

Versão Pública

Ccent. 48/2007
MEDIA CAPITAL / CLMC

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)

06/09/2007

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

DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO

DO CONSELHO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA

Processo AC– I – Ccent 48/2007 – MEDIA CAPITAL / CLMC

I – INTRODUÇÃO

1. Em 1 de Agosto de 2007, 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 (adiante “Lei da Concorrência”), uma operação de concentração que consiste na aquisição do controlo exclusivo da CLMC Multimédia, S.A. (adiante “CLMC”) pela Grupo Media Capital, SGPS, S.A. (adiante “Media Capital”).
2. Por se encontrar incompleta, a notificação apresentada só veio a produzir efeitos em 9 de Agosto de 2007, nos termos do n.º 2 do artigo 32.º da Lei da Concorrência.
3. A operação notificada configura uma concentração de empresas na acepção na alínea b) do n.º 1 do artigo 8.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 se encontrar preenchida a condição prevista na alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.

II – AS PARTES

2.1 Empresa Adquirente

4. A Media Capital, uma Sociedade Aberta, cotada na bolsa de Lisboa (Euronext), é a *holding* do Grupo Media Capital, controlada pelo Grupo Prisa (através da *Prisa Promotora Informaciones, S.A.*), que detém um conjunto de empresas, que operam, essencialmente, no sector dos media em Portugal.
5. O Grupo Prisa é um grupo espanhol, cotado nas bolsas de Madrid, Barcelona, Valência e Bilbao, activo primordialmente nos sectores da comunicação, educação, cultura e entretenimento, com especial relevância em Espanha, França e na América Latina. Este

Grupo controla exclusivamente o Grupo Media Capital, operação que foi objecto de uma Decisão de Não Oposição, em 29 de Dezembro de 2006, no âmbito do Processo Ccent. N.º 54/2006 – Prisa / Media Capital.

6. O Grupo Media Capital dedica-se principalmente aos seguintes sectores de actividade:
- A) Imprensa, através da Media Capital Edições, detendo as revistas *Lux*, *Woman*, *Maxmen*, *Casas de Portugal*, *Briefing*, *Revista de Vinhos* e a *Auto Comércio*;
 - B) Rádio, através da Media Capital Rádio, opera um conjunto de rádios no território nacional com diferentes formatos e destinatários, nomeadamente a *Rádio Comercial*, a *Rádio Clube Português*, a *Cidade FM*, a *M80*, a *Best Rock FM* e o portal *internet* de rádio *Cotonete*;
 - C) Televisão e produção audiovisual, através do canal de televisão, de acesso gratuito e conteúdo generalista, a TVI; controlando também a produtora de conteúdos de ficção/entretenimento NBP;
 - D) *Internet* e novas tecnologias, através da Media Capital Media;
 - E) Publicidade exterior (*outdoor*), através da Media Capital *Outdoor*;
 - F) Distribuição e edição de música, operando desde 2004, em actividades de distribuição para a companhia discográfica multinacional *Warner Music*. A presença no sector da edição faz-se através da *Farol Música*, uma editora com catálogo próprio, e da *Central Discos – Produções Discográficas, S.A.* que promove discos de outras editoras;
 - G) Produção de eventos, através da Media Capital Entertainment desenvolve a sua actividade na produção e exploração comercial de eventos (v.g., concertos e peças de teatro), exercendo também actividades de agenciamento de artistas.
7. Por último, dedica-se ainda à distribuição cinematográfica, através da CLMC, a empresa alvo da presente operação. Com efeito, a Media Capital é actualmente detentora, através da sua subsidiária, a *Cena Editorial – Edições e Publicações Periódicas, S.A.* (adiante “Cena Editorial”), de uma participação de 50 % no capital social da CLMC, que adquiriu em Agosto de 2002.

