

**Ccent. n.º 56/2007  
CATVP/BRAGATEL/PLURICANAL**

**Decisão de Não Oposição  
com sujeição a Condições e Obrigações**

(artigo 37.º n.º 1 alínea a), e n.º 2 da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho)

21/Novembro/2008

## ÍNDICE

<b>I – INTRODUÇÃO .....</b>	<b>3</b>
<b>II – AS PARTES .....</b>	<b>4</b>
<b>IV – MERCADOS RELEVANTES .....</b>	<b>20</b>
4.2    SERVIÇOS TELEFÓNICOS EM LOCAL FIXO.....	21
4.2.1.  DEFINIÇÃO DOS MERCADOS DO PRODUTO RELEVANTES .....	21
4.2.2.  DEFINIÇÃO DO MERCADO GEOGRÁFICO RELEVANTE .....	24
4.2.3.  CONCLUSÃO .....	24
4.2    MERCADOS DE SERVIÇOS DE INTERNET .....	25
4.2.1.  MERCADO DE ACESSO À INTERNET EM BANDA LARGA .....	25
4.2.1.1.  DEFINIÇÃO DO MERCADO DO PRODUTO RELEVANTE .....	25
4.2.1.2.  DEFINIÇÃO DO MERCADO GEOGRÁFICO RELEVANTE .....	26
4.2.1.3.  CONCLUSÃO .....	28
4.2.2.  MERCADO GROSSISTA DA CONECTIVIDADE COM A INTERNET .....	28
4.2.2.1.  DEFINIÇÃO DO MERCADO DO PRODUTO RELEVANTE .....	28
4.2.2.2.  DEFINIÇÃO DO MERCADO GEOGRÁFICO RELEVANTE .....	29
4.2.2.3.  CONCLUSÃO .....	30
4.3.    MERCADO RETALHISTA DA TELEVISÃO POR SUBSCRIÇÃO.....	30
4.3.1.  DEFINIÇÃO DO MERCADO DO PRODUTO RELEVANTE .....	30
4.3.2.  DEFINIÇÃO DO MERCADO GEOGRÁFICO RELEVANTE .....	34
4.3.3.  CONCLUSÃO .....	45
<b>V - MERCADOS RELACIONADOS .....</b>	<b>46</b>
5.0.    PONTO PRÉVIO.....	46
5.1.    MERCADO DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO TELEVISIVA DE CONTEÚDOS DESPORTIVOS PREMIUM .....	48
5.1.1.  DEFINIÇÃO DO MERCADO DO PRODUTO .....	48
5.1.2.  MERCADO GEOGRÁFICO RELEVANTE .....	50
5.1.3.  CONCLUSÃO .....	50
5.2.    MERCADO DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO TELEVISIVA DE CONTEÚDOS CINEMATOGRÁFICOS <i>PREMIUM</i> .....	51
5.2.1.  MERCADO DE PRODUTO .....	51
5.2.2.  MERCADO GEOGRÁFICO .....	52
5.2.3.  CONCLUSÃO .....	52
5.3.    MERCADO DOS CANAIS DE CONTEÚDOS DESPORTIVOS <i>PREMIUM</i> .....	52
5.3.1.  MERCADO DO PRODUTO .....	52
5.3.2.  DEFINIÇÃO DE MERCADO GEOGRÁFICO .....	54
5.3.3.  CONCLUSÃO .....	55
5.4.    MERCADO DOS CANAIS DE CONTEÚDOS CINEMATOGRÁFICOS <i>PREMIUM</i> ..	55
5.4.1.  DEFINIÇÃO DE MERCADO DO PRODUTO .....	55
5.4.2.  DEFINIÇÃO DO MERCADO GEOGRÁFICO .....	56
5.4.3.  DEFINIÇÃO DE MERCADO: CONCLUSÃO .....	56
<b>VI – AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL .....</b>	<b>56</b>
6.1.    MERCADOS DOS SERVIÇOS TELEFÓNICOS FIXOS .....	56

6.2.	MERCADO NACIONAL DE ACESSO À INTERNET EM BANDA LARGA .....	59
6.3.	MERCADO GROSSISTA DA CONECTIVIDADE COM A INTERNET .....	62
6.4.	MERCADO DA TELEVISÃO POR SUBSCRIÇÃO .....	63
6.4.1.	ESTRUTURA DA OFERTA .....	63
6.4.2.	AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL .....	66
6.4.3.	CONCLUSÃO .....	78
<b>VII.</b>	<b>EFEITOS VERTICAIS .....</b>	<b>78</b>
<b>VIII.</b>	<b>PARECER DAS ENTIDADES REGULADORAS .....</b>	<b>83</b>
<b>IX.</b>	<b>COMPROMISSOS .....</b>	<b>85</b>
9.1	COMPROMISSOS PROPOSTOS PELA NOTIFICANTE .....	86
9.2	COMPROMISSO DE DESINVESTIMENTO DE UMA PARTE DAS REDES DE CABO E DOS CLIENTES DAS EMPRESAS ADQUIRIDAS.....	87
9.3	COMPROMISSO DE LIBERTAÇÃO DE ESPAÇO EM INFRA-ESTRUTURAS DE REDE 90	
9.4	COMPROMISSO DE DISPONIBILIZAÇÃO DE UMA OFERTA GROSSISTA DE TELEVISÃO POR SATÉLITE .....	93
9.5	DA SUFICIÊNCIA E ADEQUAÇÃO DOS COMPROMISSOS .....	97
<b>X.</b>	<b>AUDIÊNCIA DOS INTERESSADOS .....</b>	<b>105</b>
10.1	OBSERVAÇÕES DO ICP-ANACOM.....	106
10.1.1	PRIMEIRA AUDIÊNCIA DOS INTERESSADOS – 19 DE SETEMBRO.....	106
10.2	OBSERVAÇÕES DA ZON.....	109
10.2.1	PRIMEIRA AUDIÊNCIA DOS INTERESSADOS – 19 DE SETEMBRO.....	109
10.2.2	SEGUNDA AUDIÊNCIA DOS INTERESSADOS – 4 DE NOVEMBRO.....	109
10.3	OBSERVAÇÕES DA CABOVISÃO.....	110
10.3.1	PRIMEIRA AUDIÊNCIA DOS INTERESSADOS – 19 DE SETEMBRO.....	110
10.3.2	SEGUNDA AUDIÊNCIA DOS INTERESSADOS – 4 DE NOVEMBRO.....	129
10.4	OBSERVAÇÕES DA VODAFONE.....	131
10.4.1	SEGUNDA AUDIÊNCIA DOS INTERESSADOS – 4 DE NOVEMBRO.....	146
10.5	OBSERVAÇÕES DA PORTUGAL TELECOM .....	146
10.5.1	PRIMEIRA AUDIÊNCIA DOS INTERESSADOS – 19 DE SETEMBRO.....	146
10.5.2	SEGUNDA AUDIÊNCIA DOS INTERESSADOS – 4 DE NOVEMBRO.....	163
<b>XI.</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>169</b>

**DECISÃO DO CONSELHO DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA  
DE NÃO OPOSIÇÃO COM SUJEIÇÃO A CONDIÇÕES E OBRIGAÇÕES**

*Processo Ccent. 56/2007- CATVP / BRAGATEL / PLURICANAL*

**I – INTRODUÇÃO**

1. Em 14 de Agosto de 2007, foi notificada à Autoridade da Concorrência (doravante “AdC”), nos termos dos artigos 9.º e 31.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho (doravante “Lei da Concorrência” ou “LdC”), uma operação de concentração (doravante “Operação”), que consiste na aquisição, pela CATVP – TV Cabo Portugal, S.A. (“TV CABO”, ou “ZON TV Cabo”), do controlo exclusivo da Bragatel – Companhia de Televisão por Cabo de Braga, S.A. (“Bragatel”), Pluricanal Leiria – Televisão por Cabo, S.A. (“Pluricanal Leiria”) e Pluricanal Santarém – Televisão por Cabo, S.A. (“Pluricanal Santarém”).
2. Todavia, a notificação apresentada só veio a produzir efeitos em 15 de Novembro de 2007<sup>1</sup>, na medida em que a informação constante do Formulário de Notificação de Operações de Concentração se revelou incompleta<sup>2</sup>.
3. A operação notificada configura uma concentração de empresas, na acepção da alínea b) do n.º 1 do artigo do artigo 8.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, conjugada com a alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo, estando sujeita à obrigatoriedade de notificação por se encontrarem preenchidas as condições previstas nas alíneas a) e b) do n.º 1 do artigo 9.º do mesmo diploma.
4. Em 2 de Abril de 2008, 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

---

<sup>1</sup> Por aplicação do artigo 32.º, n.º 2 da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

<sup>2</sup> Não se encontrava cumprido o disposto no artigo 31.º, n.º 3 da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003, de 18 de Janeiro, deliberou, nos termos da alínea c) do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, dar início a uma investigação aprofundada à operação de concentração, uma vez que a mesma era susceptível, à luz dos elementos recolhidos, de criar ou reforçar uma posição dominante da qual pudessem resultar entraves significativos à concorrência efectiva no mercado da televisão por subscrição, de âmbito *infra-nacional*.

