no contexto da extrapolação efectuada.

93. Da análise da Tabela 5, verifica-se que em nenhum dos mercados relevantes identificados para o segmento das PMEs, a quota conjunta das duas instituições, Montepio e Finibanco, medida em termos de saldo médio anual, ultrapassa os [0-10]%.
94. De facto, em todos os mercados relevantes identificados, tanto o Montepio como o Finibanco assumem uma quota de mercado inferior a [0-10]%.

**Tabela 6 – Quotas de mercado no segmento das PME, com base no nº de clientes, em 2009**

<b>Mercado/ Partes</b>	<b>Montepio</b>	<b>Finibanco</b>	<b>Mont.+Fin.</b>
<i>Depósitos à Ordem</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Depósitos a Prazo</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Outras aplicações de Investimento</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Gestão de Tesouraria e Fin. de Curto Prazo</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Factoring</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Crédito Especializado (Leasing)</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Soluções de Financiamento de Médio/Longo prazo</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Renting</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]

**Fonte:** Dados Notificante.

95. Em termos de número de clientes, as quotas de mercado das Partes são mais significativas do que as *supra* apresentadas em termos de saldo médio anual, sem que, no entanto, a sua representatividade conjunta ultrapasse os [0-10]%.
96. Tendo em conta o *supra* exposto, a AdC conclui que, independentemente da abordagem adoptada, em termos da *proxy* para a representatividade das Partes nos mercados relevantes, a presente operação de concentração não é susceptível de redundar em preocupações jus-concorrenciais, em nenhum dos mercados relevantes analisados, referentes ao segmento das PMEs.

***Fundos Mobiliários e Imobiliários***

97. Na tabela *infra* apresentam-se os valores, para a Notificante e a Adquirida, relativos à actividade de gestão de fundos mobiliários e imobiliários.

**Tabela 7 – Quotas de mercado para os Fundos Mobiliários e Fundos Imobiliários, em 2009**

<b>Mercado/ Partes</b>	<b>Montepio</b>	<b>Finibanco</b>	<b>Mont.+Fin.</b>
<i>Fundos Mobiliários</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Fundos Imobiliários</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]

**Fonte:** Dados Notificante.

98. Conforme se pode constatar na tabela apresentada, a presença das Partes na gestão de fundos mobiliários e imobiliários é pouco expressiva, não ultrapassando, individualmente, e em qualquer dos casos, os [0-10]%.
99. Após a operação de concentração ora analisada, a presença conjunta das Partes nestas actividades não representará mais de [0-10]% do total de cada mercado. Em resultado, o valor do *delta* associado à operação de concentração é bastante reduzido, não ultrapassando os [150] pontos.
100. Em resultado, não se antecipam quaisquer preocupações de natureza jus-concorrencial nestes mercados.
101. Em resultado do *supra* exposto, a AdC conclui que a presente operação de concentração não é susceptível de redundar em preocupações jus-concorrenciais, nos mercados relativos aos fundos mobiliários e imobiliários.

***Cartões de Pagamento***

102. Em Portugal, o serviço de *emissão de cartões de débito* é permitido, em exclusivo, aos bancos, às caixas económicas, à Caixa Central de Crédito Agrícola Mútuo e às caixas de crédito agrícola mútuo, conforme o estipulado no Aviso do Banco de Portugal n.º 11/2001, de 6 de Novembro.
103. De acordo com o estabelecido no artigo 2.º do Decreto-Lei n.º 166/95, de 15 de Julho, estão habilitadas para a *emissão cartões de crédito*, as instituições financeiras para o efeito autorizadas, bem como as sociedades financeiras que tenham por objecto a emissão desses cartões.
104. No que diz respeito ao *serviço de apoio ao comerciante para aceitação de cartões de débito* (ou *acquiring* de débito), os operadores contratam comerciantes para a aceitação de pagamentos com cartões de débito, sendo que os bancos, enquanto membros do sistema Multibanco, fazem-no para cartões de débito da marca multibanco.
105. A tabela *infra* ilustra as quotas de mercado do Montepio e do Finibanco, com base nas transacções em valor, para a Emissão de Cartões de Débito e a Emissão de Cartões de Crédito, e com base no número de TPAs (Terminal de Pagamento Automático), para o *Serviço de Apoio ao comerciante na aceitação de cartões de débito*.
106. A informação remetida pela Notificante tem por base os elementos disponibilizados pela SIBS, para a dimensão dos mercados, bem como estatísticas internas, relativas à posição das Partes.

