

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

AC – I – Ccent. 48/2006 – SIC/SOM LIVRE

I – INTRODUÇÃO

1. Em 9 de Outubro de 2006, a Autoridade da Concorrência recebeu uma notificação relativa a um projecto de concentração, por meio do qual a empresa SIC – SOCIEDADE INDEPENDENTE DE COMUNICAÇÃO, S.A, pretende adquirir o controlo exclusivo da sociedade SOM LIVRE – SOM E IMAGENS, Lda..
2. A operação configura uma operação de concentração de empresas na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho conjugada com a definição de controlo dada pela alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo, tendo sido apresentada pela notificante em virtude de se encontrar preenchida a condição da alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.

II – AS PARTES

2.1 Empresa Adquirente

3. A empresa adquirente é a SIC – SOCIEDADE INDEPENDENTE DE COMUNICAÇÃO, S.A. (doravante “SIC”), uma sociedade anónima controlada, directa e indirectamente, pela IMPRESA, SGPS, S.A. (doravante “IMPRESA”), que se dedica fundamentalmente à actividade de radiodifusão televisiva, através de vários canais generalistas e temáticos.
4. A IMPRESA é sociedade *holding* do grupo com o mesmo nome, o qual integra empresas activas, fundamentalmente, na área da comunicação social, nomeadamente, imprensa e televisão. Na área da imprensa, detém vários jornais e revistas das mais diversas áreas, dos quais se destacam o semanário Expresso e as revistas Visão e Exame.

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 1

5. Os volumes de negócios, calculados nos termos do artigo 10º da Lei nº 18/2003, realizados pela SIC e pela IMPRESA, em 2005, foram os seguintes:

Quadro 1: Volumes de Negócios da SIC e do GRUPO IMPRESA, em 2005, em milhões de euros:

	Portugal	EEE	Mundial
SIC	[<150] M€	[<150] M€	[<150] M€
GRUPO IMPRESA	[>150] M€	[>150] M€	[>150] M€

Fonte: Notificante.

2.2. Empresa a Adquirir

6. A sociedade a adquirir, a SOM LIVRE – SOM E IMAGENS, Lda, (doravante “SOM LIVRE”), é uma sociedade de direito português, actualmente controlada pela GLOBO OVERSEAS INVESTMENTS, BV (doravante “GLOBO OVERSEAS”), cuja actividade consiste na concepção e edição de fonogramas e videogramas, e respectiva comercialização através de armazenistas ou retalhistas, bem como na comercialização de CDs, livros e DVDs, através da *Internet*, directamente ao consumidor.
7. A SOM LIVRE detém a totalidade do capital da SOM LIVRE – GESTÃO DE DIREITOS AUTORAIS, Lda. (doravante SOM LIVRE DIREITOS AUTORAIS), sociedade cuja actividade envolve a gestão e outras actividades relacionadas com os direitos autorais dos autores/compositores que representa. Para além da titularidade de obras directamente contratadas com os respectivos autores/compositores, a empresa representa em Portugal os catálogos de algumas editoras musicais estrangeiras.
8. O volume de negócios realizado pela SOM LIVRE no ano de 2005, em milhões de euros, foi o seguinte:

Quadro 2: Volume de negócios das adquiridas, em 2005, em milhões de euros

	Portugal	EEE	Mundial
SOM LIVRE	[>2] M€	[>2] M€	[>2] M€
SOM LIVRE DIREITOS AUTORAIS	[<2] M€	[<2] M€	[<2] M€

Fonte: Notificante.

