

Decisão da Autoridade da Concorrência**Processo AC – I – CCENT/14/2004 – NOVIS TELECOM, S.A. / KPNQWEST PORTUGAL – TELECOMUNICAÇÕES, LDA****I. INTRODUÇÃO**

1. Em 3 de Maio de 2004, foi notificada à Autoridade da Concorrência, nos termos dos artigos 9.º e 31.º da Lei 18/2003 de 11 de Junho, um projecto de operação de concentração, mediante o qual a NOVIS TELECOM, S.A. (adiante “NOVIS” ou “Adquirente”) pretende adquirir uma participação de 100%, e o correspondente controlo exclusivo da KPNQWEST PORTUGAL – TELECOMUNICAÇÕES, LDA (adiante “KPNQWEST” ou “Adquirida”).
2. A análise preliminar da notificação evidenciou que não existia no Formulário apresentado uma indicação clara e inequívoca do volume de negócios realizado em Portugal, no EEE e a nível mundial, respectivamente, informação esta a prestar obrigatoriamente no preenchimento do Formulário de Notificação (conforme resulta do Regulamento n.º 1/E/2003, de 25 de Julho, Secção F), n.º 3, relativamente ao ponto 2.3.1.)
3. Foi assim requerido pela AdC, nos termos do artigo 32.º, n.º 2, da Lei n.º 18/2003, a rectificação da notificação por inexactidão, tendo sido recebida a resposta em 10 de Maio, data em que a notificação efectivamente produziu efeitos.
4. A operação configura uma concentração nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, em virtude de haver controlo na acepção da alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia por se encontrar preenchida a condição prevista na alínea e b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.
5. Atentas as empresas participantes na operação, melhor identificadas nos pontos 6 e seguintes, e os mercados definidos nos pontos 22 e seguintes, a Autoridade da Concorrência solicitou, em 17 de Maio, ao abrigo do artigo 6.º da Lei n.º 10/2003, de 18 de Janeiro, e do artigo 39.º, n.º 1 da Lei n.º 18/2003 de 11 de Junho (Lei da Concorrência), um pedido de parecer ao ICP-ANACOM.

II. AS PARTES

2.1. Sociedade Adquirente

6. A NOVIS TELECOM, S.A., com sede no Lugar do Espido, Via Norte, Maia, com um capital social de Euros: 120.000.000, é uma subsidiária da SONAECOM, S.G.P.S., S.A. (adiante SONAECOM), subholding do Grupo SONAE para a área das comunicações, que detém 56,7% do seu capital, sendo os restantes 43,3% detidos pela FRANCE TELECOM.
7. A SONAECOM actua em quatro áreas de negócio dentro das telecomunicações: telecomunicações (móveis e fixas), Internet, multimédia e sistemas de informação.
8. Na NOVIS estão concentrados os serviços de telefonia vocal fixa, disponibilizando ainda serviços de acesso à Internet e de acesso de dados, quer no segmento empresarial, quer no segmento residencial.
9. Os volumes de negócios realizados pelas empresas em 2003 foram os seguintes:

Tabela 1: volumes de negócios em 2003

Empresa	Volumes de negócios (Euros)		
	Portugal	EEE	Mundial
NOVIS	[< 150 milhões]	[> 150 milhões]	[> 150 milhões]
SONAECOM	[> 150 milhões]	[> 150 milhões]	[> 150 milhões]
GRUPO SONAE	[> 150 milhões]	[> 150 milhões]	[> 150 milhões]

Fonte: notificante

2.2. Sociedade a adquirir

10. A **KPNQWEST PORTUGAL – TELECOMUNICAÇÕES, LDA.**, com sede em Lisboa, na Rua Laura Alves, n.º 12-8.º, tem um capital social de Euros: 2.000.000, detido pelas empresas JAUA, SGPS, S.A., (51%) e pela NORIEMA, SGPS, S.A., (49%) que, por sua vez, são detidas, a primeira, pela Espírito Santo Capital – Sociedade de Capital de Risco, S.A., (100%) e, a segunda, por um conjunto de accionistas particulares.
11. A KPNQWEST tem como actividade principal a prestação de serviços de acesso à Internet, a nível grossista e a nível retalhista.

Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 2

12. Os volumes de negócios realizados pela KPNQWEST em 2003 foram os seguintes:

Tabela 2: volumes de negócios em 2003

Empresa	Volumes de negócios (Euros)		
	Portugal	EEE	Mundial
KPNQWEST	[>2 milhões]	[> 2 milhões]	[> 2 milhões]

Fonte: notificante

III. NATUREZA DA OPERAÇÃO

13. A operação consiste na aquisição, por parte da NOVIS, da totalidade do capital social e do correspondente controlo exclusivo da KPNQWEST.
14. Como referido no ponto 10, a KPNQWEST é detida pela JAUA, SGPS, S.A., (51%) e pela NORIEMA, SGPS, S.A., (49%) que, por sua vez, são detidas, a primeira, pela Espírito Santo Capital – Sociedade de Capital de Risco, S.A., (100%) e, a segunda, por um conjunto de accionistas particulares.
15. Deste modo, o contrato-promessa foi celebrado entre a SONAECOM, como compradora, e a Espírito Santo Capital, e o conjunto dos accionistas individuais, como vendedores, respectivamente.
16. A NOVIS foi designada pela SONAECOM como entidade que irá proceder à aquisição definitiva da totalidade das participações sociais a adquirir, assumindo assim a qualidade de notificante.
17. Trata-se de uma concentração de natureza horizontal, dado que tanto adquirente como adquirida estão presentes nos mesmos mercados.

IV. MERCADO RELEVANTE

4.1. Enquadramento legal

18. A Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro – que estabelece o regime jurídico aplicável às redes e serviços de comunicações electrónicas e aos recursos e serviços conexos, e define as

competências da autoridade reguladora nacional – transpôs para o ordenamento jurídico nacional várias directivas¹ relativas às comunicações electrónicas.

19. Na sequência destas directivas a Comissão produziu uma Recomendação² relativa aos mercados relevantes de produtos e serviços susceptíveis de regulamentação *ex ante*, bem como orientações relativas à análise do poder de mercado significativo no âmbito desse novo quadro regulamentar³.
20. Neste quadro regulamentar, o primeiro nível de desagregação dos mercados relevantes verifica-se entre os produtos e serviços fornecidos a utilizadores finais, mercados retalhistas e entre mercados grossistas, podendo depois fazer-se outras distinções em função das características da oferta e da procura, sendo identificados, no conjunto, dezoito mercados. Ao nível retalhista correspondem mercados distintos quando se trata de clientes residenciais e quando se trata de clientes não residenciais.
21. Esta segmentação, feita em conformidade com os princípios do direito da concorrência, teve como objectivo identificar os mercados passíveis de uma regulação *ex ante*, mercados potencialmente não concorrenciais dada a existência de empresas com um poder de mercado significativo, não prejudicando, conforme é referido na Recomendação “a eventual definição de mercados em casos específicos, nos termos da legislação de concorrência”⁴.

4.2. Mercado relevante do produto

22. Como já se aventou a título preliminar, existem no sector das comunicações electrónicas pelo menos dois grandes tipos de mercados relevantes a considerar: os mercados dos serviços ou produtos fornecidos aos utilizadores finais (mercados retalhistas) e os mercados dos elementos necessários para os operadores fornecerem serviços e produtos aos utilizadores finais (mercados grossistas). Dentro destes dois tipos de mercados, podem fazer-se outras distinções em função das características da procura e da oferta⁵.

¹ Directivas 2002/19/CE, 2002/20/CE, 2002/21/CE e 2002/22/CE do Parlamento e do Conselho, de 7 de Março e Directiva nº 2002/77/CE da Comissão, de 16 de Setembro.

² Recomendação da Comissão 2003/311/CE, de 11 de Fevereiro relativa aos mercados relevantes de produtos e serviços no sector das comunicações electrónicas susceptíveis de regulamentação *ex ante*.