8. Por sua vez, em Portugal, o Grupo Prisa, através da empresa Constância Editores, S.A., desenvolve a sua actividade na edição e distribuição de livros escolares para o ensino básico e secundário.
9. Os volumes de negócios consolidados realizados pelo Grupo Prisa, nos últimos três anos, em Portugal, no EEE e a nível mundial, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, foram os seguintes:

Tabela 1: Volumes de negócios do Grupo Prisa, em milhões de euros:

	2004	2005	2006
Portugal	[< 150]	[< 150]	[< 150]
EEE	[> 150]	[> 150]	[> 150]
Mundial	[> 150]	[> 150]	[> 150]

Fonte: Notificante.

10. Os volumes de negócios consolidados realizados, pelo Grupo Media Capital, nos últimos três anos, em Portugal, dado não ter actividade no exterior, calculados nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, foram os seguintes:

Tabela 2: Volumes de negócios do Grupo Media Capital, em milhões de euros:

	2004	2005	2006
Portugal	[> 150]	[> 150]	[> 150]

Fonte: Notificante.

2.2. Empresa Adquirida

11. Como referido *supra*, a CLMC tem como accionistas a Cena Editorial e a Castello Lopes II Multimédia, Lda¹ (adiante "CL II"), cada uma com 50% do respectivo capital social.

¹ Esta empresa actua no mercado da exibição cinematográfica, explorando um número significativo de salas de cinema, estimando-se a sua quota neste mercado, em 2005, em 14,6%, em termos de

12. A CLMC é uma empresa activa na distribuição cinematográfica, na distribuição de videogramas (DVD/VHS) tanto para o canal retalhista como para os estabelecimentos de aluguer de vídeo² e, ainda, com carácter meramente residual, na venda de direitos de exibição de filmes para televisão.
13. Salienta-se que, ao nível dos direitos de distribuição cinematográfica, a CLMC detém [identificação do catálogo] e, ao nível dos direitos de distribuição de videogramas, [identificação do catálogo], passando, a partir de Setembro de 2007, a distribuir também [identificação do catálogo].
14. Em 2006, o volume de negócios realizado pela CLMC, em Portugal, calculado nos termos do artigo 10.º da Lei da Concorrência, foi o seguinte:

Tabela 3: Volume de negócios da CLMC, em milhões de euros

	2004	2005	2006
CLMC	[> 2]	[> 2]	[> 2]

Fonte: Notificante.

III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

3.1. Estrutura da operação

15. A presente operação consiste na alteração da estrutura accionista da CLMC, passando o Grupo Media Capital – que já detém 50% do capital social – através da sua subsidiária Cena Editorial, a deter 90% do capital social daquela e, conseqüentemente, o controlo exclusivo desta.

receitas de bilheteiras e 8,6% em termos de número de filmes exibidos (Processo Ccent n.º 08/2006 – Sonaecom / PT, cuja Decisão de Não Oposição acompanhada da imposição de condições e obrigações, foi adoptada em 22 de Dezembro de 2006).

² A CLMC detém, ainda, 50% do capital social da *Play Entertainment Multimédia, ACE* (adiante “*Play ACE*”), sendo o outro accionista, [identificação do accionista]. De acordo com a informação disponibilizada pela Notificante, a *Play ACE* dedica-se apenas à logística da actividade de distribuição de videogramas das suas empresas-mãe, não operando no mercado para empresas terceiras, realizando serviços de armazenagem, preparação de encomendas, expedição, facturação e cobranças, para a CLMC.

16. Os restantes 10% do capital social serão detidos pela outra actual accionista, a CL II.
17. A operação notificada realizar-se-á na sequência de um aumento do capital social da empresa-alvo e posterior redução do mesmo, que conduzirá a uma alteração da estrutura accionista da CLMC, conforme explicitado *supra*³.
18. A operação notificada configura por isso, 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 a) do n.º 3 do mesmo artigo.
19. Tendo em conta que não existe sobreposição entre as actividades desenvolvidas pelas empresas participantes, a referida operação tem natureza conglomeral.