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 2

III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

9. A operação consiste na aquisição pela SIC, da totalidade do capital social da SOM LIVRE e do correspondente controlo exclusivo.
10. Para o efeito foi celebrado, em 29 de Setembro de 2006, entre os actuais sócios da empresa SOM LIVRE, a GLOBO OVERSEAS INVESTMENTS, BV, e JOÃO ALFREDO RANGEL DE ARAÚJO, titulares respectivamente de 90% e 10% do seu capital, e a SIC, um Contrato-Promessa, através do qual prometeram ceder à SIC (ou a quem esta indicar), as referidas quotas, bem como as prestações suplementares relativas à SOM LIVRE de que são credores.
11. A transacção envolve, igualmente, a sociedade SOM LIVRE – GESTÃO DE DIREITOS AUTORAIS, Lda., cujo capital é integralmente detido pela SOM LIVRE.
12. Refira-se, contudo, nos termos do Contrato-Promessa, que a celebração do contrato definitivo, sob a forma de escritura pública, fica dependente da obtenção de decisão formal de não oposição da Autoridade da Concorrência à operação.
13. A operação, tal como notificada, constitui uma concentração de natureza conglomeral, dado que nem a adquirente nem as empresas do grupo IMPRESA que a mesma integra, estão presentes nos mesmos mercados que a adquirida.
14. A operação em causa está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia, em virtude de se encontrar preenchida a condição relativa ao limiar do volume de negócios.

IV – MERCADOS RELEVANTES

4.1 Mercado do Produto Relevante

Posição da notificante

15. Segundo a notificante, a SOM LIVRE edita, comercializa e distribui fonogramas e videogramas a armazenistas e retalhistas, especializados ou não, existentes no mercado nacional, e, através de *e-commerce*, comercializa *CDs*, livros e *DVDs* directamente a consumidores finais, não possuindo quaisquer lojas físicas, nem realizando tão pouco quaisquer vendas por catálogo ou via postal.
16. Por sua vez a actividade da sua participada SOM LIVRE DIREITOS AUTORAIS envolve a gestão, controle e exploração comercial de direitos autorais das obras, autores, compositores, bem como das editoras musicais terceiras que representa.
17. Por sua vez a adquirente SIC, de acordo com a informação fornecida na notificação, não desenvolve qualquer actividade nesta área. Também nenhuma das empresas do Grupo IMPRESA tem, de um modo geral, actividades de edição ou comercialização de fonogramas e videogramas, *CDs*, livros ou *DVDs*.
18. Com efeito, a única presença do grupo nesta área, consiste na comercialização indirecta (i.e., através do respectivo distribuidor) destes tipos de produtos agregados às suas publicações jornalísticas (jornais e revistas), sendo que a maior parte dos mesmos é objecto de oferta gratuita conjunta com as referidas publicações. No que respeita à edição desses produtos, a mesma é realizada, normalmente, em regime de *outsourcing* por empresas terceiras, à excepção de uma pequena parte cuja edição é promovida pelas empresas do Grupo IMPRESA.
19. Inexiste, assim, segundo a notificante, qualquer sobreposição relevante de actividades entre a SIC, e as empresas do respectivo Grupo, e a adquirida SOM LIVRE, sendo que os mercados relevantes correspondem às actividades desenvolvidas por esta última.
20. Assim, tendo em conta este facto, a notificante, no que se refere à delimitação dos mercados do produto relevante, considera despicienda a exacta determinação dos

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 4

mesmos. Acresce que, em seu entender, nunca resultará da presente operação qualquer posição dominante no mercado, ou numa parte substancial deste, independentemente de se proceder a uma definição mais restrita do mesmo.

21. No entanto, de forma a fornecer à Autoridade elementos que permitam confirmar a inexistência de efeitos jus-concorrenciais significativos, a notificante considera os seguintes mercados relevantes do produto:

(i) *o mercado da gravação de música e da edição de fonogramas e videogramas musicais*

22. Relativamente a este mercado a notificante suporta-se na delimitação efectuada pela Comissão, no processo *Sony/BMG*¹ em que, segundo refere, a mesma considera que a actividade central das editoras é a comercialização de música, actividade que engloba uma série de prestações, desde a descoberta, o desenvolvimento, a contratação, a gravação e a promoção de artistas, bem como a organização do fabrico e a distribuição, comercialização e promoção dos lançamentos de gravações musicais.

23. Embora a comercialização de música seja passível, na óptica da procura, de várias segmentações, nomeadamente por géneros de música e tipo de suporte, *single* ou álbum, p.e., a notificante, a exemplo da Comissão na referida decisão, também entende que não se justificam segmentações, nomeadamente porque a oferta da generalidade das editoras abrange diversos géneros de música, para além de que, em sua opinião, a operação não terá qualquer impacto significativo nas estruturas destes ou doutros mercados.