³ Orientações da Comissão relativas à análise e avaliação de poder de mercado significativo no âmbito do quadro regulamentar comunitário para as redes e serviços de comunicações electrónicas 2002/C 165/03.

⁴ Cfr. Considerando (18) da Recomendação da Comissão (2003/311/CE) relativa aos mercados relevantes de produtos e serviços no sector das comunicações electrónicas susceptíveis de regulamentação *ex ante*. 2003/311/CE, de 11 de Fevereiro.

⁵ Cfr. Considerando (6) da Recomendação referida na nota anterior.

23. As empresas participantes têm actividade no mercado dos serviços de acesso à internet, abrangendo a respectiva oferta o acesso retalhista (quase exclusivamente no segmento empresarial, segundo a notificante) e o fornecimento de acesso grossista a outros operadores.
24. A KPNQWEST, empresa a adquirir, conforme refere a notificante, centra as suas actividades exclusivamente nos serviços de acesso à Internet.
25. Já a NOVIS está presente noutros segmentos de actividade do sector das telecomunicações, quais sejam, telefonia vocal fixa, cedência de capacidade de transmissão e aluguer de circuitos, serviços de tecnologias de informação e venda de equipamentos.
26. A notificante coloca a tónica no acesso à internet, actividade onde há uma clara sobreposição horizontal decorrente da operação, pelo que importa agora apresentar os traços gerais das diferentes modalidades de acesso à Internet, bem como dos diversos componentes e pontos de rede que são accionados, aquando do acesso de um cliente retalhista (residencial ou empresarial) à internet.
27. O acesso à internet pode fazer-se por três vias, que a própria Comissão tem identificado nas suas decisões⁶:
- i) Acesso por uma rede pública comutada de telecomunicações, ou **Dial-up**;
 - ii) Acesso de **banda larga**, nomeadamente por cabo ou ADSL;
 - iii) **Acesso dedicado**, por linha/circuito dedicado;
28. (i) O acesso Dial-up pressupõe uma rede pública de telecomunicações (que em Portugal acaba por ser a rede básica da PT), e faz-se através de um modem junto do utilizador, que comunica com a rede comutada, ao longo da qual é transportado o sinal do cliente até à interligação com a rede de acesso do ISP seleccionado.
29. Nesta modalidade, o acesso é feito, utilizando um *modem* localizado no computador pessoal do cliente, mediante uma chamada realizada através de uma rede comutada pública de telecomunicações, por intermédio da qual o sinal é transportado até um ponto de interligação com a rede do ISP⁷ escolhido, que recebe a chamada telefónica e concentra os dados provenientes dos diversos clientes desse ISP, e os encaminha, ao longo da rede de comutação de dados, através de

⁶ Cfr. Caso COMP/M.1838-BT/ESAT; Caso COMP/M.2222- UGC/LIBERTY MEDIA; Caso COMP/M.2648-/EBONE/GTS; Caso COMP/M.2803-TELIA/SONERA.

⁷ Internet Service Provider.

“routers” – equipamentos de rede, responsáveis pelo encaminhamento dos pacotes de informação da sua origem para o seu destino.