**Tabela 8 – Quotas de mercado no segmento dos cartões de pagamento, em 2009**

<b>Mercado/ Partes</b>	<b>Montepio</b>	<b>Finibanco</b>	<b>Mont.+Fin.</b>
<i>Emissão de Cartões de Débito</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Emissão de Cartões de Crédito</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Serviço de Apoio ao Comerciante na Aceitação de Cartões de Débito</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]

**Fonte:** Dados Notificante.

107. Os dados *supra* apresentados ilustram a reduzida representatividade do Montepio e do Finibanco nos mercados relevantes definidos, referentes a cartões de pagamento, sendo que a quota conjunta

das Partes não ultrapassa, em nenhum dos mercados, os [0-10]%. O *delta* associado à operação de concentração nestes mercados é sempre inferior a [150] pontos.

108. Em resultado do *supra* exposto, não se antecipam quaisquer preocupações de natureza jus-concorrencial associadas à operação de concentração notificada, atenta a reduzida expressividade das quotas das instituições envolvidas.
109. Em resultado do *supra* exposto, a AdC conclui que a presente operação de concentração não é susceptível de redundar em preocupações jus-concorrenciais, ao nível dos mercados a cartões de pagamento.

## 5.2. Mercados relevantes dos Seguros

110. As estimativas apresentadas pela Notificante relativas às quotas de mercado do Montepio e do Finibanco, no segmento dos seguros do ramo Vida, tiveram por base dados disponibilizados pela Associação Portuguesa de Seguradores (“APS”)<sup>15</sup> e pela Associação Portuguesa de Fundos de Investimento, Pensões e Patrimónios (“APFIPP”), encontrando-se ilustradas na Tabela *infra*:

**Tabela 9 – Quotas de mercado no segmento seguros do ramo Vida, em 2009**

Mercado/ Partes	Montepio	Finibanco	Mon.+Fin.
<i>Riscos e Rendas</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Planos Poupança Reforma (PPR)</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<i>Seguros de Capitalização</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]

**Fonte:** Dados Notificante, tratamento AdC.

111. Tal como decorre da leitura da Tabela 9, verifica-se que em nenhum dos mercados relevantes relativos ao segmento dos seguros do ramo Vida, a quota conjunta das duas instituições, Montepio e Finibanco, ultrapassa os [0-10]%.  
 112. Acresce que, para todos os mercados relevantes apresentados no segmento do ramo Vida, o valor do *delta* associado à operação de concentração fica sempre aquém dos [150] pontos,

<sup>15</sup> A Associação Portuguesa de Seguradores é uma associação patronal que reúne companhias de seguros e de resseguros que operam no mercado português, representando actualmente 99% do mercado segurador.

considerando-se, como tal, improvável que a presente operação de concentração seja susceptível de gerar quaisquer preocupações jus-concorrenciais, nestes mercados<sup>16</sup>.

113. Adicionalmente, e tal como decorreu da análise realizada no âmbito do processo Ccent. 46/2009 – Rentipar / Global Seguros \*Global Vida, verifica-se que estes mercados são caracterizados pela existência de uma pluralidade de operadores, sendo que existem diversos concorrentes, tais como o Grupo Caixa Geral de Depósitos, Ocidental Vida e Grupo Banco Espírito Santo, que apresentam uma dimensão muito superior à da Notificante e da Adquirida.
114. Na Tabela *infra* encontram-se explanadas as quotas de mercado da Adquirente e da Adquirida no mercado da prestação de serviços de mediação de seguros, segundo os dados disponibilizados no parecer enviado pelo Instituto de Seguros de Portugal (“ISP”), com referência a 30 de Junho de 2010.

**Tabela 10 – Quotas de mercado da prestação de serviços de mediação de seguros**

Mercado/ Partes	Montepio	Finibanco	Mon.+Fin.
<i>Mediação</i>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]

Fonte: Dados ISP.

