



**Ccent. 22/2015
Sonae Investimentos / Raso**

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

[alínea b) do n.º 1 do artigo 50.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio]

17/06/2015

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA**

Processo Ccent. 22/2015 – Sonae Investimentos / Raso

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 19 de maio de 2015, foi notificada à Autoridade da Concorrência (doravante “AdC”), nos termos dos artigos 37.º e 44.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (doravante “Lei da Concorrência”), uma operação de concentração que consiste na aquisição pela Sonae Investimentos, SGPS, S.A. (“Sonae Investimentos” ou “Notificante”) do controlo exclusivo da sociedade Raso, SGPS, SA (“RASO” ou “Adquirida”), que já detinha em 50%, mediante a aquisição do capital social remanescente.

2. As atividades das empresas envolvidas são as seguintes:

- **Sonae Investimentos** – é uma sociedade de direito português detida pela Sonae SGPS, S.A. que, por sua vez, é controlada pela Efanor Investimentos SGPS, S.A. (“Efanor”), que agrega um conjunto de participações em empresas ativas no negócio da distribuição alimentar, através da Sonae MC – Modelo Continente SGPS, S.A. (“Sonae MC”) e do retalho não alimentar, através da Sonae Specialized Retail – SGPS, S.A. (“Sonae SR”). A Sonae MC detém a Modelo Continente Hipermercados, S.A. que explora um conjunto de lojas sob as insígnias Continente, Continente Modelo e Continente Bom Dia.

A Sonae SR dedica-se às atividades de comércio de artigos e equipamentos para desporto, sob a insígnia Sport Zone, de vestuário e calçado, através da insígnia MO e de eletrodomésticos, equipamentos, eletrónica e telecomunicações, sob as insígnias Worten, Worten Mobile e Worten Gamer.

Está igualmente presente na cadeia de cafetarias Bom Bocado, em atividades de parafarmácia, sob a insígnia Well’s, em lojas de conveniência e em postos de abastecimento de combustíveis, através da sociedade Sempre a Postos – Produtos Alimentares e Utilidades, Lda.

Através da RASO, que detém atualmente em conjunto com a RAR – Sociedade de Controle (Holding) S.A. (“RAR”), desenvolve as atividades de operador turístico e de agência de viagens.

Em 2014, o volume de negócios registado em Portugal pelo grupo que integra a Sonae Investimentos, calculado nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, ascendeu a € [**>100**] milhões¹.

- **RASO** – é uma sociedade gestora de participações sociais detida conjuntamente pela Sonae Investimentos e pela RAR, que se dedica, indiretamente, por intermédio da sua participada Raso – Viagens e Turismo, S.A., às atividades de operador turístico e de agência de viagens. Esta sociedade, que opera as insígnias Geostar, Grantur e Sporski, controla as sociedades Movimento Viagens, Lda., Viagens y Tur, SL, Equador & Mendes, Nova Equador e Raso II, Viagens e Turismo Unipessoal. O volume de negócios registado

¹ De acordo com a Notificante, o volume de negócios calculado nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência integra metade do volume de negócios realizado pela RASO, por via do controlo conjunto detido pela Notificante.

pela RASO em Portugal, calculado nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, em 2014, ascendeu a €[>5] milhões.

3. Pela presente operação de concentração a Sonae Investimentos, que já detém o controlo conjunto sobre a RASO, vai adquirir o respetivo controlo exclusivo.
4. A operação notificada configura uma concentração de empresas na aceção da alínea b) do n.º 1 do artigo 36.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 enunciada na alínea c) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.

2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

2.1. Mercados do Produto e Geográfico Relevantes

5. Tal como referido *supra*, a RASO está ativa, através da sua participada Raso – Viagens e Turismo, S.A. e das sociedades por si participadas, nas atividades de operador turístico e de agências de viagens.
6. A Notificante, na esteira da prática decisória da AdC, identifica como mercados relevantes, para efeitos da presente operação de concentração, o mercado da prestação de serviços de operador turístico e o mercado da prestação de serviços de agências de viagens.
7. A AdC, na sua prática decisória anterior², tem considerado que a prestação de serviços de operador turístico e a prestação de serviços de agências de viagens constituem mercados do produto relevante autónomos.
8. Com efeito, embora se trate de atividades verticalmente interligadas, as mesmas envolvem prestações de serviços diferenciados e apresentam estruturas de oferta e de procura distintas:
 - (i) os operadores turísticos produzem, essencialmente, os designados “pacotes turísticos” que envolvem transporte, alojamento e outros serviços no destino, oferecendo, ainda, seguros e outras prestações para posterior comercialização a retalho pelos seus clientes, as agências de viagens;
 - (ii) as agências de viagens, para além de comercializarem os “pacotes turísticos” de diversos operadores ao consumidor final, prestam ainda diferentes serviços tais como a reserva e emissão de bilhetes de avião, a reserva de hotéis e o fornecimento de soluções de viagem “à medida” dos clientes, entre outros.
9. Deste modo, e atendendo à prática decisória anterior da AdC e à delimitação de mercados proposta pela Notificante, consideram-se como mercados do produto relevantes, para efeitos da presente operação, o *mercado da prestação de serviços de operador turístico* e o *mercado da prestação de serviços de agências de viagens*.