24. No entanto, a delimitação proposta pela notificante para este mercado é mais abrangente que a da Comissão. Com efeito, a mesma inclui também neste mercado a edição de música, que a Comissão² na referida decisão, considera um mercado autónomo.

¹ Decisão da Comissão de 19 de Julho de 2004, Proc. COMP/M.3333, Sony/BMG. Esta decisão foi, no entanto e recentemente, anulada pelo Tribunal de Primeira Instância (cfr. o Acórdão de 13 de Julho de 2006, *Independent Music Publishers and Labels Association/Comissão*, T-464/04, ainda não publicado).

² A edição de música (*music publishing*), que respeita, segundo a Comissão, essencialmente, à aquisição e exploração de diversos tipos de direitos de autor e direitos conexos ligados às obras musicais, foi pela mesma considerado na decisão referida na nota supra, como um mercado autónomo.

25. No entender da notificante, o mercado dos direitos de autor está intimamente relacionado com o mercado da gravação, não constituindo, propriamente, um mercado autónomo e não lhe podendo ser atribuídas quotas de mercado.

(ii) *o mercado da comercialização de livros a consumidores finais através da Internet*

26. De acordo com a notificante, num primeiro nível, pode delimitar-se um mercado mais lato da comercialização de livros a consumidores finais, sendo possível a segmentação deste num mercado da comercialização à distância de livros a consumidores finais (que incluirá apenas clubes de livros, vendas postais por catálogo e vendas através da *Internet*).
27. Este mercado da comercialização à distância de livros é, por sua vez, passível de segmentação num outro, o mercado da comercialização de livros a consumidores finais através da *Internet*, em que a adquirida SOM LIVRE, que apenas comercializa este tipo de produtos directamente junto dos consumidores finais exclusivamente através da *Internet*, está presente.

(iii) *o mercado da comercialização de CDs e ficheiros de música a consumidores finais e descarregamento de ficheiros de música através da Internet*

28. De acordo com a notificante, a exemplo dos livros, este mercado insere-se num mercado mais lato da comercialização de CDs e ficheiros de música a consumidores finais, sendo possível a segmentação do mesmo, num mercado da comercialização à distância a consumidores finais (que incluirá os clubes de CDs, as vendas postais por catálogo e vendas através da *Internet*).
29. Este mercado das vendas à distância será passível ainda de segmentação, sendo mercado relevante o mercado da comercialização de CDs e ficheiros de música a consumidores

30. Tendo em conta que a aquisição de música através da *Internet* assume actualmente outras formas que não exclusivamente o suporte físico, sendo possível, através de inúmeros “sites” e programas informáticos, descarregar, mediante pagamento de assinatura, ou de um preço por música ou álbum, milhões de faixas musicais, a notificante considera que o mercado relevante inclui também o descarregamento de ficheiros musicais através da *Internet*.
- (iv) *o mercado da comercialização e aluguer de DVDs a consumidores finais e descarregamento de ficheiros de vídeo através da Internet*
31. A relativamente a este mercado, a Som Livre apenas comercializa *DVDs*, em suporte físico, através da *Internet*.
32. À semelhança do que acontece, com a comercialização de *CDs*, a notificante considera que os *DVDs* vendidos via *Internet* concorrem, actualmente, com o formato ficheiro, tendo em conta que os consumidores também encontram disponíveis na *Internet* serviços de venda e aluguer de ficheiros de vídeo.

Posição da Autoridade da Concorrência

33. Como ficou referido *supra*, a SIC tem como principal actividade a radiodifusão televisiva e nenhuma das empresas do Grupo IMPRESA tem, de um modo geral, actividades de edição ou comercialização de fonogramas e videogramas, *CDs*, livros ou *DVDs*, sendo a sua actividade, neste domínio, meramente residual e associada às publicações do grupo, muitas das vezes a título gratuito.
34. Trata-se, assim, de uma operação de natureza conglomeral, em que o delta resultante da mesma será zero, qualquer que seja a definição de mercado adoptada.

