



**Ccent. 17/2017
Smartbox / Odisseias**

**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]

01/06/2017

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

Processo Ccent. 17/2017 – Smartbox / Odisseias

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 5 de maio de 2017, foi notificada à Autoridade da Concorrência (“AdC”), nos termos dos artigos 37.º e 44.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (“Lei da Concorrência”), uma operação de concentração que consiste na aquisição pela Smartbox Group Ltd (“Smartbox” ou “Notificante”) do controlo exclusivo da Odisseias Puras – Viagens e Animação Turística, S.A.. (doravante “Odisseias”), através da aquisição da totalidade do respetivo capital social.
2. As atividades das partes envolvidas na operação de concentração são as seguintes:
 - **Smartbox:** empresa controlada indiretamente pela Smart & Co. SAS, que se encontra ativa em alguns países europeus na venda de experiências de lazer sob as marcas Smartbox, Bongo, Buyagift, La Vida Es Bella, Cadeabox, Dakotabox e Emozione³. A Smartbox não se encontra ativa em Portugal¹.
 - **Odisseias:** empresa portuguesa ativa na venda de experiências de lazer em Portugal, sob formatos de voucher de experiência, voucher de experiência caixa presente e cartões de oferta. O volume de negócios realizado em Portugal, em 2015, calculado nos termos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, ascendeu a **€[>5milhões]**.
3. 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 a) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.

2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

2.1. Mercados do Produto e Geográfico Relevantes

4. De acordo com a Notificante, a Adquirida encontra-se ativa na venda de experiências de lazer, tais como estadias em hotéis, *wellness/spa*, gourmet e aventura. A venda destas experiências realiza-se sob três formatos, a saber: *i)* vouchers de experiência, *ii)* vouchers de experiência em caixa presente, e *iii)* cartão presente.
5. A Notificante considera que as características e utilizações dos três formatos *supra* expostos são semelhantes, e substituíveis entre si, uma vez que *i)* conferem ao seu detentor a possibilidade de escolha e usufruto de uma experiência de lazer, *ii)* podem ser adquiridos para uso pessoal ou para oferta, *iii)* são comercializados pelos mesmos

¹ Em resultado da aquisição pela Smartbox em Espanha da Vida Es Bella, a Smartbox detém uma entidade em Portugal que não desenvolve qualquer atividade há mais de três anos e que se encontra em processo de liquidação.

canais de venda, *i.e.* *online* e através de lojas de retalho² e *iv*) tanto os vouchers de experiência como os vouchers de experiência em caixa presente estão disponíveis em faixas de preços semelhantes.

6. Assim, atendendo à substituibilidade entre os formatos, a Notificante considera desnecessária uma segmentação do mercado por tipo de formato e, como tal, propõe como mercado relevante, para efeitos de análise da presente operação de concentração, o mercado de experiências de lazer, independentemente do formato em que são comercializadas.
7. Não obstante, a Notificante apresenta também a estrutura de mercado segmentada em *i*) vouchers de experiência e *ii*) vouchers de experiência em caixa presente.³
8. Contudo, atendendo ao facto de a avaliação jusconcorrencial não ser distinta, a AdC considera que a delimitação do mercado do produto pode ser deixada em aberto.
9. Relativamente ao mercado geográfico, note-se que apenas a Adquirida desenvolve a sua atividade em território nacional. Como tal, a Notificante considera que a definição de mercado geográfico pode ser deixada em aberto, uma vez que não existe qualquer sobreposição de atividade das Partes em território nacional.
10. A AdC considera que o âmbito geográfico do mercado poderá corresponder ao território nacional, uma vez que as plataformas *online* das Partes estão otimizadas para o uso de clientes do território onde estão inseridas⁴ e os respetivas experiências são esmagadoramente consumidas no país onde são comercializadas ao cliente final.
11. Todavia, verifica-se que independentemente da delimitação geográfica adotada, as conclusões da avaliação jusconcorrencial não serão distintas, pelo que a AdC considera, para efeitos do presente procedimento, que a exata delimitação do mercado geográfico também poderá ser deixada em aberto. Em todo o caso analisará os efeitos da operação no território nacional.

2.2. Avaliação jusconcorrencial

12. De acordo com as informações prestadas pela Notificante, nem a Smartbox, nem nenhuma das empresas integradas no grupo a que esta pertence se encontram ativas no mercado relevante identificado ou em quaisquer mercados que possam ser considerados relacionados com as atividades da Odisseias.
13. Com base nos dados fornecidos pela Notificante, verifica-se que, caso se adote uma delimitação de mercado do produto mais lata, *i.e.* o *mercado nacional de experiências de lazer*, a quota de mercado da Adquirida no território nacional em 2016, correspondeu a **[60-70]**%.