## II – AS PARTES

### 2. A Adquirente

#### 2.1. TV Cabo

5. A TV Cabo é uma sociedade anónima, integralmente detida pela PT Multimédia, Serviços de Telecomunicações e Multimédia, S.A. – actualmente, ZON Multimédia, Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A.<sup>3</sup> (“ZON”) – através da PT Televisão por Cabo, SGPS, S.A. – que oferece, a nível nacional, um vasto conjunto de produtos e serviços, no domínio das comunicações electrónicas, designadamente serviços *triple-play* – televisão por subscrição, serviços de acesso à Internet e serviços voz.

##### 2.1.1. Serviços de televisão por subscrição

6. Como principal operador do serviço de distribuição de televisão em Portugal, os serviços de televisão por subscrição disponibilizados pela TV Cabo são prestados através de duas plataformas: (i) rede cabo totalmente digitalizada, e (ii) plataforma de satélite. Esta oferta permite à TV Cabo disponibilizar o acesso a 65 canais, generalistas e

---

<sup>3</sup> Desde Janeiro de 2008.

temáticos e vários canais *Premium*, bem como um conjunto de serviço de TV Digital, como multijogos, rádio, *video-on-demand* e *replay*.

7. Fora do território de Portugal Continental, a TV Cabo detém participações nas empresas Cabo TV Madeirense, S.A. (71%) e Cabo TV Açoriana, S.A. (83,82%).

### **2.1.2. Serviços e acesso à Internet**

8. A TV Cabo presta também uma oferta retalhista de serviços de acesso à Internet em banda larga por *modem* de cabo, a clientes residenciais e empresariais, sob a insígnia "*Netcabo*". Esta entidade recorre igualmente à oferta grossista de ADSL da Portugal Telecom para prestar serviços de acesso à Internet em banda larga a um número exíguo clientes.
9. Com o recente início da prestação de serviços de telefonia fixa (2007), a TV Cabo permite que os seus clientes liguem para números não geográficos, nos quais se inclui, também, o acesso à Internet em banda estreita (*dial-up*) oferecido por outros prestadores deste serviço. Na verdade, conforme referido pela Notificante, a TV Cabo não oferece serviços e acesso à internet em banda estreita.

### **2.1.3. Serviços de telefonia fixa**

10. Conforme se referiu, em Janeiro 2007, a TV Cabo iniciou a prestação de serviços de voz sobre IP (VoIP), de utilização nómada<sup>4</sup>. Já em Novembro de 2007, passou também a prestar serviços de voz sobre IP, em local fixo.
11. Com o lançamento da referida oferta, em Novembro de 2007, passou a posicionar-se como operador integrado de telecomunicações.

## 2.2. ZON

12. A ZON encabeça um grupo empresarial, no qual está concentrada a gestão dos negócios multimédia, que incluem, designadamente, (i) a televisão por subscrição (cabo e satélite), (ii) o acesso à Internet em banda larga (por *modem* de cabo), (iii) a produção de programas para televisão, (iv) a distribuição e exibição cinematográfica, (v) a negociação de direitos sobre conteúdos de cinema e (vi) a distribuição grossista de videogramas (DVD e VHS).
13. Segundo a Notificante, a ZON detém, para além da TV Cabo, participações de controlo na Lusomundo Cinemas, S.A. e na Lusomundo Audiovisuais, S.A..
14. A ZON controla, ainda, a empresa ZON Conteúdos – Actividade de Televisão e de Produção de Conteúdos, S.A. (ZON Conteúdos), a qual actua como distribuidora de canais nacionais e estrangeiros, para as várias operadoras de televisão por subscrição, em Portugal. Por sua vez, esta detém uma participação de 50% na Sport TV Portugal, S.A. (SportTV)<sup>5</sup>, a qual se dedica ainda à produção e transmissão televisiva de eventos desportivos, em regime de assinatura.

### Do spin-off - Enquadramento

---

<sup>4</sup> Que utilizam a gama de numeração “30”.

<sup>5</sup> A remanescente participação de 50% é detida pelo Grupo Sportinveste, SGPS, S.A., através da sua participada, PPTV, Publicidade de Portugal e Televisão, S.A.

15. À data da notificação, a ZON, (então PT Multimédia, SGPS, S.A.) era a sub-*holding* do Grupo Portugal Telecom<sup>6</sup> para as áreas referidas nos pontos anteriores. Conforme admitido pela Notificante, àquela data, a Portugal Telecom, SGPS, S.A. (PT) detinha uma participação de cerca de 58% na ZON, da qual decorriam laços de interdependência e de subordinação jurídica da segunda face à primeira, nos termos do artigo 10.º, n.º 1 da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, constituindo, assim, estas duas e com todas as demais em iguais circunstâncias de facto ou de direito, uma única empresa, para efeitos daquele diploma (artigo 2.º n.º 2).
16. Conforme é do conhecimento público, a PT concluiu, em 7 de Novembro de 2007, o processo atribuição gratuita aos respectivos accionistas da totalidade das acções ordinárias representativas do capital social da ZON detidas por aquela (cerca de 58%)<sup>7</sup>, em operação designada por *spin-off*, deixando, assim, de deter qualquer participação no capital social da ZON.
17. À data da Decisão de Passagem a Investigação Aprofundada, a presença de, nomeadamente (e de entre outros factores), um núcleo de accionistas de referência comum a ambas as entidades, não permitia o afastamento liminar de um cenário de eventual continuidade de integração das duas sociedades num mesmo grupo empresarial – Grupo Portugal Telecom –, para efeitos do artigo 2.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.
18. Perante tal, não pôde a AdC ignorar a análise das actividades da PT, no âmbito da presente operação de concentração, nomeadamente para efeitos de definição de mercado relevante e consequente avaliação jus-concorrencial, pelo que entendeu, por motivos de completude, de esclarecimento e de transparência da sua análise – motivos,

---

<sup>6</sup> Entendimento plasmado na Decisão do Conselho da Autoridade da Concorrência, relativa ao processo Ccent. n.º 8/2006 – *Sonaecom/PT\*PTM*, de 22.12.2006

<sup>7</sup> Num primeiro momento, a PT alienou cerca de 50,1% do capital social que detinha na ZON, tendo mantido ainda, por razões fiscais, uma participação social de cerca de 8,3%, que veio a alienar poucos dias depois.

estes, que contribuem para a concretização dos Princípios da Prossecução do Interesse Público (artigo 4.º CPA), da Boa Fé (artigo 6.º-A CPA) e da Decisão (artigo 9.º CPA), proceder a uma análise, em I.ª fase, de cada um dos mercados relevantes, tendo por referência ambos os cenários (i.e. PT e ZON integradas numa única empresa, e ZON, isoladamente).

19. Com efeito, e como se constatou, os elementos e informações constantes do Processo vieram confirmar a posição da AdC nesta matéria, traduzindo-se os motivos que justificaram a abertura de uma fase de Investigação Aprofundada, nos termos do artigo 35.º, n.º 1 alínea c) da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, nas dúvidas e preocupações relativas ao mercado da televisão por subscrição, mercado no qual a posição da ZON – integrando, ou não, o Grupo PT – é muito significativa.
20. Já em sede de Investigação Aprofundada, veio o regulador sectorial ICP-ANACOM (doravante, “ICP-ANACOM” ou “ANACOM”), por Deliberação do seu Conselho de Administração, em 3 de Abril de 2008, manifestar o seu entendimento relativamente ao *spin-off* da ZON e ao seu impacto no âmbito das análises de mercado e obrigações destas decorrentes.
21. Defendeu o regulador sectorial que – dando *“especial relevo ao facto de se começar a registar um comportamento concorrencial entre a ZON e a PT”*, mas também ao facto de que *“um regime transitório que implique a sujeição da ZON a todas ou a algumas obrigações que impendem actualmente sobre o Grupo PT seria passível de constituir um factor de inibição da concorrência e de influenciar as conclusões da análise de mercados que é necessário desenvolver”* – com o *spin-off*, *“a ZON deixou de integrar o Grupo PT e, como tal, deixou de estar sujeita às obrigações regulamentares decorrentes das análises de mercado”*.
22. Com relevância directa para a questão em análise, deve ainda realçar-se o conjunto de declarações da ZON aos órgãos de comunicação social, nas quais imputa à PT a

responsabilidade pelos atrasos ocorridos na conclusão do *spin-off*, e o consequente impedimento da ZON em crescer como empresa autónoma e independente.