30. (ii) Na **banda larga**, a diferença mais significativa é que a ligação entre cliente e servidor de acesso do ISP é permanente. As modalidades de acesso de banda larga permitem uma transmissão muito mais rápida do sinal e a interligação do cliente ao seu ISP é feita de uma forma permanente, processando-se o transporte e interligação de forma idêntica à modalidade Dial-up.
31. (iii) No caso da **linha dedicada**, há uma ligação física permanente entre o utilizador da rede e o ISP. Já no que se refere a esta modalidade de acesso em linha/circuito dedicado, há uma ligação física permanente entre o cliente e o prestador do serviço de acesso, que pode ser em linha de cobre ou fibra óptica, podendo a ligação ser efectuada em banda larga ou em banda estreita.
32. Estes serviços podem ser prestados a dois níveis distintos: ao nível do retalho, a utilizadores finais, quer se trate de clientes residenciais, quer empresariais, e ao nível grossista, a outros ISP's.
33. Outras possíveis segmentações do mercado de acesso retalhista à Internet foram já sugeridas em função do equipamento que, em cada caso, sirva de plataforma de acesso – ou seja, consoante se trate de um computador, telemóvel GPS / GPRS ou TV Digital)⁸.
34. A notificante, na sua definição do mercado, integra as várias modalidades de acesso, considerando apenas, e à semelhança da Comissão, que ao nível do mercado retalhista, deve ser feita a distinção entre serviços prestados nos segmentos residencial ou empresarial, considerando este último como mercado relevante principal – porquanto a NOVIS não teria qualquer actividade no segmento residencial, sendo a actividade da KPNQWEST meramente residual face à sua facturação (cerca de [...] %). Sobre a definição do mercado feita pela AdC, vide infra pontos 39 e seguintes.
35. A outra distinção prende-se com a prestação de serviços de acesso à Internet ao nível da oferta grossista a outros ISP's, que, no caso da NOVIS, representou cerca de [...] % do seu volume de negócios em 2003, e [...] % no caso da KPNQWEST.
36. *Do exposto resulta ter a notificante considerado serem dois os mercados relevantes do produto:*
 - (i) O mercado dos serviços de acesso retalhista à Internet, no segmento empresarial, e
 - (ii) O mercado do fornecimento grossista de acesso/conectividade à Internet e serviços de transmissão de dados.

⁸ Cfr. Decisão da Comissão no processo COMP / JV.48 – VODAFONE / VIVENDI / CANAL PLUS, de 20.07.2000, parágrafos 32-34.

37. A notificante considera assim, ao nível retalhista, o segmento empresarial como mercado do produto relevante (principal), e a oferta destes serviços ao nível residencial aparece como um mercado relacionado, ao qual não é atribuída qualquer importância na exacta medida em que «a NOVIS não tem qualquer actividade assinalável e em que a actividade da KPNQWEST é puramente residual (a oferta do seu serviço “Personal” não representou mais de [...] % do seu volume de negócios em 2003 (...))» – cfr. ponto 3.3.1. da notificação.
38. Sucede, porém, que a SONAECOM está presente neste mercado através do operador CLIX (explorado pela subsidiária Clixgest – Internet e Conteúdos, S.A.) ao qual atribui uma quota de mercado de [10-20] % no final de 2003⁹ – segundo dados da Notificante/Marktest. Já para o *segmento empresarial* os dados da notificante – e segundo a fonte Marktest – o CLIX apresentaria uma quota de mercado de [10-20] %, no final de 2003.

4.3. Posição adoptada pela AdC

39. A análise efectuada pela AdC, leva-nos a concluir que a prestação de serviços de acesso à Internet, na óptica da procura e tendo em conta as necessidades dos diferentes tipos de clientes, pode, tal como na concepção da notificante, ser segmentada primeiramente ao nível do cliente, podendo este ser grossista ou retalhista, fazendo ainda sentido distinguir, neste último caso, entre clientes residenciais e empresariais.
40. Todavia, a definição do mercado do produto relevante proposta pela notificante não abarca todas as dimensões que deveria, maxime, o mercado dos serviços de acesso retalhista à Internet, no segmento residencial.
41. Com efeito, no entender da AdC não é de desprezienda importância a quota de mercado detida pelo CLIX, do mesmo modo que não pode deixar de considerar-se que quer o CLIX, quer a NOVIS, e agora a KPNQWEST, passarão a ser controladas pela mesma SONAECOM.
42. Destarte, se é verdade que a NOVIS, por si só, não terá uma presença significativa neste segmento, não devemos contudo ignorar a posição do CLIX, devendo assim este segmento do mercado ser considerado relevante para efeitos da presente apreciação¹⁰, e até porque a KPNQWEST também está presente neste mercado, ainda que de forma pouco assinalável.

⁹ A notificante informa que, desde 20 de Janeiro de 2004, o CLIX suspendeu a sua oferta retalhista de acesso à internet em banda larga (ADSL) para novos clientes, devido a alegada prática de esmagamento de margens seguida pelo grupo Portugal Telecom, e que implica, para o CLIX, uma margem de exploração negativa de – 8% neste serviço.