IV – MERCADO RELEVANTE

4.1 Mercado do Produto Relevante

Posição da Notificante

20. A Notificante, atentas as actividades a que se dedicam as empresas participantes, considera não existir sobreposição de actividades, entre as empresas adquirente e adquirida, e define os mercados relevantes por aferição às actividades desenvolvidas pela empresa alvo.
21. Assim, propõe a delimitação de três mercados do produto relevantes, por referência à prática decisória nacional da Autoridade da Concorrência⁴, designadamente:
 - (i) O mercado da distribuição cinematográfica;
 - (ii) O mercado da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para o canal retalhista;

³ De acordo com o deliberado em Acta da Assembleia Geral da CLMC, de 26 de Julho de 2007.

⁴ Designadamente, na já referida decisão Ccent. n.º 08/2006 – Sonaecom / PT. , que contém uma análise aprofundada e extensiva dos mercados relevantes em causa.

(iii) O mercado da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para os estabelecimentos de aluguer de vídeo.

22. Ainda, tal como anteriormente referido na exposição relativa às actividades das empresas participantes na presente operação, a CLMC desenvolve, com carácter meramente residual, actividade na venda de direitos de filmes para televisão. A Notificante informa que a sua participação neste segmento, é efectuada a título meramente "*incidental e à margem do seu core business*", ao representar apenas cerca de [...] das suas vendas totais, em 2006.
23. Tendo presente o funcionamento do segmento dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos cinematográficos⁵, a Notificante conclui que a sua actuação neste segmento, é *de minimis*, propondo que não seja objecto de análise no âmbito da presente decisão.

A) O mercado da distribuição cinematográfica

24. A Notificante começa por referir, na esteira da decisão adoptada pela Autoridade da Concorrência, no Processo Ccent n.º 08/2006 – Sonaecom / PT, que a indústria cinematográfica envolve três actividades principais, em estádios sucessivos da cadeia de produção e distribuição: a produção, a distribuição e a exibição cinematográficas, as quais dão lugar, em termos jus-concorrenciais, a mercados relevantes distintos.⁶
25. A distribuição cinematográfica consiste na actividade de aquisição de direitos de exibição pública directamente junto dos produtores ou das entidades intermediárias a quem aqueles concedem representação, na importação do suporte e sua legendagem ou dobragem, caso se trate de original estrangeiro ou em língua diferente da portuguesa, na classificação e registo do filme junto das entidades administrativas

⁵ Cfr. [reprodução da apreciação da adquirente sobre o mercado de venda de direitos de filmes para televisão, constante da Notificação]

⁶ Nos termos da alínea c) do art. 20.º da Lei da Arte Cinematográfica e do Audiovisual, aprovada pela Lei n.º 42/2004, de 18 de Agosto, a actividade cinematográfica (assim como a actividade audiovisual) é definida como o conjunto de processos e actos relacionados com a criação, incluindo a sua interpretação e execução, a realização, a produção, a distribuição, a exibição e a difusão de obras cinematográficas (e audiovisuais).

competentes, na entrega da cópia às salas de exibição e na publicidade e promoção do filme⁷.

26. A oferta é constituída pelos titulares originários destes direitos ou por intermediários que os comprem para revenda e a procura é constituída pelos operadores de salas de cinema que os adquirem para exibição.
27. A prática comercial mais corrente implica que a remuneração devida pelos exibidores aos distribuidores seja calculada maioritariamente em função de uma percentagem das receitas de bilheteira⁸.
28. A comercialização de direitos de transmissão de obras cinematográficas tradicionalmente é feita a diferentes entidades em sucessivos períodos de tempo, habitualmente designados “janelas de comercialização”. A prática comercial das empresas que operam no mercado indica que tendencialmente a distribuição de obras cinematográficas tem em vista, em primeiro lugar, as salas de cinema, passando de seguida ao aluguer em vídeo, à televisão por subscrição, à venda em vídeo e, por fim, à televisão de acesso livre.