23. Finalmente, também a propósito do *spin-off* da ZON da PT, cabe referir que em 27 de Junho de 2008, na sequência do processo de revisão da definição dos mercados do produto e mercados geográficos, avaliações de PMS e imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares<sup>8</sup>, o ICP-ANACOM solicitou parecer da AdC nos termos do artigo 61.º da Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro, sobre os “Mercados de fornecimento grossista de acesso (físico) à intra-estrutura de rede num local fixo e de fornecimento grossista de acesso em banda larga. À presente data, a análise do regulador encontra-se, ainda, pendente.

#### Do *spin-off* - Análise

24. Em primeiro lugar refira-se, a título de esclarecimento, que com o *spin-off*, concretizado em 07 de Novembro de 2007, deixaram de estar preenchidos os requisitos de que, de acordo com o Código das Sociedades Comerciais (CSC), depende a existência de sociedades coligadas, as quais abrangem, por um lado, as sociedades em relação de simples participação, de participações recíprocas e de domínio e, por outro lado, as sociedades em relação de grupo (art. 481.º e ss. do CSC).
25. Esta circunstância, contudo, não impede que se afira da efectividade do *spin-off* da ZON para efeitos (e de acordo com as regras próprias) do regime jurídico da concorrência.

---

<sup>8</sup> Recorde-se que em 17.12.2007, a CE publicou a Recomendação 2007/879/CE sobre mercados relevantes, a qual substitui a Recomendação 2003/31 1/CE, de 11 de Fevereiro. As alterações ocorridas no mercado e a revisão da Recomendação tornam oportuna, por parte do ICP-ANACOM, a revisão (de alguns) dos mercados de comunicações electrónicas.

26. É que, para estes efeitos, a análise da AdC sobre a efectividade do *spin-off* da ZON tem que ser enquadrada nos termos do artigo 2.º da LdC.
27. Este preceito determina, no n.º 1, que “considera-se empresa, para efeitos da presente lei, qualquer entidade que exerça uma actividade económica que consista na oferta de bens ou serviços num determinado mercado, independentemente do seu estatuto jurídico e do modo de funcionamento”.
28. Nos termos do n.º 2, “considera-se como uma única empresa o conjunto de empresas que, embora juridicamente distintas, constituem uma unidade económica ou que mantêm entre si laços de interdependência ou subordinação decorrentes dos direitos ou poderes enumerados no n.º 1 do artigo 10.º”.
29. Mobilizado este artigo para a análise da situação concreta, é inequívoco que PT e ZON são empresas na acepção do n.º 1 do artigo 2.º da LdC.
30. A questão que importa esclarecer, pois, é se nas circunstâncias actuais estas duas empresas podem ser consideradas uma única empresa por constituírem uma unidade económica ou por manterem entre si laços de interdependência ou subordinação decorrentes dos direitos ou poderes enumerados no n.º 1 do art. 10.º da LdC (art. 2.º, n.º 2, da LdC).
31. Da leitura atenta dos direitos e poderes enumerados no n.º 1 do art. 10.º da LdC resulta que, no caso concreto, nenhum destes se verifica nas relações actualmente existentes entre a PT e a ZON, pelo que não é possível encontrar laços de interdependência ou subordinação entres estas duas empresas decorrentes daqueles direitos ou deveres.
32. Assim, neste contexto e por não cumprirem os requisitos enunciados nos parágrafos anteriores, PT e ZON são empresas distintas.

33. No entanto e não obstante, resta ainda averiguar se estas duas empresas podem ser entendidas como constituindo uma unidade económica na acepção que lhe é imputada pelo regime jurídico da concorrência, isto é, saber se na perspectiva da actuação das empresas, após a concretização do *spin-off*, a ZON e a PT se comportam ou não como uma unidade económica.
34. O conceito de unidade económica, plasmado na LdC nacional, resulta da prática decisória da Comissão Europeia e do pensamento jurisprudencial dos Tribunais comunitários, *maxime* do Tribunal de Justiça da Comunidade Europeia (TJCE).
35. A este título, por exemplo, a Comissão Europeia:
- a. Em 1969 (Decisão *Christiani & Nielsen*) considerou que uma “sociedade mãe” e a sua filial constituíam uma mesma entidade económica pelo facto de a “sociedade mãe” deter um conjunto de poderes sobre a filial (nomear os seu dirigentes, emitir directivas, etc.), eximindo os acordos entre ambas da subsunção ao art. 85.º (actual art. 81.º) do TCE;
  - b. Na Decisão *Kodak* de 30 de Junho de 1970 a CE assumiu a mesma posição, particularizando que a sociedade filial se encontrava “na dependência exclusiva e completa” da sociedade mãe.
36. O TJCE, por sua vez:
- a. No Ac. *Béguelin* de 25 de Novembro de 1971 ajuizou nos mesmos termos, concluindo que constituíam uma unidade económica duas empresas quando uma delas (a filial) não dispunha de autonomia económica face à outra (sociedade mãe);
  - b. No Ac. *ICI* de 14 de Julho de 1972 entendeu como critério para a existência de uma unidade económica nos termos *supra* referidos o facto de a empresa filial, apesar de deter personalidade e capacidade jurídica distintas, não dispor de autonomia no

seu comportamento no mercado, porque estava sujeita às instruções da sociedade mãe;

- c. Em 1996, no caso *Viho*, estabeleceu o chamado *Viho test*, que assenta na verificação da independência do processo decisório e da autonomia na determinação da sua própria conduta no mercado por parte das empresas em causa.

37. Assim, verificando-se historicamente alguma evolução e densificação do conceito de unidade económica quer a nível da prática decisória da CE, quer a nível da jurisprudência comunitária, o sentido básico subjacente ao mesmo tem-se mantido razoavelmente inalterado: para que possa considerar-se existir uma unidade económica estando em causa duas ou mais empresas é necessário que exista uma possibilidade de exercício de controlo efectivo de uma(s) sobre(s) a(s) outra(s) (ou, acrescente-se, o controlo comum efectivo de ambas, conforme referido no parágrafo seguinte) que retire autonomia à sua actuação.

38. Assim, regressando à análise das actuais relações entre ZON e PT e atendendo especialmente aos factores oportunamente identificados como potenciadores da possibilidade destas empresas constituírem uma unidade económica nos termos e para efeitos do n.º 2 do art. 2.º, há que apurar se os mesmos traduziram (no período de tempo entretanto decorrido) uma unidade comportamental das empresas que afaste a autonomia. Os factores identificados foram os seguintes:

- a. O sentido de voto manifestado pelo conjunto de accionistas titulares de participações qualificadas em ambas as sociedades — PT e ZON — tem-se revelado como suficientes para a aprovação de deliberações sobre propostas apresentadas nas respectivas Assembleias-Gerais;
- b. A comunhão de interesses existentes entre alguns accionistas comuns indicará que estes tenderão a votar no mesmo sentido;

- c. À semelhança do que ocorreu anteriormente, será previsível que, após o *spin-off*, os Conselhos de Administração nomeados pela PT continuem a ser os propostos, conjuntamente, à respectiva AG, pelos mesmos accionistas, sendo expectável que tal venha a suceder relativamente à ZON;
  - d. A existência de relações de interdependência entre as sociedades PT e ZON, ao nível de, nomeadamente, contratos de prestação de serviços, que continuam em vigor após a concretização do *spin-off*.
39. Identificou-se como primeiro factor relevante naquele sentido a existência de um núcleo comum de accionistas de referência nas duas empresas<sup>9</sup>.
40. Ora, apesar de este indício poder ser valorado como potenciador da existência de controlo conjunto das empresas em causa, não pode deixar de salientar-se, por um lado, que se trata de *um conjunto de accionistas com potencial poder decisório* e não de *um único accionista com efectivo poder decisório* sobre ZON e PT.
41. Assim, para que nas circunstâncias concretas possa entender-se estar em causa o controlo comum de ambas as empresas, há que identificar e provar, em primeiro lugar, a existência de comunhão de interesses/incentivos entre o núcleo de accionistas comuns.
42. Em segundo lugar, há que comprovar a possibilidade da tradução desses interesses comuns em estratégias concretas coordenadas entre esses accionistas.
43. E, em terceiro lugar, há que identificar e provar a tradução concreta dos interesses comuns e das estratégias definidas no comportamento, no mercado, das empresas em causa.