35. Neste contexto, a Autoridade da Concorrência considera que não se justifica avaliar se os mercados devem ser mais ou menos abrangentes que os considerados pela notificante, sendo certo, por exemplo, que a Comissão entendeu, na referida Decisão *Sony/BMG*, que os serviços “on-line” de música constituíam um mercado diferente do mercado da música gravada.
36. Nestes termos, a Autoridade da Concorrência, e sem prejuízo de futuras delimitações de mercado, aceita a delimitação de mercado relevante do produto, conforme proposta *supra*, nos pontos 22 a 32, pela notificante. Sobretudo tendo em conta que mesmo procedendo a uma delimitação mais restrita dos mercados relevantes, o resultado da análise jus-concorrencial seria idêntico.

4.2 Mercado Geográfico Relevante

Posição da notificante

37. No que se refere ao *mercado da gravação de música e da edição de fonogramas e videogramas musicais*, a notificante, tendo em conta a organização tendencialmente nacional das editoras, as preferências nacionais e as diferenças de preços, entende que este mercado possa ter uma dimensão nacional.
38. Já o *mercado da comercialização de livros a consumidores finais através da Internet*, considera ser o mesmo de âmbito geográfico pelo menos nacional e até mesmo extensível a todos os países de língua oficial portuguesa.
39. Quanto ao *mercado da comercialização de CDs a consumidores finais e descarregamento de ficheiros de música através da Internet*, tratando-se de um mercado em que os principais operadores são empresas internacionais, como a *Amazon* e outras, a notificante considera ser o mesmo de âmbito geográfico pelo menos comunitário, senão mesmo mundial.
40. Pelas mesmas razões, entende que o *mercado da comercialização e aluguer de DVDs a consumidores finais e descarregamento de ficheiros de vídeo através da Internet* é também de âmbito geográfico pelo menos comunitário, senão mesmo mundial.

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 8

Posição da Autoridade da Concorrência

41. A Autoridade da Concorrência, entende que tendo em conta os efeitos da operação em causa, a delimitação do âmbito geográfico de cada um dos mercados do produto pode ser deixada em aberto.
42. No entanto, nos termos de aplicação da Lei nº 18/2003, de 11 de Junho, serão sempre analisados os efeitos da presente operação a nível do território nacional.

V – ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

5.1. Análise dos mercados

- (i) *Mercado da gravação de música e da edição de fonogramas e videogramas musicais*
43. Baseando-se em dados da Associação Fonográfica Portuguesa, a notificante apresenta uma estimativa da ordem dos 65 milhões euros para o valor deste mercado em 2005, em Portugal, encontrando-se a oferta assim distribuída:

Quadro 3: Estrutura da oferta no mercado da gravação de música e edição de fonogramas e videogramas musicais, em 2005

Empresa	Quota em Portugal
EMI – VC	[20-30] %
UNIVERSAL	[10-20] %
SONY MUSIC	[10-20] %
FAROL	[10-20] %
WARNER MUSIC	[5-10] %
VIDISCO	[5-10] %

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial. 9

SOM LIVRE	[5-10] %
ESPACIAL	[0-5] %
OUTROS	[5-10] %

Fonte: Notificante.

44. Decorre do quadro *supra*, que estamos perante um mercado com um grau de concentração moderado, em que as principais empresas apresentam quotas da ordem dos [15-25]%, e a quota da adquirida situa-se próximo dos [5-10]%.

(ii) Mercado da comercialização de livros a consumidores finais através da Internet

45. A comercialização de livros através da *Internet* ainda é um mercado pouco expressivo em Portugal, referindo a notificante que, de acordo com um estudo da APEL³, apenas 1,1% dos portugueses compram livros por esta via.
46. Em termos de estrutura da oferta de livros via *Internet* a notificante apresenta as seguintes estimativas, no que respeita às lojas virtuais portuguesas:

Quadro 4: Estrutura da oferta no mercado da comercialização de livros a consumidores finais através da Internet, em 2005

Empresa	Quota em Portugal
MEDIABOOKS	[20-30] %
WEBOOM	[20-30] %
FNAC	[20-30] %
SOM LIVRE	[20-30] %
BYBLOS	[10-20] %

Fonte: Notificante.

³ Associação Portuguesa de Editores e Livreiros.

47. Decorre do quadro *supra*, que estamos perante um mercado com um grau de concentração moderado, em que as principais empresas apresentam quotas entre os [20-30]%, sendo a quota da adquirida da ordem dos [20-30]%.