B) O segmento da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS)

29. Segundo a Notificante, o segmento da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) comporta quer a actividade para o canal retalhista quer para o aluguer, podendo ser mesmo considerado como um único mercado relevante do produto, não sendo necessário proceder a uma segmentação adicional.
30. A comercialização grossista de videogramas consiste na actividade de aquisição de direitos junto dos produtores ou detentores de direitos nacionais e internacionais, tendo em vista a venda e/ou o aluguer de videogramas, envolvendo ainda a criação e edição de *master* em português para replicação, o estabelecimento de campanhas de *marketing*, a obtenção de aprovação a montante para as diferentes acções, a venda do

⁷ Cfr. neste sentido, as decisões da Autoridade da Concorrência nos Processos Ccent. n.º 8/2006, de 22 de Dezembro, Ccent, n.º 13/96 — *Lusumundo/International Films*, de 2 de Agosto de 1996, pp. 7 e 8. No mesmo sentido cfr. decisões da Comissão Europeia no Proc. No. COMP/ M 2050 — *Vivendi/Canal+/Seagram*, de 13 de Outubro de 2000, parágrafo 16; e no Proc. No. IV/M.1219 — *Seagram/Polygram*, de 21 de Setembro de 1998, para. 4, todas referidas pela Autoridade da Concorrência na já mencionada Decisão *Sonaecom/PT*.

⁸ Cfr. neste sentido Processo Ccent 13/96 — *Lusumundo/International Films*, de 2 de Agosto de 1996, pág. 8.

produto a clientes retalhistas para revenda ou clubes de vídeo para aluguer e, por fim, a entrega do produto e a cobrança.

31. Não obstante, a Notificante admite que os mesmos poderão, efectivamente, constituir mercados relevantes autónomos, seguindo o entendimento da Autoridade da Concorrência, razão pela qual, considera a possibilidade destes deverem ser notificados individualmente.
32. Para tal, refere a posição adoptada pela Autoridade da Concorrência na mencionada decisão Sonaecom/PT, em que, do ponto de vista da procura, foi considerado não existir substituíbilidade entre a comercialização para venda e a comercialização para aluguer, uma vez que as duas formas de comercialização apresentam características diferentes, nomeadamente, quanto aos diferentes valores da remuneração entre os dois tipos de comercialização e quanto aos aspectos regulamentares respeitantes à sua edição.
33. Por estas razões, a Notificante considera a possibilidade desta actividade ser segmentada em dois mercados do produto relevantes:

B) 1. O mercado da comercialização grossista de videogramas (DVD/VHS) para o canal retalhista, em que a oferta é constituída pelos titulares originários dos direitos de exibição pertinentes ou pelos intermediários que os comprem para revenda, a nível grossista e a procura pelos operadores retalhistas (v.g., lojas, hipermercados), tendo em vista a venda dos videogramas aos consumidores finais;

B) 2. O mercado da comercialização grossista de videogramas (DVD/VHS) para aluguer, em que a oferta é constituída pelos mesmos titulares originários dos direitos de exibição ou pelos intermediários que adquirem os direitos de exibição para comercialização do aluguer de videogramas, a nível grossista e a procura pelos operadores retalhistas tendo em vista o aluguer dos videogramas aos consumidores finais (vulgo "clubes de vídeo").

Entendimento da Autoridade da Concorrência

34. A Autoridade da Concorrência, na esteira da sua prática decisória⁹, referida também pela Notificante, concorda com a delimitação dos três mercados do produto relevante propostos pela Notificante.

⁹ Designadamente, no que respeita à análise dos mercados do produto relevante analisados no Processo Ccent 08/2006 – Sonaecom / PT, *cit. supra*.

35. Ainda, tendo em conta a argumentação aduzida pela Notificante no ponto 22 e 23 *supra*, aceita também que a actividade desenvolvida pela CLMC na venda de direitos de filmes para televisão, tem carácter meramente residual, com uma participação *de minimis*, pelo que não será analisada para efeitos jus-concorrenciais, na presente operação de concentração.

Conclusão

36. Deste modo, e em face do anteriormente referido, a Autoridade considera, para efeitos de análise da presente operação de concentração, que os mercados do produto relevante a analisar são: (i) o mercado da distribuição cinematográfica; (ii) o mercado da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para o canal retalhista; e (iii) o mercado da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para os estabelecimentos de aluguer de vídeo.

