



Ccent. 40/2011
Top Partner/Activos BCD Travel Portugal

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]

09/12/2011

DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

Processo Ccent. 40/2011 – Top Partner/Activos BCD Travel Portugal

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 4 de Novembro de 2011, 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 Top Partner – Viagens & Soluções Empresariais, S.A. (“Top Partner”), do controlo exclusivo de ativos da BCD Travel Portugal – Agência de Viagens, Lda. (“Ativos BCD Travel Portugal”).
2. As atividades das partes envolvidas na operação de concentração são as seguintes:
 - **Top Partner:** sociedade do Grupo Espírito Santo Viagens, detida pela Espírito Santo Viagens, S.G.P.S., S.A. (“ESV”), ativa na prestação de serviços de agências de viagens em regime de *incoming*¹ e *outgoing*² e na prestação de serviços de operador turístico. De acordo com a Notificante, o volume de negócios da ESV, realizado em Portugal, no ano de 2010, foi de [>300] milhões de Euros³.
 - **Activos BCD Travel Portugal:** ativos afectos à atividade de prestação de serviços de agências de viagens, a qual se traduz numa série de prestações relativas à organização e realização de viagens, nomeadamente de lazer e de negócios, incluindo a respectiva comercialização. O volume de negócios realizado pelos ativos alvo em Portugal, no ano de 2010, foi de [>2] milhões de euros.
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 b), do n.º 3, do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, por preencher a condição enunciada na alínea b), do n.º 1, do artigo 9.º, do mesmo diploma.

2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

2.1. Mercado do Produto e Geográfico Relevante

4. Em linha com a prática decisória nacional⁴ e comunitária⁵, a Notificante considera como mercado do produto e geográfico relevante, para efeitos da presente operação

¹ Serviços normalmente prestados a agências de viagens estabelecidas fora do território nacional e relacionadas com pacotes turísticos ou viagens de grupos com origem no estrangeiro, nomeadamente *transfers*, deslocações e prestações de serviços de guia turístico e intérpretes.

² Atividades que incluem reserva e *ticketing* de passagens aéreas ou de outros meios de transporte, venda de pacotes turísticos, reserva de alojamentos, reserva de aluguer de automóveis prestados a pessoas residentes ou domiciliadas no território nacional.

³ O volume de negócios indicado foi calculado de acordo com as regras do Sistema de Normalização Contabilística, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 158/2009, de 13 de Julho.

⁴ Processos Ccent. 26/2011 – Top Atlântico/Ativos Intervisa, Ccent. 15/2008 – Top Atlântico/Ativos Policarpo e Ativos Portimar, Ccent. 3/2008 – Geotur/Puravida, Ccent. 23/2005 – Mundo VIP/Elovia/Soliférias, Ccent. 9/2005 – Espírito Santo Turismo (Europe)/ESV e Ccent. 41/2004 – ESV/Sonae Turismo/Iberia Tours.

de concentração, o mercado nacional da prestação de serviços de agências de viagem.

5. Com efeito, considera a Notificante permanecer válida a distinção tradicional no sector da prestação de serviços de viagens e turismo entre, por um lado, a comercialização de viagens através de agências de viagens, que lidam diretamente com o cliente (retalho) e que operam como intermediários entre o consumidor e o prestador de serviços, e, por outro lado, os operadores turísticos que atuam como grossistas no desenho e fornecimento de pacotes turísticos, encontrando-se estes, por conseguinte, a montante da atividade de prestação de serviços de agências de viagem.
6. Não obstante esta posição, a Notificante reconhece que inúmeros operadores turísticos oferecem diretamente os serviços aos consumidores finais, evitando a intermediação de agências de viagens, bem como, o fenómeno paralelo de pacotes de viagens estabelecidos, de forma independente, pelos próprios consumidores finais, mediante negociação direta com os prestadores de serviços, facilitada pelo crescimento de utilização da *internet*.
7. Na esteira da prática decisória existente⁶, a AdC considera que se mantêm válidos os pressupostos que a levaram a considerar, na sua prática decisória anterior, que os operadores turísticos e as agências de viagens integram mercados distintos, embora verticalmente relacionados, aceitando, por conseguinte, como mercado relevante do produto, para efeitos de análise da presente operação de concentração, *o mercado da prestação de serviços de agências de viagem*.
8. No que respeita à dimensão geográfica, a Notificante considera, igualmente, permanecer válido o argumento de que os serviços turísticos são sempre adaptados ao país onde são comercializados, tendo em conta as especificidades e preferências locais e, sobretudo, os condicionalismos no que respeita ao ponto de partida (aeroporto, horário, influência das distâncias sobre os preços e legislação sobre a defesa do consumidor).
9. A AdC, em linha com as decisões anteriores *supra* identificadas⁷, aceita, para efeitos de análise, a definição geográfica proposta pela Notificante, considerando que a mesma tem uma abrangência correspondente ao território nacional.
10. A Notificante identifica ainda como mercado relacionado, para efeitos da presente operação de concentração, o mercado nacional da prestação de serviços de operador turístico, no qual a empresa adquirente se encontra presente. Esta posição da Notificante é aceite pela AdC, tendo em conta a prática decisória já identificada⁸.

Conclusão

11. Face ao acima exposto e tendo em conta a atividade desenvolvida pelos Ativos a Adquirir considera-se, como mercado relevante para a análise dos efeitos da presente operação, *o mercado nacional da prestação de serviços de agência de viagens e, como mercado relacionado, o mercado nacional da prestação de serviços de operador turístico*.