---

<sup>9</sup> Afinal, o factor que – tendo decorrido do modo como foi levado a cabo o processo de *spin-off* – impede que se possa afastar liminarmente a hipótese de aquelas duas empresas constituírem uma unidade económica para efeitos do direito da concorrência.

44. Apenas depois de, comprovadamente, preenchidos estes requisitos relativamente à PT e à ZON poderá sustentar-se, fundadamente, constituírem estas empresas no momento actual uma unidade económica.
45. O segundo e o terceiro factor a considerar, foram identificados como a comunhão de interesses existentes entre alguns accionistas comuns; comunhão, essa, que indicará que os mesmos tenderão a votar numa lógica de convergência de estratégias para as duas empresas.
46. É uma evidência que não deixam de ser indicativos da existência de interesses comuns: (i) o sentido de voto manifestado pelo conjunto de accionistas titulares de participações qualificadas em ambas as sociedades na aprovação de deliberações sobre propostas apresentadas nas respectivas Assembleias-Gerais; (ii) bem como a expectativa de que os Conselhos de Administração nomeados pela PT e pela ZON continuem a ser os propostos, conjuntamente, às respectivas AG, pelos accionistas de referência.
47. No entanto, inexitem quaisquer provas concretas desses interesses comuns e terá que aguardar-se até ao final do actual mandato dos órgãos de administração das empresas para se verificar, em concreto, se se confirmam as expectativas quanto ao processo de escolha e nomeação dos titulares desses órgãos.
48. Para além disso, inexitem quaisquer provas concretas de que tal aparente comunhão de interesses tenha tido tradução num comportamento menos autónomo (ou não autónomo) das empresas no mercado.
49. A realidade demonstrável, e até este momento demonstrada, é que apenas em circunstâncias especiais – nem todas na disponibilidade dos sujeitos em causa – tal comunhão de interesses pode assumir relevância<sup>10</sup>, mas por outro lado, e conforme

---

<sup>10</sup> Os pressupostos assumidos para que este entendimento mereça acolhimento são que seria necessário i) que um número significativo dos accionistas de referência estivesse de acordo; e ii) que esse número de accionistas

analisado em maior detalhe *infra*, o próprio comportamento das empresas no mercado tem demonstrado uma actuação das empresas em sentido oposto.

50. Finalmente, o quarto factor que se identificou como relevante a conclusão de que PT e ZON poderiam constituir (ainda) uma unidade económica para efeitos da LdC seria a existência de relações de interdependência entre as sociedades PT e PTM, ao nível de, nomeadamente, contratos de prestação de serviços.
51. Ora, de acordo com informação interna da AdC, verifica-se que alguns desses contratos já foram resolvidos e outros estão em vias de o ser.
52. Neste cenário, parece não se confirmar a evidência de que PT e ZON ainda constituam uma única unidade económica.
53. Por outro lado, e em paralelo à identificação na sua Decisão de Passagem a Investigação Aprofundada, dos indícios que a PT e a ZON poderiam, ainda, constituir uma unidade económica, identificou a AdC outros indícios que militavam no sentido oposto, isto é, no sentido da autonomia recíproca destas duas empresas para efeitos do regime jurídico da concorrência.
54. Destacaram-se de entre esses factores a inexistência de Administradores comuns às duas sociedades<sup>11</sup>; a alienação total da participação social que a PT detinha na ZON (indício que demonstra que, pelo menos directamente, a PT não exerce qualquer influência decisiva na ZON); a separação contabilística; e o lançamento de ofertas comerciais por ambas as sociedades, aparentemente, concorrentes entre si.

---

conseguisse determinar objectivamente a estratégia das empresas, directamente (nas AG) e/ou indirectamente (através da nomeação dos órgãos de administração).

<sup>11</sup> Embora os elementos dos Conselhos de Administração de cada uma delas tenham sido membros do Conselho de Administração da outra ou de suas participadas.

55. Ora, atentos estes factores, a realidade dos últimos meses tem vindo a confirmar o entendimento que estas circunstâncias indiciavam, com especial destaque para o facto de se ter vindo a registar um comportamento aparentemente concorrencial entre a ZON e a PT.
56. De facto, foram lançados pelas empresas PT e ZON, em condições competitivas, novos produtos em diferentes mercados de comunicações electrónicas em que ambas actuam (v.g. o produto “Meo” da PT, que reúne os serviços de Voz, Acesso à Internet em Banda Larga e Televisão por Subscrição);

Do spin-off - Conclusão

57. Assim, em face de todo o exposto, entende a AdC concluir, face aos elementos de que dispõe, que ZON e PT constituem empresas distintas, não as considerando, deste modo, como uma única unidade económica para efeitos do art. 2.º, n.º 2 da LdC, entendimento que se reflecte na presente Decisão.
58. Neste sentido, os volumes de negócios realizados pela TV Cabo e ZON, em Portugal, nos últimos três anos, foram os seguintes:

**Tabela 1: Volumes de Negócios da TV Cabo e ZON (em milhões de euros).**

	2004	2005	2006
<b>TV Cabo</b>	[>150]	[>150]	[>150]
<b>ZON</b>	[>150]	[>150]	[>150]

**Fonte:** Notificante.

### 2.3. Empresas Adquiridas

59. A BRAGATEL é uma sociedade anónima, actualmente controlada pela ParfiteL – SGPS, S.A., que, enquanto operadora de telecomunicações, desenvolve na cidade de Braga e em alguns Concelhos da periferia<sup>12</sup>, as actividades de prestação de serviços de televisão por subscrição; prestação de serviços de acesso à Internet por cabo e, desde 2005, prestação de serviços voz através da internet (VoIP).
60. A PLURICANAL LEIRIA e PLURICAL SANTARÉM são sociedades anónimas, actualmente controladas pela ParfiteL – SGPS, S.A., que, enquanto operadoras de telecomunicações prestam na região centro do país<sup>13</sup>: serviços de televisão por subscrição; serviços de acesso à Internet em banda larga; e serviços de voz em local fixo.
61. Os volumes de negócios realizados pelas Adquiridas, entre 2004 a 2006, em Portugal<sup>14</sup>, foram os seguintes:

**Tabela 2: Volume de Negócios da Adquirida (em milhões de euros)**

	2004	2005	2006
<b>Bragatel</b>	[>2]	[>2]	[>2]
<b>Pluricanal Leiria</b>	[>2]	[>2]	[>2]
<b>Pluricanal Santarém</b>	[>2]	[>2]	[>2]

**Fonte:** Notificante.

### III – NATUREZA DA OPERAÇÃO

<sup>12</sup> Os Concelhos abrangidos pela rede Bragatel são: Braga, Vila Verde, Prado, Amares, e Famalicão (cidade).

<sup>13</sup> Os Concelhos abrangidos pela rede da Pluricanal Leiria e da Pluricanal Santarém são: Cantanhede, Porto de Mós, Leiria, Pombal, Batalha, Lourinhã, Torres Vedras, Ourém, Santarém, Cartaxo, Almeirim, Abrantes, Alcanena, Alpiarça.

<sup>14</sup> Nenhuma das Adquiridas realizou, nos últimos três anos, qualquer volume de negócios fora do território nacional.