115. Assim, tal como decorre da leitura da Tabela 10, no que concerne o mercado da prestação de serviços de mediação de seguros, a quota de mercado conjunta das empresas envolvidas na operação não ultrapassa [0-10]%.
116. Acresce que o mercado da prestação de serviços de mediação de seguros é um mercado que se apresenta bastante atomizado<sup>17</sup>, sendo que a quota do maior operador em actividade no mercado da mediação de seguros apresenta um peso reduzido, inferior a [0-10]%<sup>18</sup>.
117. Tendo em conta o *supra* exposto, e uma vez que também neste mercado o valor do *delta* associado à operação de concentração fica sempre aquém dos [150] pontos, conclui-se que a operação de concentração em causa não é susceptível de conduzir à criação ou reforço de uma

<sup>16</sup> Cfr. nota de rodapé n.º 11.

<sup>17</sup> Com base em dados disponibilizados pelo ISP referentes ao ano de 2009, no âmbito do processo Ccent. n.º 12/2010 – MDS\*Salvador Caetano Auto/Coral de 14.05.2010, o n.º de mediadores perfaz um total de 27134 (valor que exclui os mediadores de resseguros), sendo que, deste universo, cerca de 100 são corretores.

<sup>18</sup> Cfr. decisão da AdC de 14.05.2010 no âmbito do Processo Ccent. n.º 12/2010 – MDS\*Salvador Caetano Auto/Coral.

posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no mercado *nacional da prestação de serviços de mediação de seguros*.

### 5.3. Conclusão

118. Face ao *supra* exposto, conclui-se que a operação em causa não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva em qualquer um dos mercados relevantes analisados.

## 6. PARECERES DAS ENTIDADES REGULADORAS

119. Em cumprimento do n.º 1 do artigo 39.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, foi solicitado parecer aos reguladores com competência de regulação das actividades exercidas pelas partes na operação de concentração: Banco de Portugal, Instituto de Seguros de Portugal e Comissão de Mercado de Valores Mobiliários.
120. O Instituto de Seguros de Portugal enviou o respectivo parecer a 21 de Setembro de 2010, tendo informado que, encontrando-se a operação condicionada à não oposição do ISP, nos termos do n.º 1 do artigo 44.º do Decreto-Lei n.º 94-B/98, de 17 de Abril, na medida em que implica a aquisição indirecta de uma participação qualificada correspondente a 50% do capital social da Finibanco Vida, a avaliação das garantias de gestão sã e prudente da Adquirente se encontrava a ser efectuada internamente, não tendo o ISP, à data, tomado qualquer decisão sobre a operação de concentração.
121. O ISP sublinhou ainda que a Associação Mutualista já controla a Lusitania Vida, a Lusitania, a N Seguros e a Leacock Seguros, passando, em resultado da operação, a controlar também a Finibanco Vida e a Finisegur, apresentando as quotas de mercado destas sociedades no respectivo segmento.
122. O Banco de Portugal remeteu o respectivo parecer a 22 de Setembro de 2010. Tendo como objectivo suportar a apreciação da Autoridade da Concorrência, e com referência aos factores constantes do artigo 12.º da Lei da Concorrência, analisa o impacto da operação na estrutura e na posição relativa do Montepio, nos segmentos de mercado relativos à poupança/investimento, ao

crédito e aos meios de pagamento, analisando ainda os subsegmentos relativos ao crédito a particulares (habitação e consumo), crédito a empresas em Portugal, captação de depósitos e cartões de débito e crédito contratualizados.

123. Na análise que apresenta, o Banco de Portugal informa que os segmentos de mercado de crédito e o segmento de captação de depósitos apresentam uma concentração moderada, com excepção do subsegmento de crédito ao consumo, o qual apresenta uma concentração reduzida.
124. Com base nos valores indicativos dos níveis de concentração, a nível nacional, nos segmentos de crédito a habitação, crédito ao consumo, crédito a empresas, captação de depósitos e meios de pagamento, antes e após a operação, e do posicionamento relativo das Partes, considera que a operação de concentração não provoca uma alteração significativa na estrutura de mercado.
125. Com base no exposto, conclui no sentido da não existência de indícios *“que apontem para que a operação em apreço venha a conduzir a uma estrutura de mercado em que se crie ou reforce uma posição dominante, de que resultem entraves significativos à concorrência efectiva no mercado nacional ou numa parte substancial deste, nem susceptível de conduzir a maior propensão para acções de empresas presentes no mercado que possam constituir práticas proibidas, na acepção da Lei da Concorrência”*.
126. A CMVM, em parecer junto a 1 de Outubro, informa que supervisiona o Finibanco e o Montepio numa dupla vertente: enquanto sociedades abertas e titulares de participações qualificadas nessas sociedades e enquanto entidades que dominam empresas prestadoras de serviços de investimento.
127. Na vertente da supervisão de uma sociedade aberta, refere a CMVM que *“afere a legalidade da oferta pública de aquisição do Montepio sobre o Finibanco e a qualidade da informação constante do prospecto e anúncio de lançamento, não se pronunciando sobre os impactos, a oportunidade e o mérito da oferta”*, acrescentando que, estando a oferta dependente de um conjunto de autorizações administrativas, o procedimento se encontra suspenso, *“não sendo*