¹⁰ O que é aliás consonante com os artigos 10.º e 2.º da Lei da Concorrência.

43. Entende, portanto, a AdC que para efeitos de apreciação da presente operação de concentração os mercados relevantes são:

- (i) O mercado dos serviços de acesso retalhista à Internet, segmento empresarial;
- (ii) O mercado dos serviços de acesso retalhista à Internet, no segmento residencial;
- (iii) O mercado do fornecimento grossista de acesso/conectividade à Internet e serviços de transmissão de dados.

4.3. Mercado geográfico relevante

44. No entender da notificante, é determinante para a definição do conceito de mercado geográfico relevante as distâncias entre o utilizador final e o ponto de acesso à rede IP do prestador de serviços de acesso.
45. Neste sentido sustenta que, considerando a necessidade de acesso ao lacete local¹¹ para permitir a comunicação e interligação entre o utilizador final e o servidor de acesso do prestador de serviços de acesso à internet, bem como a disponibilização de acesso aos clientes mediante o pagamento de ligações telefónicas, os mercados de serviços de acesso à internet têm sido qualificados como tendo dimensão geográfica nacional¹².
46. Considera portanto, a notificante, no ponto 3.1.1. da notificação, que, no que respeita aos serviços de acesso à internet (segmento empresarial), bem como no tocante ao fornecimento grossista de acesso/conectividade a outros operadores, o mercado geográfico relevante é de dimensão nacional.
47. Os aspectos regulamentares relacionados com o acesso à prestação deste tipo de serviços, conferem a estes mercados um carácter essencialmente nacional.
48. Neste contexto, a AdC corrobora a definição proposta, que é aliás consonante com o que vem sendo defendido pela Comissão¹³.

¹¹ Circuito físico que liga o ponto terminal da rede nas instalações do assinante ao repartidor principal ou ao recurso equivalente na rede telefónica pública fixa – cfr. artigo 3.º, alínea m), da Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro (Lei das Comunicações Electrónicas).

¹² Cfr. Decisões da Comissão Europeia, nos processos COMP/ M.2222 – UGC / Liberty Media, de 24.04.2001, parágrafo 12, e processo COMP / M.2803 – TELIA / SONERA, de 10.07.2002.

¹³ Cfr. processo COMP/ M.2222 – UGC / Liberty Media, de 24.04.2001, parágrafo 12.

V. ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO CONCORRENCIAL

5.1. Estrutura da oferta no mercado dos serviços de acesso retalhista à Internet, segmento empresarial

Quotas de mercado

49. No que se refere ao mercado retalhista, a informação recolhida pela AdC, durante a instrução, maxime, a informação dada pela notificante, bem como os dados solicitados à ANACOM, são por vezes dissonantes, o que não obstou todavia a que da análise efectuada se retirassem as conclusões necessárias à apreciação da operação.
50. As divergências verificam-se, essencialmente, ao nível dos valores indicados, o que surge como reflexo de uma diferente definição e segmentação do mercado do produto relevante – que a ANACOM faz em função dos tipos de acesso, conforme se pode observar *infra* na Tabela 4, enquanto a AdC, como referido no ponto 43, faz a segmentação em função dos tipos de procura/clientes.
51. Neste contexto, e para o mercado retalhista de acesso à Internet, no segmento empresarial, a oferta apresentava, em 2003, a seguinte estrutura:

Tabela 3: Estrutura do mercado retalhista de acesso à Internet, no segmento empresarial, no ano de 2003

Empresa	Quota (%)
TELEPAC (grupo PT)	[20-30]
PT Comunicações (dial-up/ADSL)	[20-30]
NETSAPO (grupo PT)	[0-10]
VODAFONE/VIZZAVI	[5-10]
ONI/ONINET	[5-10]
CLIX	[10-20]
NOVIS	[0-5]
KPNQWEST	[0-5]
(Total Concentração)	[10-20]
Outros	[5-10]
TOTAL	100

Fonte: dados da markttest, segundo a notificante.