62. A operação, nos termos do Contrato Promessa de Compra e Venda de Acções, celebrado, em 3 de Agosto, entre a CATVP – TV Cabo Portugal, S.A., por um lado, e a Parfitel, SGPS, S.A. e a Metalgest – Sociedade de Gestão, SGPS, S.A.<sup>15</sup>, por outro, consiste na aquisição, pela TV Cabo de:
- (i) 100% do capital social da Bragatel;
  - (ii) uma participação correspondente a 92,06% do capital social da Pluricanal Leiria;
  - (iii) uma participação correspondente 98,75% do capital social da Pluricanal Santarém.
63. Em 8 de Maio de 2008, foi comunicado ao mercado<sup>16/17</sup> que, em 6 de Maio, a ZON havia acordado a uma modificação do contrato anteriormente celebrado com a Parfitel e Metalgest, nos termos da qual a TV CABO acordava adquirir 20% do capital social da Bragatel e o Caixa – Banco de Investimento, S.A. (“CaixaBI”) 80% do capital da mesma sociedade; a TV CABO acordava adquirir 19,048% do capital social da Pluricanal Leiria e o CaixaBI 76,192% do capital da mesma sociedade, e a TV CABO acordava adquirir 19,75% do capital social da Pluricanal Santarém e o CaixaBI 79% do capital da mesma sociedade.
64. Foi, igualmente, previsto que a TV CABO acordava adquirir ao CaixaBI a sua participação nas referidas sociedades, uma vez emitida uma Decisão de não oposição pela AdC à operação de concentração, consubstanciada na aquisição notificada em Agosto de 2007.
65. Neste sentido, o controlo exclusivo sobre as adquiridas passou, em resultado da alteração contratual comunicada ao mercado em Maio de 2008, a ser exercido, em

---

<sup>15</sup> A Metalgest – Sociedade de Gestão, SGPS, S.A. é parte no referido contrato, enquanto garante.

<sup>16</sup> Disponível em [www.cmvm.pt](http://www.cmvm.pt).

<sup>17</sup> Comunicado à AdC em 12 de Agosto.

exclusivo, pelo Caixa BI, tendo a ZON uma participação financeira em cada uma das Adquiridas.

66. Para efeitos de conformidade com as disposições constantes dos artigos 8.º e 9.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, considera a AdC que a alteração descrita não configura uma alteração relevante da operação notificada, do ponto de vista do direito da concorrência, e em particular das normas aplicáveis ao controlo de operações de concentração.
67. Com efeito, entende a AdC que nos termos da alínea c) do n.º 4 do artigo 8.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, e do artigo 101.º do Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 298/92, de 31 de Dezembro, com a última redacção que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 1/2008, de 3 de Janeiro (adiante designado “RGICSF”), a concretização da primeira fase da transacção – aquisição, pelo CaixaBI da maioria das participações sociais e direitos de voto das Adquiridas - não é havida como uma concentração de empresas, na medida em que a mesma corresponde à aquisição, por uma instituição de crédito e por prazo seguido não superior a três anos, de uma participação que lhe confere mais de 25% dos direitos de voto do capital da sociedade participada.
68. Nestes termos, em resultado da concretização da segunda fase da transacção (cfr. ponto 64), as Adquiridas deixarão de estar sob o actual controlo exclusivo da Caixa BI, passando a ser controladas, em exclusivo, pela TV Cabo, e indirectamente pela ZON.
69. Face ao exposto, a operação notificada consubstancia 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, encontrando-se a mesma sujeita à obrigação de notificação prévia, por estarem preenchidas as condições previstas nas alíneas a) e b) do n.º 1 do artigo 9.º da Lei da Concorrência.

70. Trata-se de uma concentração de tipo horizontal, por se verificar sobreposição entre as actividades das empresas participantes.

#### IV – MERCADOS RELEVANTES

##### 4.0. Ponto Prévio

71. Em operações de concentração anteriores – v.g. *Ccent. 8/2006 – Sonaecom / PT\*PTM*, de 22 de Dezembro de 2006<sup>18</sup> –, a AdC teve já oportunidade de analisar, em detalhe, os mercados das comunicações electrónicas, nomeadamente o mercado das comunicações fixas (voz e Internet), tendo para o efeito adoptado definições de mercado relevante em consonância, quer com a prática da Comissão Europeia<sup>19</sup> nesta matéria, quer com o entendimento adoptado pelo regulador sectorial, *in casu*, o ICP – ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações (“ICP - ANACOM”), no âmbito do exercício das suas funções nos termos da Lei n.º 5/2004 de 10 de Fevereiro<sup>20</sup>.
72. De facto, a AdC, em diferentes Pareceres solicitados pelo ICP - ANACOM<sup>21</sup>, no que respeita aos vários mercados por esta analisados, não se opôs à definição dos mercados do produto e geográfico relevantes por si avançada, nem à correspondente avaliação de *Poder de Mercado Significativo* (PMS), considerando que a análise desenvolvida pelo regulador, no que respeita aos vários mercados grossistas e retalhistas, era coerente com a aplicação da metodologia do Direito da Concorrência.
73. Por outro lado, teve a AdC, igualmente no âmbito da já citada operação de concentração *Ccent. 8/2006 – Sonaecom/PT\*PTM*, a oportunidade de analisar, em detalhe, um conjunto de actividades na área de multimédia e conteúdos, tendo

---

<sup>18</sup>Bem como, por exemplo, *Ccent. 44/2007 – Sonaecom/Activos ONI*, de 24 de Agosto de 2007 e *Ccent. 46/2007 – Sonaecom/Tele2*, de 4 de Setembro de 2007.

<sup>19</sup>Cfr. “Recomendação da Comissão Europeia sobre mercados relevantes de produtos e serviços de comunicações electrónicas”. Recomendação 2003/311/CE, de 11.02.2003.

<sup>20</sup>Cfr. Artigo 56.º e sgs. da Lei n.º 5/2004 de 10 de Fevereiro.

<sup>21</sup>Pareceres disponíveis em: <http://www.anacom.pt>.

concluído, então, que algumas das quais se afiguravam susceptíveis de constituir mercados relevantes, para efeitos de Direito da Concorrência<sup>22</sup>.

74. Assim, sempre que não se justifique uma delimitação diversa da desenvolvida aquando da análise à operação de concentração *Ccent. 8/2006 – Sonaecom / PT\*PTM*, considera esta Autoridade dever a mesma ser a adoptada, para efeitos de delimitação de mercados relevantes, no âmbito da presente operação de concentração.
75. Quando, pelo contrário, se justifique uma delimitação de mercado distinta da adoptada na referida decisão, a mesma será devidamente fundamentada.

## 4.2 SERVIÇOS TELEFÓNICOS EM LOCAL FIXO

### 4.2.1 Definição dos mercados do produto relevantes

#### Caracterização das actividades

76. Em 12 de Fevereiro de 2008, a Notificante veio esclarecer o modo como são prestados os serviços de Voz fornecidos pelas empresas Adquiridas e pela Adquirente, em acréscimo à explicação, já anteriormente oferecida, quanto às actividades desta última.
77. Afirma que, apenas em 7 de Novembro de 2007, a TV Cabo deu início à prestação do serviço telefónico em local fixo, suportado em tecnologia IP (Packet Cable) com recurso à gama “2” do Plano Nacional de Numeração.
78. Até aquela data, e desde 23 de Janeiro de 2007, a TV Cabo oferecia apenas Serviços de Voz sobre IP, de utilização nómada<sup>23</sup>. Para o efeito a TV Cabo utiliza um *gateway* que liga a sua rede IP à rede pública comutada, permitindo aos utilizadores fazer e receber chamadas de, e para, números do Plano Nacional de Numeração (PNN).

---

<sup>22</sup>Vide, igualmente *Ccent. 47/2003 – PPTV - Publicidade de Portugal e Televisão, S.A. / PT Conteúdos, SGPS, S.A.*, de 8 de Abril de 2004.

<sup>23</sup>Que utilizam a gama de numeração “30”.

79. Quanto aos serviços prestados pelas Adquiridas, informa a Notificante que ,[CONFIDENCIAL] utiliza a gama de numeração “2” para prestar serviços de Voz.
80. Assim, segundo a Notificante, não existirá sobreposição ao nível da prestação de serviços de VoIP nómada, uma vez que: (i) as Adquiridas não prestam serviço de VoIP nómada; e (ii) os serviços de VoIP nómada, no seu entender, não são intersubstituíveis pelos serviços de voz tradicionais, estes não integrando, por conseguinte, o mesmo mercado do produto relevante.
81. Deste modo, entende a Notificante que a prestação de serviços VoIP nómada não constituirão um mercado do produto relevante, para efeitos da presente operação de concentração.