² Cfr. entre outras, as Decisões da AdC relativas aos processos Ccent. 42/2003 – *ESPÍRITO SANTO VIAGENS, SGPS, S.A / NETVIAGENS – AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO* e outros, de 13 de novembro de 2003, Ccent. 41/2004 – *ESPÍRITO SANTO VIAGENS/SONAE TURISMO/IBÉRIA/MUNDO VIP*, de 1 de fevereiro de 2005, Ccent. 23/2005 – *Mundo Vip/Elovia/Soliférias*, de 3 de junho de 2005, Ccent. 21/2006 – *GRUPO PESTANA /INTERVISA*, de 19 de junho de 2006, Ccent. 3/2008 – *GEOTUR/PURAVIDA*, de 04 de fevereiro de 2008 e Ccent. 15/2008 – *Top Atlântico/Activos Policarpo e Activos Portimar*, 10 de abril de 2008.

10. No que se refere ao âmbito geográfico destes mercados, a AdC entende, em linha com o proposto pela Notificante, e de acordo com a prática decisória nacional *supra* mencionada, que o mesmo corresponde ao território nacional.
11. Neste sentido, os mercados relevantes para efeitos da presente operação de concentração são (i) o mercado nacional da prestação de serviços de operador turístico; e (ii) o mercado nacional da prestação de serviços de agências de viagens.

2.2. Mercados Relacionados

12. A Notificante identifica dois mercados em que a Sonae Capital está presente que considera constituírem mercados relacionados com os mercados relevantes identificados: (i) o mercado da prestação de serviços de alojamento em empreendimentos turísticos, que integra hotéis e outros empreendimentos turísticos como hotéis-apartamento, pousadas, apartamentos turísticos e (ii) o mercado da prestação de serviços de gestão e exploração de campos de golf.
13. A Sonae Capital exerce (através de sociedades participadas) a atividade de gestão de hotéis e de outros empreendimentos turísticos, mediante a exploração de duas unidades hoteleiras no Porto, (o Porto Palácio Hotel³ e o The Artist Porto Hotel & Bistro), o Aqualuz Lagos, no Algarve e o Aqualuz Troia, em Troia. Gere também um conjunto de unidades de alojamento do tipo apartamento turístico na península de Troia, propriedade de terceiros, mas relativamente às quais assegura a prestação de serviços de exploração turística⁴.
14. A Sonae Capital está igualmente presente na qualidade de entidade que explora um campo de golfe em Troia, **[CONFIDENCIAL – Segredo de Negócio]**.
15. Na sua prática decisória a Comissão tem considerado que o mercado do alojamento em empreendimentos turísticos pode ser segmentado em função do nível de preço praticado e do grau de conforto prestado, apontando nessa base para a possibilidade de segmentação entre mercados de gama baixa, média e alta. Neste âmbito, a Comissão tem analisado uma eventual segmentação em função do *rating* por estrelas⁵, *i.e.* um referencial do nível e/ou padrão de qualidade e preço do serviço que um cliente pode esperar. Outra classificação pode ser feita em função da propriedade, *i.e.* estabelecendo uma separação entre cadeias de hotéis que formam redes, por um lado, e hotéis independentes, por outro lado. Em qualquer dos casos analisados, a Comissão tem deixado em aberto a definição exata do mercado.
16. A Notificante analisa este mercado segmentando-o em função da gama média/alta (4 e 5 estrelas) atendendo aos às características dos diferentes empreendimentos turísticos que gere (unidades hoteleiras, por um lado, e apartamentos e aldeamentos turísticos, por outro).

³ Hotel de cinco estrelas, sendo os restantes de quatro estrelas.

⁴ Serviços que incluem **[CONFIDENCIAL – Segredo de Negócio]**.