52. Da tabela infere-se que a quota conjunta da SONAECOM, depois da operação, será de [10-20]%.
 53. Apesar de não serem comparáveis, não podemos deixar de referir os dados da ANACOM, que segmentando o mercado de forma diferente, em função do tipo de acesso, atribuem [20-30]%, após a operação, no acesso dedicado (estritamente empresarial), e [5-10]% no ADSL (que abarca ambos os segmentos empresarial e residencial), conforme tabela abaixo:

Tabela 4: Quotas de mercado em 2003, segundo a ANACOM

Empresa	Retalhista/Acesso Dial-up (residencial)	Acesso dedicado (empresarial)	ADSL
Novis+Clix	[30-40] %	[5-10]%	[5-10]%
KPNQWEST	[0-5]%	[10-20]%	[0-5]%
Total	[30-40]%	[20-30]%	[5-10]%

Fonte: ANACOM

Nota: O acesso Dial-up compreende essencialmente o segmento residencial; já o acesso dedicado destina-se exclusivamente ao segmento empresarial; por último, o ADSL inclui clientes de ambos os segmentos.

54. A ANACOM não disponibiliza dados sobre os restantes operadores, designadamente nos segmentos acima referidos.
 55. No entanto, salienta que a avaliação preliminar efectuada para aferir do *poder de mercado significativo* dos operadores, aponta para uma hegemonia do Grupo PT, o que converge com a informação prestada pela notificante.

Índice de Concentração

56. Para além dos níveis de quotas de mercado, podemos e devemos atender outrossim ao nível de concentração global existente num mercado para melhor perspectivar a situação concorrencial. Esta informação pode ser dada pela utilização do IHH (Índice Herfindahl-Hirschmann), conforme proposto pela Comissão Europeia nas suas Orientações para a apreciação de concentrações horizontais (2004/C 31/03).
 57. Assim, no que respeita ao índice de concentração global, no mercado retalhista de acesso à Internet, no segmento empresarial, no ano de 2003, temos um IHH, antes da concentração, de

Nota: Indicam-se entre parênteses rectos [...] as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 10

[<2000] pontos, e de [<2000] pontos após a concentração, apresentando um *delta*¹⁴ de [<250] pontos.

58. Nos termos das Orientações da Comissão para a apreciação de concentrações horizontais (2004/C 31/03), é pouco provável que a Comissão identifique preocupações em termos de concorrência de tipo horizontal numa concentração com um IHH, após a concentração, situado entre 1000 e 2000 e com um *delta* inferior a 250 (parágrafo 20).

5.1.2. Estrutura da oferta no mercado dos serviços de acesso retalhista à internet, no segmento residencial

Quotas de mercado

Tabela 5: Estrutura do mercado retalhista de acesso à Internet, no segmento residencial, no ano de 2003

Empresa	Quota (%)
NETCABO	[20-30] %
SAPO	[10-20] %
NETVISÃO	[5-10] %
CLIX	[10-20] %
NOVIS	[0-5] %
KPNQWEST	[0-5] %
OUTROS	[30-40] %
TOTAL	100%

Fonte: notificante/Markttest

59. Resulta deste quadro que o peso da operação neste segmento de mercado não parece ser relevante, já que a quota de mercado após a operação se situaria nos [10-20] %.

¹⁴ Variação no IHH, conhecida por Delta, que constitui um valor aproximado da variação na concentração do mercado directamente resultante da operação de concentração – cfr. Orientações da Comissão Europeia para a apreciação de concentrações horizontais (2004/C 31/03), parágrafo 16, *in fine*.

60. Os dados da ANACOM (ver Tabela 4) são aqui substancialmente diferentes, na medida em que ao segmentar o mercado em função do tipo de acesso, apontam para uma quota de [30-40]%, após a operação, no acesso Dial-up à internet, (vacionado, quase exclusivamente para o segmento residencial). Se no cálculo da quota de mercado fossem incluídos os clientes residenciais do ADSL, esta sairia reduzida, na medida em que a base de clientes seria mais alargada.