#### **Posição da AdC**

82. Conforme reconhecido pela Notificante, as Adquiridas, bem como a ZON, desde Novembro de 2007, prestam serviços telefónicos em local fixo, tendo a ZON já iniciado a prestação de serviços de VoIP nómada em Janeiro de 2007.
83. A este respeito, importa ter em consideração que a voz sobre o protocolo Internet permite ao utilizador final realizar comunicações telefónicas através de uma rede de dados, como é o caso da Internet, através da conversão de um sinal de voz analógico num conjunto de sinais digitais, sob a forma de pacotes com endereçamento IP, os quais podem ser enviados, designadamente, através de uma ligação à Internet (preferencialmente em banda larga)<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Cfr. Relatório da Consulta Pública sobre a Abordagem regulatória aos serviços de voz suportados na tecnologia IP, elaborado pelo ICP – ANACOM, no seguimento da consulta pública lançada em 7.11.2005.

84. No entanto, é preciso notar que algumas características destes serviços são distintas das dos serviços telefónicos tradicionais, atendendo, nomeadamente ao facto de não permitirem algumas facilidades de serviço, como seja a localização física do chamador.
85. Por outro lado, estes serviços, de características marcadamente emergentes, têm uma adesão ainda pouco significativa entre os clientes residenciais, não existindo, neste momento, elementos que permitam, com rigor, garantir a sua substituíbilidade pelos serviços telefónicos em local fixo.
86. Neste âmbito, o entendimento da Notificante de que os serviços de VoIP nómada poderão constituir um mercado de produto relevante autónomo dos serviços telefónicos tradicionais não parece ser desadequado, pelo que a AdC, para efeitos da presente operação de concentração, aceita tal entendimento.
87. Assim sendo, num eventual mercado de serviços de VoIP nómada apenas estaria presente a ZON, pelo que o mesmo não constituiria um mercado relevante a considerar, para efeitos da presente operação de concentração.
88. Esclarecida esta questão prévia, importa agora referir que, em anteriores operações de concentração, a AdC teve já oportunidade de analisar, em detalhe, os mercados dos serviços telefónicos em local fixo, tendo para o efeito adoptado definições de mercados relevantes que poderão igualmente aplicar-se à presente operação de concentração. Neste âmbito, autonomizam-se, como mercados do produto relevantes, os:
- *Serviços telefónicos locais e/ou nacionais publicamente disponíveis fornecidos num local fixo para clientes residenciais;*
  - *Serviços telefónicos internacionais publicamente disponíveis num local fixo para clientes residenciais;*

- *Serviços telefónicos locais e/ou nacionais publicamente disponíveis fornecidos num local fixo para clientes não residenciais;*
- *Serviços telefónicos internacionais publicamente disponíveis num local fixo para clientes não residenciais;*
- *Serviços telefónicos destinados a números não geográficos publicamente disponíveis fornecidos num local fixo;*
- *Serviços de originação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo; e*
- *Serviços de terminação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo.*

#### **4.2.2. Definição do mercado geográfico relevante**

89. Nos termos da prática decisória nacional *supra* mencionada, os mercados do produto relevantes referidos - à excepção do mercado da *terminação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo*, que têm um âmbito geográfico correspondente à cobertura da rede de comunicações electrónicas do operador onde as chamadas são terminadas - apresentam uma dimensão correspondente ao território nacional, pelas razões aí, em detalhe, explanadas.

#### **4.2.3. Conclusão**

90. Face a todo o exposto, consideram-se como mercados relevantes, para efeitos da presente operação, os:
- *Serviços telefónicos locais e/ou nacionais publicamente disponíveis fornecidos num local fixo para clientes residenciais, de âmbito nacional;*
  - *Serviços telefónicos internacionais publicamente disponíveis num local fixo para clientes residenciais, de âmbito nacional;*

- *Serviços telefónicos locais e/ou nacionais publicamente disponíveis fornecidos num local fixo para clientes não residenciais, de âmbito nacional;*
- *Serviços telefónicos internacionais publicamente disponíveis num local fixo para clientes não residenciais, de âmbito nacional;*
- *Serviços telefónicos destinados a números não geográficos publicamente disponíveis fornecidos num local fixo, de âmbito nacional;*
- *Serviços de originação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo, de âmbito nacional; e*
- *Serviços de terminação de chamadas na rede telefónica pública num local fixo de cada operador.*

## **4.2 MERCADOS DE SERVIÇOS DE INTERNET**

### **4.2.1. MERCADO DE ACESSO À INTERNET EM BANDA LARGA**

#### **4.2.1.1. Definição do mercado do produto relevante**

91. Em linha com a posição adoptada na decisão *Ccent. 8/2006 – Sonaecom / PT\*PTM*, de 22 de Dezembro de 2006 e em decisões anteriores, a AdC considera que o acesso à Internet de banda larga, quando prestado através das tecnologias ADSL e modem de cabo, constitui um mercado do produto autónomo, uma vez que estas se afiguram como substituíveis entre si, por apresentarem funcionalidades semelhantes, do ponto de vista dos utilizadores finais, estando aptas a satisfazer as mesmas necessidades.
92. Já os serviços de acesso à Internet de banda larga prestados sobre outros suportes [v.g. fibra óptica, acesso fixo via rádio - FWA<sup>25</sup> -, redes locais via rádio - RL-R ou R-LAN -<sup>26</sup>,

---

<sup>25</sup> *Fixed Wireless Access.*

<sup>26</sup> *Radio Local Area Networks.*

sistemas móveis de terceira geração - UMTS<sup>27</sup> -, *Powerline Communications*, televisão digital terrestre - DVB-T<sup>28</sup>], caracterizam-se, ainda, por uma reduzida disponibilidade, cobertura e penetração no mercado nacional, pelo que não serão considerados, face ao actual grau de desenvolvimento das referidas tecnologias e para efeitos da presente operação, como integrando o mercado de acesso à Internet de banda larga.

93. De salientar, por último, e ainda de acordo a mesma prática decisória da AdC, que, por um lado, o mercado de acesso à Internet de banda larga constitui um mercado do produto autónomo do mercado dos serviços de acesso à Internet em banda estreita (analógico e digital), e do mercado dos acessos dedicados (circuitos alugados, que envolvem, sobretudo, a oferta de largura de banda simétrica), e que, por outro lado, não se justifica a segmentação do mesmo por tipo de cliente (i.e. clientes residenciais e não residenciais).
94. Deste modo, a AdC, para efeitos da presente operação, identifica como relevante o *mercado de acesso à Internet em banda larga*.

#### **4.2.1.2. Definição do mercado geográfico relevante**

95. A AdC, tal como proposto pela Notificante, e de acordo com a sua prática decisória anterior, considera, para efeitos da presente operação de concentração, que o âmbito geográfico do mercado de acesso à Internet em banda larga corresponde ao território nacional, pelos seguintes principais factores:
- (i) As licenças dos prestadores de serviços são de âmbito nacional ou têm abrangência nacional;

---

<sup>27</sup> *Universal Mobile Telecommunication Systems*.

<sup>28</sup> *Digital Video Broadcasting*, na sua versão terrestre (T).

- (ii) As ofertas grossistas de acesso em banda larga (oferta grossista “Rede ADSL PT”, ORALL) e as redes de distribuição por cabo permitem uma cobertura e uma penetração bastante significativas em todo o território nacional.
96. Refira-se, porém, que tal consideração em nada obsta ao teor do Parecer da Autoridade da Concorrência, remetido em Agosto último ao regulador sectorial, nos termos do art.<sup>o</sup> 61.<sup>o</sup> da Lei n.<sup>o</sup> 5/2004, de 10 de Fevereiro, relativo ao projecto de decisão do ICP-ANACOM “*Mercados de fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo e de fornecimento grossista de acesso em banda larga – Definição dos mercados do produto e mercados geográficos, avaliações de PMS e imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares*”.
97. Na verdade, a Autoridade da Concorrência não se opôs à definição, pelo regulador sectorial, de mercados geográficos relevantes de âmbito *infra* nacional, em concreto à definição dos mercados retalhistas de (i) acesso em banda larga – “Áreas C”<sup>29</sup>, e de (ii) acesso em banda larga – “Áreas NC”<sup>30</sup>, nos quais, o regulador concluiu que o Grupo PT detinha Poder de Mercado Significativo (PMS).
98. Todavia, e para efeitos da presente operação de concentração, entende-se não se justificar, a adopção de uma tal delimitação geográfica *infra* nacional, na medida em que as conclusões da avaliação jusconcorrencial, conforme reconhecido pelo próprio ICP-ANACOM, são independentes do âmbito geográfico dos mercados, atendendo, nomeadamente, aos seguintes factores:
- a. Nas “Áreas NC”, a ZON detém uma quota de mercado de 13%;

---

<sup>29</sup> Áreas cobertas pelos pontos de atendimento onde existe (a) pelo menos um operador co-instalado, (b) pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo e (c) onde a percentagem de alojamentos cablados do principal operador no concelho é superior a 60%. Cfr. [www.anacom.pt](http://www.anacom.pt)

<sup>30</sup> As restantes áreas.