⁵ Processos IV/M.1502 – Kuoni/First Choice, IV/M.1341 – Westdeutsche Landesbank/Carlson/Thomas Cook, IV/M.1524 – AirTours/First Choice.

⁶ *Idem* notas de rodapé n.ºs 4 e 5.

⁷ *Idem*.

⁸ *Idem*.

2.2. Avaliação jus-concorrencial

12. De acordo com os elementos disponibilizados pela Notificante, o mercado global das agências de viagens, em Portugal, representou, no ano de 2010, um volume de negócios da ordem dos 2200 milhões de euros.
13. Por sua vez, os volumes de negócios da adquirente e o volume de negócios gerado pelos Ativos objecto da transação foram, naquele ano, de [<300] milhões de euros e de [<40] milhões de euros, respectivamente, a que corresponderam quotas de mercado da ordem dos [10-20]% e [0-10]%.
14. As partes na operação disputam o mercado com empresas de grande dimensão, quer nacionais, caso da Geo Star⁹ e do Grupo Abreu¹⁰, quer estrangeiras, caso da Viagens, El Corte Ingles, TUI Portugal e a Halcon Viagens, todas com quotas de mercado inferiores a 5%.
15. Atendendo a que se trata de um mercado bastante atomizado¹¹, em que não existem barreiras legais significativas que limitem o acesso ao mesmo¹², e considerando que a quota conjunta das empresas participantes na concentração é inferior a [10-20], afigura-se que a concretização da presente operação não suscitará problemas jus-concorrenciais de natureza horizontal.
16. De facto, a operação terá apenas um impacto diminuto na estrutura de oferta do mercado, resultando num *Delta*¹³ igual a cerca de [<150] pontos, o que, de acordo com a prática decisória da AdC, bem como as Orientações da Comissão para apreciação de concentrações horizontais (§20), torna improvável que, da operação, resultem preocupações de natureza horizontal.
17. Em termos de análise de eventuais efeitos verticais, haverá que tomar em linha de conta o facto de a Notificante estar ativa no mercado da prestação de serviços de operador turístico, através da Mundo VIP, Soliférias e Mundo VIP Madeira, mercado relacionado este que se encontra a montante do mercado da prestação de serviços de agências de viagem.
18. De acordo com a informação da Notificante, a quota da adquirente no referido mercado relacionado, em 2010, terá sido de [10-20], sendo o Grupo Orizónia o principal operador neste mercado, com uma quota entre 20-30%, encontrando-se igualmente ativos neste mercado outros operadores, tais como a Nortravel e o Club 1840, ambos com quotas de mercado entre 10-15%, a Soltour, a Soltrópico, a Lusonova, com quotas de mercado inferiores a 5%.

⁹ A GeoStar é detida a 100% pela RASO - Viagens e Turismo, SA, empresa que integra a RASO, SGPS, uma holding participada a 50% pelos Grupos RAR e Sonae.

¹⁰ A Agência Abreu, fundada no Porto em 1840 pelo Sr. Bernardo de Abreu, ainda hoje pertence à mesma família e descendentes diretos, da quinta geração.

¹¹ Refira-se que o Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) no mercado pós-concentração é de cerca de 429,40 pontos (ainda que considerando as quotas estimadas pela Notificante no seu limite máximo e a quota de cada um dos concorrentes identificados como “outros” igual à do concorrente com menor quota no mercado). Recorde-se que o IHH é calculado somando os quadrados das quotas das empresas a operar no mercado relevante, assim traduzindo o grau de concentração nesse mercado (cfr. Comunicação 2004/C 31/03 publicada no JOCE, de 5.02.2004)).

¹² Refira-se que a atividade de agência de viagens depende de licença, constante de alvará, a conceder pelo Turismo de Portugal, I. P., a qual, só por si, não constitui uma barreira à entrada, tratando-se de uma mera autorização administrativa que obriga as empresas ao cumprimento de certos requisitos.

¹³ O Delta corresponde à diferença do IHH antes e após a operação de concentração.

19. Atendendo a que a quota da adquirente no mercado relacionado é inferior a 30%, não se verificando neste mercado um grau elevado de concentração¹⁴, conclui-se que a presente operação de concentração não suscitará preocupações jus-concorrenciais de natureza vertical¹⁵.
20. De todo o exposto, resulta que 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 efetiva, no mercado nacional da prestação de serviços de agências de viagens ou em mercados com este relacionados.

3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

21. Nos termos do n.º 2 do artigo 38.º da Lei da Concorrência, foi dispensada a audiência prévia dos autores da notificação, dada a ausência de contrainteresados e o sentido da decisão, que é de não oposição.

4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

22. 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 adoptar uma decisão de não oposição à presente operação, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei da Concorrência, uma vez que a mesma não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efetiva no *mercado nacional da prestação de serviços de agência de viagens*.

Lisboa, 9 de Dezembro de 2011

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

Manuel Sebastião
Presidente

Jaime Andrez
Vogal

João Espírito Santo Noronha
Vogal

¹⁴ O IHH é inferior a 2000 pontos, mesmo considerando as quotas estimadas pela Notificante no seu limite máximo.

¹⁵ Vide § 25 da Comunicação da Comissão Europeia sobre as Orientações para a apreciação das concentrações não horizontais nos termos do Regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas.

Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL.....	2
2.1. Mercado do Produto e Geográfico Relevante.....	2
2.2. Avaliação jus-concorrencial.....	4
3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	5
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO.....	5