Índice de concentração

61. Os dados da ANACOM não permitem, todavia, conhecer a dimensão da totalidade do mercado, pelo que se calculou o IHH, com base nos dados notificante/Marktest.
62. A escassez de informação leva a considerar que os “outros” operadores não identificados na notificação têm [30-40]% de quota de mercado, o que atribui a esta parcela demasiado peso no cálculo do IHH.
63. Assim, numa situação limite, em que no cálculo do IHH, se considera que os [30-40]% (outros) correspondem a uma única parcela, temos para o mercado retalhista de acesso à Internet, no segmento residencial, no ano de 2003, um valor antes da concentração, de [>2000] pontos, e de [>2000] pontos após a concentração, apresentando um *delta* de [<150] pontos.
64. Nos termos das Orientações da Comissão para a apreciação de concentrações horizontais (2004/C 31/03), é pouco provável que a Comissão identifique preocupações em termos de concorrência de tipo horizontal numa concentração com um IHH, após a concentração, superior a 2000 e com um *delta* inferior a 150 (parágrafo 20).

5.3. Estrutura da oferta no mercado dos serviços de acesso grossista à internet

65. No que se refere ao mercado grossista, não há informação disponível que permita quantificar com exactidão as quotas de mercado dos respectivos operadores, sendo certo que a análise da ANACOM e a informação da notificante, indiciam uma posição hegemónica do Grupo PT, donde decorre que os efeitos que da operação possam resultar não colocam problemas concorrenciais.

5.4. Mercados relacionados (segundo a ANACOM)

66. A ANACOM, no parecer emitido, comenta ainda outros mercados, que poderiam estar relacionados com aqueles outros acima referidos.

67. Da análise dos dados considerados relevantes pela ANACOM, designadamente no que se refere aos mercados de acesso a banda estreita à rede telefónica pública num local fixo (pontos 1 e 2 do Anexo da Recomendação), e aos mercados de serviços telefónicos publicamente disponíveis num local fixo, conclui-se que a quota do Grupo PT seria de aproximadamente [80-90]% para os serviços telefónicos nacionais, e de [70-80]% para serviços telefónicos internacionais (para clientes residenciais), atingindo valores de [80-90]% e [80-90]%, respectivamente, para clientes não residenciais.
68. A análise feita pela ANACOM destes mercados, permitiu concluir que «as empresas do Grupo PT que actuam nos referidos mercados detêm PMS (Poder de Mercado Significativo)¹⁵ nestes mercados», e que a quota do Grupo PT tem sido sempre superior a [90-100]%, em ambos os segmentos residencial e empresarial.
69. As razões que levaram à designação das empresas do Grupo PT como tendo PMS, irão manter-se, segundo a ANACOM, num horizonte de curto/médio prazo.
70. Este cenário repete-se, segundo a ANACOM, no que se refere aos mercados definidos a nível grossista, salientando no parecer que as quotas do Grupo PT se mantêm, em volume e em valor, próximas dos [90-100]% e [90-100]%, respectivamente.

5.3. Barreiras à Entrada

71. A posição decorrente da operação não sai reforçada pela existência de barreiras à entrada.
72. Podemos referir dois tipos de obstáculos à entrada, quais sejam, (i) obstáculos estruturais e (ii) obstáculos jurídicos ou regulamentares.
73. Os (i) obstáculos estruturais à entrada decorrem das condições iniciais de custos ou procura que criam condições assimétricas entre os operadores históricos e os novos intervenientes, dificultando ou impedindo a entrada destes no mercado.
74. Importa dizer que os custos de investimento inicial não devem ser considerados como uma barreira à entrada per se, sendo certo que – para além do poder de mercado significativo do Grupo PT – os demais operadores concorrem claramente entre si, tratando-se de um mercado pulverizado, onde existem várias empresas com quotas de mercado semelhantes.

¹⁵ Cfr. Lei das Comunicações Electrónicas, artigo 60.º.