- b. As empresas do Grupo Parfitel, predominantemente actuam em zonas da “Área NC”, tendo uma quota de mercado pouco significativa;
- c. Na “Área C”, bem como na “Área NC”, o Grupo PT foi identificado, pelo regulador sectorial, como detendo PMS.

#### **4.2.1.3. Conclusão**

99. Face a todo o exposto, considera-se, para efeitos da presente operação de concentração, sem prejuízo do exposto nos parágrafos 96 e seguintes, que o mercado relevante corresponde ao *mercado nacional de acesso à Internet em banda larga*.

#### **4.2.2. MERCADO GROSSISTA DA CONECTIVIDADE COM A INTERNET**

##### **4.2.2.1. Definição do mercado do produto relevante**

100. Conforme explanado na Decisão desta Autoridade Ccent n.º 08/2006 – *Sonaecom/PT\*PTM*, independentemente da forma de acesso utilizada pelos clientes finais, existem diversas formas de obtenção de conectividade mundial, designadamente através: “(i) da aquisição da conectividade a uma rede que esteja ela mesma em condições de garantir essa conectividade através dos acordos que celebrou; (ii) da celebração de acordos de interligação e intercâmbio de tráfego com um número suficientemente grande de redes para cobrir todos os destinos possíveis; e, finalmente, (iii) da combinação da celebração de acordos de interligação com determinadas redes e aquisição da restante conectividade necessária”.
101. Esta conectividade resulta da necessidade de os prestadores de serviços de acesso à Internet proporcionarem aos seus clientes a possibilidade de entrega dos pacotes de dados aos seus destinatários.

102. Nesse sentido, para que os pacotes de dados enviados pelos utilizadores finais cheguem ao destino e para que o tráfego de entrada seja recebido, é necessário que as empresas celebrem os acordos necessários com vista a uma conectividade com todos os outros utilizadores finais da Internet.
103. A análise da substituíbilidade do lado da procura, ilustrada na Decisão *supra* mencionada, aponta para que os serviços grossistas de conectividade com a Internet não sejam substituíveis por qualquer outro tipo de serviços, o que indicia, desde logo, que os mesmos poderão constituir um mercado do produto relevante autónomo, entendimento este igualmente defendido pela Notificante.
104. Assim, a AdC, de acordo com a sua prática de decisória *supra* mencionada e para efeitos da presente operação de concentração, identifica como relevante o *mercado grossista da conectividade com a Internet*.

#### **4.2.2.2. Definição do mercado geográfico relevante**

105. Na medida em que os prestadores de serviços de acesso à Internet podem contratar, a nível grossista, serviços de conectividade tanto a empresas nacionais como a empresas internacionais, entende-se que o âmbito geográfico é mais lato que o nacional.
106. Por sua vez, e atendendo a que a análise jusconcorrencial não seria distinta, consoante a delimitação geográfica adoptada para este mercado, entende esta Autoridade que, para efeitos da presente operação de concentração não se revela necessário determinar a amplitude exacta do mercado geográfico, sendo certo que a mesma é mais lata que o território nacional.

#### 4.2.2.3. Conclusão

107. Face a todo o exposto, considera-se que o mercado relevante, para efeitos da presente operação é o *mercado grossista da conectividade com a Internet, de âmbito geográfico mais lato que o território nacional.*

### 4.3. MERCADO RETALHISTA DA TELEVISÃO POR SUBSCRIÇÃO

#### 4.3.1. Definição do mercado do produto relevante

##### Posição da Notificante

108. A Notificante define o mercado da televisão por subscrição como o correspondente à prestação do serviço de transmissão do sinal de televisão e do respectivo conteúdo ao consumidor final, mediante o pagamento de uma contraprestação (assinatura ou subscrição). Esses serviços são comercializados em pacotes de canais televisivos, sendo ainda disponibilizados um conjunto adicional de canais temáticos de acesso condicionado, mediante o pagamento adicional dos mesmos.
109. Acrescenta a Notificante que, em Portugal, estes serviços são prestados através das seguintes plataformas: (i) redes de FWA; (ii) redes de distribuição por cabo coaxial; (iii) tecnologia *Multipoint, Microwave Distribution System* (MMDS), como complemento ao cabo coaxial, utilizada nomeadamente pela TV Cabo Madeirense (iv) satélite, onde se inclui o serviço *Direct To Home – DTH*, utilizado pela TV Cabo e pela TV Tel; e (v) infra-estruturas suportadas em pares metálicos, através das tecnologias xDSL (IPTV).
110. Este entendimento difere do vertido pelo ICP - ANACOM na sua Deliberação de 2 de Agosto de 2007, relativa ao mercado grossista de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais, na medida em que a Notificante integra neste mercado os serviços de televisão prestados sobre as plataformas FWA e IPTV.

111. De facto, a Notificante considera que as diferentes plataformas são substituíveis entre si, na medida em que são susceptíveis de ser utilizadas para distribuição de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado, livre, ou com assinatura, ou, ainda, para a distribuição de serviços de programas televisivos de acesso condicionado.
112. Salaria, ainda, que não existem diferenças entre os serviços prestados sobre as diferentes plataformas na perspectiva do consumidor, o que os torna substituíveis entre si.

#### **Posição da contra-interessada**

113. Diferentemente do entendimento da Notificante, a contra – interessada Cabovisão – Televisão por Cabo, S.A. (“Cabovisão”), considera que os serviços de televisão por subscrição prestados sobre diferentes plataformas não integram o mesmo mercado do produto, atendendo ao diferente estágio de evolução e de penetração de cada uma das plataformas.
114. A Cabovisão refere, nesse sentido, a Deliberação da ANACOM de 2 de Agosto de 2007, relativa ao mercado grossista de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais, em que o regulador sectorial entendeu que *“não se podem, por ora, considerar substitutos dos serviços de difusão analógica terrestre, difusão em redes de distribuição por cabo, ou difusão por satélite, já amplamente difundidos junto dos utilizadores finais”*, as tecnologias ou sistemas *“xDSL/IP, suportados em pares metálicos entrançados, FWA, UMTS, PLC<sup>31</sup>, TDT e fibra óptica”*.
115. Todavia, a contra – interessada Cabovisão propõe uma delimitação do mercado do produto ainda mais restrita. Entende que o mercado da televisão por subscrição, através de cabo coaxial, constitui um mercado do produto autónomo, dadas as vantagens desta tecnologia, em termos técnicos e de capacidade, face às restantes, bem

---

<sup>31</sup> “PLC” refere-se a “Powerline Communications”.

como ao facto de a oferta de televisão por satélite complementar, em termos geográficos, a oferta do serviço de televisão por subscrição.

### Posição da AdC

116. Conforme consta da Decisão *Sonaecom/PT\*PTM*, o mercado da televisão por subscrição é um mercado retalhista, que consiste na prestação ao consumidor do serviço de transmissão do sinal de televisão e do respectivo conteúdo – correspondente a um pacote de canais –, mediante o pagamento de uma contraprestação (assinatura ou subscrição)<sup>32</sup>.
117. O pacote de canais objecto principal do contrato denomina-se “pacote básico”, sendo a respectiva oferta habitualmente complementada por um outro serviço de distribuição de canais, cujo visionamento está condicionado ao pagamento de uma contrapartida específica – chamados “canais de acesso condicionado”.
118. Este mercado distingue-se do mercado da televisão de acesso livre, em termos do modelo de negócio (enquanto este último se baseia apenas nas receitas decorrentes da publicidade, as receitas decorrentes da prestação de serviços de televisão por subscrição incluem, também, a prestação mensal paga pelos subscritores); do tipo e diversidade dos conteúdos difundidos; dos requisitos técnicos e condições de concorrência.
119. Os meios utilizados, no presente, para transmissão do sinal de televisão em Portugal, tal como também é referido pela Notificante, são a redes de cabo, de satélite

---

<sup>32</sup> A Comissão já identificou como mercado autónomo potencial o mercado dos serviços “pay-per-view” (PPV), “near-video-on-demand” (nVoD) e “video-on-demand” (VoD). Fê-lo na Decisão da Comissão de 02.04.2003, COMP/M.2876, *Newscorp/Telepiù* (§43) e na Decisão da Comissão de 20.12.2000, COMP/M.2211, *Universal Studio Networks / De Facto 829 (NTL) / Studio Channel Limited* (§17 e 18). Não obstante, atento o estágio incipiente da oferta destes serviços, optou por não efectuar a referida autonomização. Pelos mesmos motivos, e mesmo tendo em conta que a PT Multimédia tem em curso um teste piloto de “Real Vod” e televisão de alta definição, também na presente Decisão não se considera relevante uma autonomização destes mercados face à televisão por subscrição. A informação relativa aos serviços de VoD e televisão de alta definição consta do Relatório do Conselho de Administração da PT Multimédia sobre a OPA da Sonaecom, junto à carta enviada aos accionistas de 6.3.2006, p. 8, disponível em <http://web3.cmvm.pt/sdi2004/emitentes/docs/FR8461.pdf>.