4.2. Mercado Geográfico Relevante

37. Os três mercados do produto relevante considerados têm dimensão nacional, em virtude da diversidade das características culturais e dos gostos de cada país, da necessidade de adequar as campanhas de marketing a essas particularidades, das especificidades linguísticas (legendagem/dobragem), dos requisitos legais e regulamentares e, bem assim, o âmbito de protecção territorial dos direitos de autor.

Conclusão

38. Em face do exposto, a Autoridade considera, para efeitos de análise da presente operação de concentração, que o mercado geográfico relevante a analisar é o mercado nacional, para os três mercados relevantes do produto notificados: (i) o mercado nacional da distribuição cinematográfica; (ii) o mercado nacional da distribuição grossista de videogramas (DVD VHS) para o canal retalhista; e (iii) o mercado nacional da distribuição grossista de videogramas (DVD VHS) para os estabelecimentos de aluguer de vídeo.

V – ANÁLISE DO MERCADO E AVALIAÇÃO JUS-CONCORRENCIAL

5.1. O mercado nacional da distribuição cinematográfica

39. A estrutura da oferta, no mercado nacional, da distribuição cinematográfica, nos últimos 3 anos, é a que se apresenta na Tabela *infra*:

Tabela 4: Estrutura da oferta, no mercado nacional, em 2004, 2005 e 2006

	2004	2005	2006
Lusomundo Audiovisuais	[50-60]%	[40-50]%	[40-50]%
Columbia Tristar Warner	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
CLMC	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
LNK Audiovisuais	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Prisvideo	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Atalanta Filmes	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Outros	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100%	100%	100%

Fonte: Quotas de mercado apresentadas pela Notificante, com base em dados do ICAM – Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia

40. Em resultado da operação de concentração notificada, dado que da mesma não resulta sobreposição horizontal, não se verifica qualquer alteração na quota de mercado, mantendo a Lusomundo Audiovisuais a sua posição de empresa líder de mercado, com uma quota [40-50]%
41. Muito embora o mercado se apresente concentrado, correspondendo o Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH)¹⁰ a cerca de [>2000] pontos, para o ano de 2006, o *delta*

¹⁰ *IHH* é o Índice de *Herfindahl-Hirschman*, calculado como a soma dos quadrados das quotas das empresas a operar no mercado relevante, assim traduzindo o grau de concentração nesse mercado, e variando entre 0 e 10 000. A Comissão Europeia aplica frequentemente o Índice *Herfindahl-Hirschman* (*IHH*) para conhecer o nível de concentração global existente num mercado – neste sentido vão as

resultante da presente operação é nulo, verificando-se apenas um reforço da participação da empresa adquirente no capital social da empresa adquirida, ao adquirir o controlo exclusivo desta, não se verificando sobreposição horizontal neste mercado.

42. Por outro lado, não se verifica qualquer relação vertical ou de proximidade entre os mercados em que as participantes actuam, já que a adquirente não se encontra presente no mercado da exibição cinematográfica, contrariamente ao que se verificava na situação pré-concentração, em que a outra accionista da CLMC, a accionista CL II (a Castello Lopes), é um dos principais operadores neste mercado.
43. Assim, decorre de todo o exposto, 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 no mercado nacional da distribuição cinematográfica.

5.2. O mercado nacional da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para o canal retalhista

44. A estrutura da oferta, no mercado nacional, da distribuição grossista de videogramas (DVD/ VHS) para o canal retalhista, nos últimos 3 anos, é a que se apresenta na Tabela *infra*:

Tabela 5: Estrutura da oferta, no mercado nacional, em 2004,2005 e 2006

	2004	2005	2006
Lusomundo Audiovisuais	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
LNK Audiovisuais	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%
Universal Picture Portugal	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
CLMC	n.d	[0-10]%	[10-20]%
Sony Pictures	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%
Warner Home Vídeo Portugal	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%