75. Os (ii) *obstáculos jurídicos ou regulamentares* não decorrem de condições económicas, resultando antes de medidas nacionais legislativas, administrativas ou outras que têm efeito directo nas condições de entrada e/ou no posicionamento dos operadores no mercado relevante.
76. Podem dar-se como exemplos os obstáculos jurídicos ou regulamentares que impedem a entrada num mercado quando existe um limite para o número de empresas que têm acesso ao espectro para a oferta de serviços conexos. Outros exemplos de obstáculos jurídicos ou regulamentares são os controlos de preços ou outras medidas ligadas aos preços impostas às empresas e que afectam não só a entrada mas também o posicionamento das empresas no mercado.
77. Entre nós apenas há a apontar a necessidade de observar o regime de autorização legal, previsto na nova Lei de Comunicações Electrónicas, a conceder pelo ICP-ANACOM.
78. *Os obstáculos à entrada apontados podem também tornar-se menos relevantes no que respeita aos mercados dinamizados pela inovação e caracterizados por constantes progressos tecnológicos – cfr. considerando (13) da Comunicação relativa aos mercados relevantes no sector das comunicações electrónicas.*
79. Do exposto resulta que a operação não só não enfrenta barreiras à entrada significativas, como surge num contexto onde a presença de um líder destacado assume particular relevo, cenário que não sofrerá – no entender da ANACOM – alterações relevantes no curto/médio prazo.

5.4. Conclusão

80. De todo o exposto, a AdC conclui que da operação não resulta a criação ou reforço de uma posição dominante de que resultem entraves significativos à concorrência efectiva nos seguintes mercados nacionais:
- (i) O mercado dos serviços de acesso retalhista à Internet, segmento empresarial;
 - (ii) O mercado dos serviços de acesso retalhista à Internet, no segmento residencial;
 - (iii) O mercado do fornecimento grossista de acesso/conectividade à Internet e serviços de transmissão de dados.
81. Esta posição é corroborada pelo parecer solicitado à ANACOM, conforme se verá seguidamente.

VI. PARECER DA AUTORIDADE REGULADORA NACIONAL – ICP-ANACOM

82. Atentas as empresas participantes na operação, melhor identificadas nos pontos 6 e seguintes, e os mercados definidos nos pontos 43 e seguintes, a Autoridade da Concorrência solicitou, em 17 de Maio, ao abrigo do artigo 6.º da Lei n.º 10/2003, de 18 de Janeiro, e do artigo 39.º, n.º1 da Lei n.º 18/2003 de 11 de Junho (Lei da Concorrência), um pedido de parecer ao ICP-ANACOM.
83. Esta entidade reguladora veio a pronunciar-se em 31 de Maio, dentro do prazo fixado pela AdC.
84. Esta entidade concluiu por uma posição hegemónica do Grupo PT, pelo que, nos mercados retalhistas de serviços e acesso (tanto para clientes residenciais como não residenciais), e no mercado grossista de originação de chamadas, «(...) a operação de concentração em vista não conduzirá a resultados adversos a nível da promoção das condições de sã concorrência e defesa dos interesses dos utilizadores no sector das comunicações electrónicas».
85. Conclui a ANACOM «que não existe qualquer impedimento à realização da operação de concentração notificada».

VII. AUDIÊNCIA ESCRITA

86. Nos termos do n.º 2 do artigo 38.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, a AdC decidiu dispensar a audiência prévia dos autores da notificação, atenta a ausência de contra-interessados, e o sentido da decisão, que é de não oposição.

VIII. CONCLUSÃO

87. Face ao exposto, o Conselho da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea b) do artigo 17.º dos respectivos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003, de 18 de Janeiro, decide ao abrigo da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 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 nacionais (i) dos serviços de acesso retalhista à Internet, segmento empresarial; (ii) dos serviços de acesso retalhista à Internet, no*

segmento residencial; e (iii) do fornecimento grossista de acesso/conectividade à Internet e serviços de transmissão de dados.

Lisboa, 21 de Junho de 2004

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

Prof. Dr. Abel Mateus

(Presidente)

Eng. Eduardo Lopes Rodrigues

(Vogal)

Dr.ª Teresa Moreira

(Vogal)