*possível antecipar qual virá a ser o conteúdo dos actos da CMVM de registo e aprovação do prospecto e anúncio de lançamento, pois em grande medida o conteúdo desses actos depende da concessão daquelas autorizações administrativas”.*

128. No que concerne à actividade de gestão de activos colectiva, a CMVM, atentas as posições da Notificante e da Adquirida nos *rankings* de entidades prestadoras de serviços de gestão de carteiras por conta de outrem e de entidades gestoras de fundos de investimento mobiliário, tendo em conta que apenas a Adquirida gere fundos de investimento imobiliário, e ainda o facto de não serem conhecidas relações directas ou indirectas entre as partes e outros concorrentes ou quaisquer outros motivos que justifiquem uma oposição, conclui que *“a junção empresarial das respectivas sociedades gestoras não produz uma alteração imediata na hierarquia da entidade conjunta face aos concorrentes”.*

## 7. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

129. Nos termos do n.º 2 do artigo 38.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, foi dispensada a audiência prévia dos autores da notificação, dada a ausência de contra-interessados e o sentido da decisão, que é de não oposição.

## 8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

130. 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 nos mercados relevantes identificados no sector da banca, no que diz respeito à prestação de produtos/serviços bancários para particulares e pequenos negócios, à prestação de produtos/serviços bancários para PME, aos fundos mobiliários e imobiliários e aos cartões de pagamento e no sector dos seguros.

Lisboa, 22 de Outubro de 2010

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

---

Jaime Andrez

Vogal

---

João Espírito Santo Noronha

Vogal

## Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA .....	1
2. AS PARTES.....	1
2.1. Empresa Adquirente.....	1
2.2. Empresa Adquirida.....	3
3. NATUREZA DA OPERAÇÃO .....	5
4. MERCADOS RELEVANTES.....	6
4.1. Mercado do Produto Relevante .....	6
4.1.1. Posição da Notificante.....	6
4.1.2. Entendimento da Autoridade da Concorrência .....	6
4.2. Mercado Geográfico Relevante.....	13
4.2.1. Posição da Notificante.....	13
4.2.2. Entendimento da Autoridade da Concorrência .....	13
4.3. Conclusão .....	14
5. AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL .....	14
5.1. Mercados relevantes da banca.....	14
5.2. Mercados relevantes dos Seguros .....	22
5.3. Conclusão .....	24
6. PARECERES DAS ENTIDADES REGULADORAS .....	24
7. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS .....	26
8. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO.....	26

## Índice de Tabelas

Tabela 1 – Volumes de negócios da Notificante para os anos de 2007, 2008 e 2009.....	3
Tabela 2 – Volumes de negócios da Adquirida para os anos de 2007, 2008 e 2009 .....	4
Tabela 3 – Quotas de mercado no segmento de Particulares e Pequenos Negócios, com base nos Saldos Médio Anuais, em 2009 .....	16
Tabela 4 – Quotas de mercado no segmento dos Particulares e Pequenos Negócios, com base no nº de clientes, em 2009.....	18
Tabela 5 – Quotas de mercado no segmento das PME, com base nos Saldos Médio Anuais, em 2009..	19
Tabela 6 – Quotas de mercado no segmento das PME, com base no nº de clientes, em 2009 .....	19
Tabela 7 – Quotas de mercado para os Fundos Mobiliários e Fundos Imobiliários, em 2009.....	20
Tabela 8 – Quotas de mercado no segmento dos cartões de pagamento, em 2009 .....	21
Tabela 9 – Quotas de mercado no segmento seguros do ramo Vida, em 2009 .....	22
Tabela 10 – Quotas de mercado da prestação de serviços de mediação de seguros.....	23