Prisvídeo	[10-20]%	[10-20]%	[0-10]%
Ecovídeo	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Atalanta Filmes	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Costa do Castelo Filmes	-	[0-10]%	[0-10]%
Seleccções Readers Digest	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Outros	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100%	100%	100%

Fonte: Quotas de mercado apresentadas pela Notificante, com base na APEV – Associação Portuguesa de Editores de Videogramas

45. Em resultado da operação de concentração notificada, dado que da mesma não resulta sobreposição horizontal, não se verifica qualquer alteração na quota de mercado, ocupando também a Lusomundo Audiovisuais, o primeiro lugar no *ranking* das empresas deste mercado, com uma quota de cerca de [20-30]%.
46. Este mercado apresenta uma estrutura da oferta cujo grau de concentração, medido pelo Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH), corresponde a cerca de 1200 pontos, em 2006, o que traduz um mercado pouco concentrado.
47. Acresce, de igual forma, que o *delta* resultante da presente operação é nulo, já que a empresa adquirente apenas reforça a sua participação no capital social desta, ao adquirir o controlo exclusivo da adquirida.
48. Assim, decorre de todo o exposto, 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 no mercado nacional da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para o canal retalhista.

5.3. O mercado nacional da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para os estabelecimentos de aluguer de vídeo

49. Quanto a este mercado, a Notificante informa que apenas cerca de [20-30]% da actividade de comercialização grossista de videogramas da empresa-alvo se destina ao mercado do aluguer de vídeo (*home video*).

50. A estrutura da oferta, no mercado nacional, da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para os estabelecimentos de aluguer de vídeo, nos últimos 2 anos – já que não foram disponibilizados dados para 2004 –, é a que se apresenta na Tabela *infra*:

Tabela 6: Estrutura da oferta, no mercado nacional, em 2005 e 2006

	2005	2006
Lusomundo Audiovisuais	[20-30]%	[20-30]%
Sony Pictures	[0-10]%	[10-20]%
LNK Audiovisuais	[10-20]%	[10-20]%
Universal Picture Portugal	[10-20]%	[10-20]%
CLMC	[0-10]%	[10-20]%
Prisvídeo	[0-10]%	[0-10]%
Warner Home Vídeo Portugal	[0-10]%	[0-10]%
Atalanta Filmes	[0-10]%	[0-10]%
Costa do Castelo Filmes	[0-10]%	[0-10]%
Outros	[10-20]%	[0-10]%
TOTAL	100%	100%

Fonte: Quotas de mercado apresentadas pela Notificante, com base na APEV – Associação Portuguesa de Editores de Videogramas

51. Em resultado da operação de concentração notificada, dado que da mesma não resulta sobreposição horizontal, não se verifica qualquer alteração na quota de mercado, ocupando também a Lusomundo Audiovisuais, o primeiro lugar no *ranking* das empresas deste mercado, com uma quota de cerca de [20-30]%.
 52. Este mercado apresenta uma estrutura da oferta cujo grau de concentração, medido pelo Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH), corresponde a cerca de 1652 pontos, em 2006, o que traduz um mercado pouco concentrado.
 53. Acresce, de igual forma, que o *delta* resultante da presente operação é nulo, já que a empresa adquirente apenas reforça a sua participação no capital social desta, ao adquirir o controlo exclusivo da adquirida.

54. Assim, decorre de todo o exposto, 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 no mercado nacional da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para o aluguer de vídeo.

VI – AUDIÊNCIA DE INTERESSADOS

55. 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

56. 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 respectivos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003 de 18 de Janeiro, decidiu adoptar uma decisão de não oposição à presente operação de concentração, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 Junho, uma vez que a mesma não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no *(i) mercado nacional da distribuição cinematográfica; no (ii) mercado nacional da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para o canal retalhista; e no (iii) mercado nacional da distribuição grossista de videogramas (DVD/VHS) para os estabelecimentos de aluguer de vídeo.*

Lisboa, 6 de Setembro de 2007

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

Prof. Doutor Abel Mateus

(Presidente)

Eng. Eduardo Lopes Rodrigues

(Vogal)

Dra. Teresa Moreira

(Vogal)