(iii) *Mercado da comercialização de CDs e ficheiros de música a consumidores finais e descarregamento de ficheiros de música através da Internet*

e

(iv) *Mercado da comercialização e aluguer de DVDs a consumidores finais e descarregamento de ficheiros de vídeo através da Internet*

48. Relativamente a estes dois mercados, a notificante refere não dispor de informações fidedignas, que lhe permitam estimar as quotas dos principais concorrentes da adquirida SOM LIVRE.

49. Com efeito, para além da inexistência de fronteiras para as vendas através da *Internet*, a ausência de dados sobre estas vendas em Portugal, não permite uma análise detalhada destes mercados, em que a SOM LIVRE concorre com mega lojas "virtuais" como a *Amazon*.

50. A notificante apenas identifica os seus concorrentes nacionais, como a FNAC e a CDGO, e apresenta estimativas de quotas para os seguintes segmentos: [30-40]% nas vendas de *CDs* e *DVDs* musicais e [40-50]% nas vendas de filmes em *DVD*, em suporte físico, através da *Internet*. Trata-se, no entanto, de estimativas para as vendas nacionais e que não incluem dados relativos ao descarregamento *on-line* de ficheiros.

5.2. Avaliação jus-concorrencial

51. Decorre do exposto, que estamos perante uma operação de natureza conglomeral, dado que a presença meramente residual do grupo adquirente, na área dos *CDs* e dos *DVDs* musicais, se resume a campanhas de carácter promocional, em que estes produtos são vendidos ou oferecidos em conjunto com os suas edições.

Nota: indicam-se entre parêntesis rectos as informações cujo conteúdo exacto haja sido considerado como confidencial.

52. Não se verifica, por isso, qualquer sobreposição horizontal em nenhum dos mercados, independentemente da delimitação adoptada, entre adquirente e adquirida, estando-se, assim, perante uma mera transferência de titularidade de quota de mercado. Deste modo, conclui-se que a operação de concentração notificada não é susceptível de produzir efeitos horizontais negativos, na estrutura concorrencial dos mercados.
53. Acresce que estamos em presença de mercados onde não existem barreiras económicas à entrada de novos operadores, nomeadamente decorrentes da existência de limitações na obtenção dos factores de produção.
54. Tão pouco existem barreiras legais, dado que actividades como a importação e distribuição de filmes e videogramas e a edição, reprodução, distribuição, venda, aluguer ou troca de videogramas apenas estão sujeita ao registo, no prazo de 5 dias sobre a data do início da actividade, e à superintendência da IGAC⁴, o mesmo sucedendo, relativamente aos fonogramas.
55. A única limitação, estará associada à existência de direitos de propriedade intelectual, resultantes dos direitos dos autores e das próprias editoras.
56. Esta operação também não é susceptível de produzir quaisquer efeitos negativos na concorrência em mercados vizinhos ou relacionados com os mercados da gravação da edição fono e videográfica, nomeadamente o mercado dos espectáculos ao vivo, dos estúdios de gravação e do fabrico de *CDs* e *DVDs*.
57. De tanto resulta que a operação projectada não terá qualquer impacto de relevo sobre as condições de concorrência no mercado, qualquer que fosse a delimitação de mercado relevante adoptada, não sendo a mesma susceptível de criar, ou reforçar, uma posição dominante, da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva, no território nacional.

⁴ Inspeção-Geral das Actividades Culturais.

VI – AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

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

VII – CONCLUSÃO

59. 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, não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva nos mercados (i) *da gravação de música e da edição de fonogramas e videogramas musicais*, (ii) *da comercialização de livros a consumidores finais através da Internet*, (iii) *da comercialização de CDs e ficheiros de música a consumidores finais e descarregamento de ficheiros de música através da Internet* e (iv) *da comercialização e aluguer de DVDs a consumidores finais e descarregamento de ficheiros de vídeo através da Internet*, a nível nacional.

AdC, 21 de Novembro de 2006

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Prof. Doutor Abel Mateus

(Presidente)

Eng. Eduardo Lopes Rodrigues

(Vogal)

Dra. Teresa Moreira

(Vogal)