² Note-se que, relativamente aos vouchers de experiência, face à elevada diversidade de experiências oferecidas (mais de 5000), não é física nem logisticamente possível apresentar toda a oferta em lojas de retalho.

³ A Notificante não considera o segmento do cartão presente, uma vez que este apenas confere ao utilizador um crédito para trocar o mesmo por um voucher de experiência ou por um voucher de experiência em caixa presente e, como tal, não constitui um produto suscetível de ser autonomizado.

⁴ A plataforma *online* da Odisseias encontra-se totalmente em português e sem opção de tradução integral. O mesmo acontece para as subsidiárias da Smartbox tendo em conta o respetivo local onde estão inseridas.

14. Considerando o mercado segmentado por formato, ou seja, *i) o mercado de vouchers de experiência e ii) o mercado de vouchers de experiência em caixa em presente*, as quotas de mercado da Adquirida, no território nacional, em 2016, foram de **[60-70]%** e **[70-80]%**, respetivamente.
15. Todavia, apenas a Adquirida desenvolve atividade em território nacional, pelo que a operação de concentração notificada traduz-se numa mera transferência de quotas, sem qualquer impacto nas respetivas estruturas da oferta.
16. Nestes termos, considera a AdC que a operação de concentração em causa não é suscetível de criar de entraves significativos à concorrência efetiva no território nacional nos potenciais mercados identificados.

2.3. Cláusulas restritivas e acessórias

17. No contrato de compra e venda de ações subjacente à presente operação de concentração está prevista uma cláusula de não concorrência e uma cláusula de não solicitação nos **[CONFIDENCIAL – Identificação Cláusula Contratual]**, respetivamente.
18. Nos termos da cláusula de não concorrência o vendedor obriga-se, por um período de **[CONFIDENCIAL – Prazo <3 anos]**, a **[CONFIDENCIAL –Teor Cláusula Contratual]**. Pelo mesmo período impõe uma cláusula de não solicitação⁵, que impede **[CONFIDENCIAL –Teor Cláusula Contratual]**.
19. Nos termos do n.º 5 do artigo 41.º da Lei da Concorrência, a decisão que autoriza uma operação de concentração abrange igualmente as restrições diretamente relacionadas com a realização da mesma e a ela necessárias.
20. Na medida em que as referidas cláusulas se restringem às atividades atualmente desenvolvidas pela Odisseias e a um período inferior a três anos, sendo necessárias e proporcionais ao objetivo de preservação do valor do negócio a adquirir pela Smartbox, considera-se que o seu âmbito material e temporal se encontra dentro dos limiares genericamente aceites pela prática decisória nacional e pela Comunicação da Comissão Europeia.⁶
21. Assim, a AdC considera, com as especificações que se seguem, estas cláusulas diretamente relacionadas e necessárias à operação no que diz respeito ao território nacional.
22. No caso da cláusula de não concorrência, considera-se apenas abrangida a obrigação de não aquisição de participações que confirmam ao vendedor uma influência determinante em empresas concorrentes da Odisseias. No caso da cláusula de não angariação, nos termos da prática decisória da AdC, considera-se abrangida pela presente operação apenas a não angariação de trabalhadores-chave da Odisseias.

⁵ A Comissão Europeia considera que a cláusula de não-solicitação tem um efeito comparável e são como tal analisadas de forma semelhantes às de não concorrência.

⁶ Neste sentido, *vide* Comunicação da Comissão relativa às restrições diretamente relacionadas e necessárias às operações de concentração acima referida, §§20 a 23.

3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

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

4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

24. Face ao exposto, o Conselho de Administração 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 mercado nacional ou numa parte substancial deste.

Lisboa, 1 de junho de 2017

O Conselho de Administração da Autoridade da Concorrência,

X

Margarida Matos Rosa
Presidente

X

Nuno Rocha de Carvalho
Vogal

X

Maria João Melícias
Vogal

Índice

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA.....	2
2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL.....	2
2.1. Mercados do Produto e Geográfico Relevantes.....	2
2.2. Avaliação jusconcorrencial	3
2.3. Cláusulas restritivas e acessórias.....	4
3. AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS.....	5
4. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	5

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Volume de negócios da XXX, para os anos de XXX **Erro! Marcador não definido.**

Tabela 2 – Volume de negócios da XXX, para os anos de XXX **Erro! Marcador não definido.**