⁵ Vide Processo COMP/M.2997 – Cccor/Ebertz/Dorint, de 23 de dezembro de 2002 “*The parties support the view taken by the Commission in the case Hilton/Accor/Forte/TravelServices, namely that if a segmentation within the general hotel market is to be made, it would be appropriate to identify submarkets which largely overlap as follow: 1 and 2 star hotels, 2 and 3 star hotels, 3 and 4 star hotels or 1,2 and a 3 star and 2,3 and 4 star hotels*”. Neste processo a Comissão analisou todas as quotas de mercado de acordo com as definições alternativas de mercado.

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial. 4

17. Em processos recentes a AdC tem deixado em aberto a definição exata do mercado da prestação de serviços de alojamento em empreendimentos turísticos⁶, por ter concluído que independentemente das definições que fossem adotadas, as conclusões da avaliação jus concorrencial não se alterariam⁷.
18. Relativamente ao mercado da prestação de serviços de gestão e exploração de campos de golf, na decisão relativa ao Processo Ccent. 14/2013 – Fundo Recuperação Turismo/CS, a AdC deixou em aberto a sua exata delimitação, por entender que, também neste caso, as conclusões da avaliação jusconcorrencial não se alterariam.
19. No que respeita à dimensão geográfica dos mercados, a Notificante, em linha com a prática decisória nacional⁸ e da Comissão⁹, considera que os mesmos dispõem de dimensão nacional, num primeiro nível, e dimensão regional¹⁰, num segundo nível.
20. No que se refere ao mercado da prestação de serviços de empreendimentos turísticos a prática decisória nacional segue uma delimitação a nível regional, segundo as regiões NUTS II¹¹. Por sua vez, a Notificante, no que refere à dimensão regional do mercado da exploração e gestão de campos de golfe propõe que a mesma, no caso em apreço, corresponda à Grande Lisboa que inclui a zona de Troia, local onde se situa o campo de golfe explorado pela Sonae Capital.
21. No caso em análise, entende a AdC não ser necessária uma definição mais estrita dos âmbitos geográficos dos mercados relacionados propostos pela Notificante, uma vez que as conclusões da análise jusconcorrencial são independentes do âmbito geográfico dos mercados relacionados.

⁶ Processos Ccent.14/2013-Fundo Recuperação Turismo/Grupo CS e Ccent. 20/2013-ECS/Grande Bunganvília.

⁷ No processo Ccent. 20/2013 - ECS/Grande Bunganvília foram analisados vários cenários jusconcorrenciais expetáveis em resultado da operação de concentração. A AdC procedeu a uma segmentação mais fina do mercado em que considerou a sobreposição horizontal das Partes na prestação de serviços de alojamento nas seguintes possíveis delimitações do mercado: (i) os hotéis de 5 estrelas, (ii) a oferta integrada de hotéis de 5 estrelas e de outros empreendimentos turísticos de 5 estrelas. Seguidamente, analisou o impacto da sobreposição entre (a) os hotéis de 4 e de 5 estrelas, e (b) a oferta integrada de hotéis de 4 e de 5 estrelas e de outros empreendimentos turísticos de 4 e de 5 estrelas.

⁸ No processo Ccent. 29/2003 – Grupo Pestana/Enatur, a AdC considerou, num primeiro nível, que o mercado dos serviços de alojamento em estabelecimentos hoteleiros de 4 e 5 estrelas tinha dimensão nacional e, num segundo nível, que o mesmo correspondia às seguintes regiões de Portugal Continental: Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo e Algarve.

⁹ Em decisões anteriores a Comissão, não obstante ter deixado em aberto a definição de mercado geográfico dos serviços de alojamento em estabelecimentos hoteleiros de 4 e 5 estrelas, entendeu que este, por um lado, pode ser de âmbito nacional, uma vez que a estrutura da oferta de hotelaria pode variar tendo em conta as tendências económicas nacionais; e, por outro lado, pode ser de âmbito local/regional, uma vez que é entre os hotéis situados numa determinada área geográfica que o consumidor efetua as suas escolhas.

¹⁰ A procura de campos de golfe é influenciada pela sua localização (proximidade de centros urbanos, acessos a aeroportos, outras atividades de lazer), clima e pelas características dos campos. Existem atualmente em Portugal 81 campos de golfe, dos quais 74 no Continente.

¹¹ Unidades territoriais para fins estatísticos que compreendem as regiões Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo e Algarve, Madeira e Açores.

22. Face ao exposto, considera a AdC não ser necessária, para efeitos da presente operação de concentração, uma definição exata dos mercados afetados, aceitando analisar estes mercados relacionados conforme proposto pela Notificante.

2.3. Avaliação jusconcorrencial

2.3.1. Mercado da prestação de serviços de operador turístico

23. De acordo com os dados da Notificante¹² a dimensão do mercado da prestação de serviços de operador turístico a nível nacional ascendeu, em 2014, a €[CONFIDENCIAL – Segredo de Negócio] milhões, cabendo à Notificante uma quota de mercado de [0-5]%.
24. Este mercado apresenta uma estrutura da oferta pouco concentrada¹³, estando cerca de [50-60]% da oferta dispersa por um número alargado de operadores.
25. Os principais concorrentes da RASO, que neste mercado opera sob as insígnias Grantur e Sporski, são a Soltur, que detém uma quota de mercado de [20-30]%, a Solférias, com [10-20]% e a Nortravel com [5-10]%.
26. Tal como referido em §2 *supra*, a presente operação de concentração traduz-se na aquisição pela Sonae Investimentos, que já detém com a RAR o controlo conjunto da RASO, do respetivo controlo exclusivo. Neste enquadramento, tratando-se de uma alteração de controlo conjunto para exclusivo por uma das empresas-mãe, não são expetáveis alterações na estrutura deste mercado.
27. Importará também referir que, para além da RASO, a RAR (vendedor) não detém qualquer empresa ativa neste sector.
28. Do agora exposto decorre que a alteração da natureza do controlo exercido sobre a RASO não implicará uma alteração relevante, em termos concorrenciais, dos incentivos económicos que determinam a gestão da RASO, pelo que não se antecipam preocupações jus concorrenciais decorrentes da operação de concentração.
29. Em face de todo o exposto conclui-se que, no território nacional, a projetada operação de concentração não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado ora analisado.

2.3.2. Mercado da prestação de serviços de agências de viagem

30. A Notificante estima que a dimensão do mercado da prestação de serviços de agências de viagem, em 2014, tenha ascendido a €[CONFIDENCIAL – Segredo de Negócio]

¹² Estimativas da Notificante efetuadas a partir da informação pública divulgada pela DBK relativa ao Estudo de Mercado Tour Operadores e Agências de Viagens, dados internos elaborados a partir de informação pública divulgada pela IATA quanto a vendas de passagens aéreas em Portugal, utilizados como *proxy* para evolução da atividade dos principais operadores e informação pública relativa à evolução do consumo privado em Portugal de acordo com a última estimativa do Banco de Portugal.

¹³ O grau de concentração medido pela IHH é inferior a 1000 pontos.

milhões¹⁴, detendo a RASO, que neste mercado opera a insígnia Geotur uma quota de mercado de [10-20]%.

31. Para além da Adquirida atuam neste mercado a Abreu com uma quota de [20-30]%, a ES Viagens com [10-20]%, a Edreams com [0-5]%, estando o remanescente da estrutura da oferta disperso.
32. Em face do exposto e tendo em conta o já referido nos §§26 e 27 *supra*, conclui-se que no território nacional a projetada operação de concentração não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva nos mercados relevantes analisados.

2.3.3. Mercado da Prestação de Serviços de Alojamento em Empreendimentos Turísticos

33. A Notificante estima que a Sonae Capital detenha, a nível nacional, uma quota no mercado da prestação de serviços em empreendimentos turísticos, medida em termos de capacidade, de cerca de [0-5]%¹⁵, sendo, numa análise desagregada por regiões, tal como analisado em §19, de [0-5]% na Região Norte, de [5-10]%, na Região do Alentejo e de [0-5]% na Região do Algarve.
34. No caso de se proceder à análise deste mercado em função da gama (média e alta), tal como referenciado em §16 *supra*, que corresponderá ao segmento de unidades hoteleiras de quatro e de cinco estrelas, as quotas de mercado apresentam-se distribuídas a nível nacional e por região da seguinte forma: [0-5]% a nível nacional, de [0-5]% na Região Norte, [10-20]% na Região do Alentejo e de [0-5]% na Região do Algarve. Aplicando o mesmo critério ao segmento de apartamentos e aldeamentos turísticos¹⁶, a quota da Sonae Capital é de [0-5]% a nível nacional e de [20-30]% na Região do Alentejo.
35. Ora, constituindo o mercado da prestação de serviços de alojamento em empreendimentos turísticos um mercado verticalmente relacionado com o mercado relevante da prestação de serviços de operador turístico e detendo a Sonae Capital em todos os cenários de segmentação analisados quotas de mercado inferiores a 30%¹⁷, conclui-se que não são exetáveis, em resultado desta operação de concentração, problemas jus concorrenciais de natureza vertical, que se traduzam, nomeadamente, na capacidade para encerrar o mercado a concorrentes e a consumidores.

¹⁴ A Notificante refere que o valor estimado reflete o valor total dos produtos/serviços intermediados pelas agências de viagens junto dos seus clientes e pagos por estes últimos e não o valor das comissões recebidas pelas agências de viagens.

¹⁵ A capacidade instalada das unidades de alojamento (unidades hoteleiras e o conjunto de apartamentos turísticos) é de [CONFIDENCIAL – Segredo de Negócio]. Segundo o Turismo de Portugal a capacidade existente a nível nacional é de 137 040 unidades de alojamento.

¹⁶ Os dados estatísticos para o alojamento em apartamentos e aldeamentos turísticos não estão desagregados por classificação (4 e 5 estrelas conforme o que se verifica para o oferta hoteleira), pelo que a Notificante assumiu que cerca de metade desta oferta apresenta esta classificação.

¹⁷ As concentrações não horizontais podem constituir uma ameaça para a concorrência efetiva se a entidade resultante da concentração detiver um poder de mercado significativo em, pelo menos, um dos mercados, sendo que as referidas Orientações da Comissão consideram pouco provável que estas operações suscitem preocupações em termos de concorrência se a quota de mercado da nova entidade após a concentração em cada mercado a montante e a jusante for inferior a 30%.

2.3.4. Mercado da gestão e exploração de campos de golfe

36. Tal como referido em §14 *supra* o mercado da gestão e exploração de campos de golfe é um mercado verticalmente relacionado com o mercado da prestação de serviços de operador turístico.
37. A Sonae Capital dedica-se à exploração de um campo de golfe de 18 buracos em Troia. De acordo com dados da Notificante¹⁸ existem em Portugal 81 campos de golfe¹⁹ cabendo à Sonae Capital uma quota de **[0-5]**%, a nível nacional e de **[0-5]**%, na região de Lisboa²⁰.
38. Neste enquadramento e atentas as reduzidas quotas de mercado, quer no mercado de exploração de campos de golf, quer a jusante no mercado de operador turístico, considera-se que, em resultado da presente operação de concentração, não são expetáveis problemas jusconcorrenciais de natureza vertical que se traduzam, nomeadamente, na capacidade para encerrar o mercado a concorrentes e a consumidores.

3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

39. Nos termos do n.º 3 do artigo 54.º da Lei da Concorrência, foi dispensada a audição prévia dos autores da notificação, dada a ausência de interessados e o sentido da decisão, que é de não oposição.

¹⁸ Foi consultado o *site* www.portugalgolf.pt.

¹⁹ A Região do Algarve possui 36 campos e a de Lisboa 26.

²⁰ A região de Troia, onde se situa o campo de golfe da Sonae Capital, está incluída de acordo com o *site* Portugal golf na região da Grande Lisboa *i.e.* que abrange a região do Oeste, Lisboa e Vale do Tejo e uma pequena parte da região de Setúbal onde se situa o campo de golfe de Troia.

Nota: indicam-se entre parêntesis retos [...] as informações cujo conteúdo exato haja sido considerado como confidencial. 8

4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

Face ao exposto, o Conselho da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea d) do n.º 1 do artigo 19.º dos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 125/2014, de 18 de agosto, delibera adotar uma decisão de não oposição, à presente operação de concentração, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 50.º da Lei da Concorrência, uma vez que a mesma não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no (i) *mercado nacional da prestação de serviços de operador turístico*; e no (ii) *mercado nacional da prestação de serviços de agências de viagens e nos mercados relacionados da gestão e exploração de campos de golf e da prestação de serviços de alojamento em empreendimentos turísticos*.

Lisboa, 17 de junho de 2015

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

X

António Ferreira Gomes
Presidente

X

Nuno Rocha de Carvalho
Vogal

X

Maria João Melícias
Vogal

Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL.....	3
2.1. Mercados do Produto e Geográfico Relevantes.....	3
2.2. Mercados Relacionados.....	4
2.3. Avaliação jusconcorrencial.....	6
2.3.1. <i>Mercado da prestação de serviços de operador turístico</i>	6
2.3.2. <i>Mercado da prestação de serviços de agências de viagem</i>	6
3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	8
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO.....	9