(vulgarmente designado por DTH – Direct To Home), FWA e mais recentemente, IP (IPTV).

120. As ofertas existentes no mercado português, apesar de se suportarem em redes distintas, prestam serviços com características bastante semelhantes (em termos de preço, oferta e condições de recepção).
121. Não obstante se reconhecerem alguns dos argumentos avançados pela contra-interessada Cabovisão, relativamente às limitações das tecnologias suportadas em IPTV, FWA e Satélite, entende esta Autoridade que a existência de ofertas comerciais de televisão por subscrição, todas elas, com um vasto leque de conteúdos idênticos entre os vários prestadores, indicam que as mesmas devem fazer parte do mesmo mercado do produto relevante.
122. Na verdade, como a contra – interessada refere, o Satélite, na perspectiva da oferta, revela-se como complementar às ofertas de televisão por subscrição prestadas sobre cabo, nas localidades em que esta última tecnologia não se encontra disponível, por ser muito dispendiosa a sua implementação.
123. No entanto, na perspectiva da procura, atendendo a que serviço por Satélite também se encontra disponível nas áreas servidas pelo cabo, aquele constitui uma alternativa viável ao cabo (e às demais tecnologias), para a aquisição do serviço de televisão por subscrição.
124. Releva ainda ter presente que a delimitação do mercado do produto relevante deve ser feita, em regra, no respeito pelo princípio da neutralidade tecnológica, o que conduz a

que essa mesma definição deva complementar as diversas plataformas de transmissão<sup>33</sup>.

## Conclusão

125. Na sequência da análise efectuada, esta Autoridade identifica como relevante, para efeitos da presente operação de concentração, o mercado retalhista da televisão por subscrição, independentemente da plataforma que suporta a prestação do serviço.

### 4.3.2. Definição do mercado geográfico relevante

#### Posição da Notificante

126. Considera a Notificante que, atento (i) o âmbito nacional do regime jurídico que regula o acesso à actividade da prestação do serviço de televisão por subscrição; (ii) o facto de a actividade de *“operação e exploração de redes de televisão poder ter âmbito nacional e de as respectivas empresas não estarem legalmente limitadas geograficamente”*; (iii) as ofertas dos operadores de televisão por subscrição, e respectivos preços, seriam homogéneas em todo o território nacional; (iv) a que a verdadeira pressão concorrencial dos demais operadores verifica-se a nível nacional, a dimensão deste mercado é de âmbito nacional.
127. Reforça este entendimento com o facto do ICP-ANACOM ter considerado<sup>34</sup> que o *“âmbito de actuação relativamente reduzido de alguns operadores não justificaria a delimitação de mercados regionais, uma vez que a dimensão das redes se encontra relacionada com a data de entrada dos operadores no mercado, a estratégia comercial adoptada e, obviamente, a respectiva capacidade de investimento”*.

---

<sup>33</sup> Cfr. a este propósito Decisão da Comissão de 17.05.2004, COMP/M.3411, *UGC/Noos* (§13 a 17); Decisão da Comissão de 02.04.2003, COMP/M.2876, *Newscorp/Telepiù* (§35, 99); Decisão da Comissão de 20.12.2000, COMP/M.2211, *Universal Studio Networks / De Facto 829 (NTL) / Studio Channel Limited* (§27).

<sup>34</sup> Deliberação do ICP-ANACOM, de 2 de Agosto de 2007, relativa ao Mercado Grossista de Serviços de Radiodifusão para Entrega de Conteúdos a Utilizadores Finais.

128. Por outro lado, acrescenta, ainda, que, de acordo com o Regulador Sectorial, os operadores de televisão por cabo praticam preços comuns no território nacional e oferecem o mesmo pacote de serviços em todo o território nacional.
129. Por último, salienta que a tecnologia IPTV – suportada, em última instância, na rede de cobre da Portugal Telecom com cobertura nacional - é susceptível de se posicionar, a curto/médio prazo, como uma das mais fortes concorrentes da televisão por cabo e por satélite, de âmbito nacional.
130. Em face da argumentação *supra* exposta, entende a Notificante que a dimensão geográfica corresponde ao território nacional<sup>35</sup>.

### **Posição dos Terceiros**

131. Já a Cabovisão<sup>36</sup> apresenta um entendimento distinto quanto à delimitação geográfica do mercado. Entende esta entidade que a mesma deve ser infra-nacional, [CONFIDENCIAL]<sup>37</sup>.
132. Baseia o seu entendimento no facto de que, de acordo com a legislação em vigor,<sup>38</sup> os operadores de rede de cabo que prestam o serviço de televisão por subscrição estão obrigados a comunicar, previamente, à Câmara Municipal a realização das respectivas obras urbanísticas, necessárias ao exercício da sua actividade.

---

<sup>35</sup> O entendimento de que o mercado geográfico relevante da prestação retalhista da televisão por subscrição corresponde à dimensão nacional é partilhado pela AR Telecom - Acessos e Redes de Telecomunicações, S.A. (ARTelecom).

<sup>36</sup> Em comunicação remetida à Autoridade da Concorrência em 6 de Dezembro de 2007.

<sup>37</sup> Como apontamento lateral, refira-se que a [CONFIDENCIAL].

<sup>38</sup> Decreto- Lei n. 355/1999, de 16 de Dezembro, na redacção que lhe foi dada pelo Decreto -Lei n. 177/2001, de 4 Junho.

133. Destaca, ainda, a Cabovisão, o Decreto-Lei<sup>39</sup> que estabelece o regime de instalação de infra-estruturas de telecomunicações em edifícios e respectivas ligações às redes públicas de telecomunicações, bem como o regime de actividade de certificação das instalações e avaliação de conformidade de equipamentos, materiais e infra-estruturas, afirmando que, na prática, as Autorizações emitidas pelo ICP-ANACOM estão limitadas à área do Município.
134. Assim, conclui a contra-interessada que uma Autorização do ICP-ANACOM que habilita um operador ao exercício da actividade da distribuição de televisão por cabo num dado Município ou conjunto de Municípios, não o habilita a prestar o serviço em todo o território nacional.
135. Acresce que o pedido de acesso a infra-estruturas físicas do Grupo Portugal Telecom é feito por localidade ou parte de localidade e a concessão do acesso pode corresponder na íntegra ao pedido efectuado ou apenas a parte do mesmo.
136. Além destas obrigações administrativas, a Cabovisão alerta para o facto de a delimitação das próprias infra-estruturas físicas impossibilitarem a presença nacional dos operadores de cabo, sendo que a Oferta de Referência de Acesso às Conduitas (ORAC) da PT Comunicações apenas prevê que se deixe livre em cada traçado *“uma área correspondente a 20% da área interna utilizada”*.
137. Refere, ainda, que a saturação das infra-estruturas dentro dos edifícios dificulta a instalação de um novo operador de cabo, isto é, quando já existem dois operadores de cabo com infra-estruturas nos edifícios (ao qual acresce, normalmente, a infra-estrutura de cobre da PT Comunicações), a alternativa consiste em colocar uma calha técnica, inestética, o que requer autorização dos proprietários ou legais ocupantes, que na

---

<sup>39</sup> Decreto-Lei n. 59/2000, de 19 de Abril, que estabelece o regime de instalação de infra-estruturas de telecomunicações em edifícios.

maioria dos casos acabam por recusar o pedido e inviabilizar a oferta de serviços por um terceiro operador de cabo.

138. Face a todo exposto, a contra-interessada Cabovisão entende que o mercado geográfico relevante corresponde à área de cada Município. Não obstante, em resposta a pedido de elementos da AdC, recebida em 20 de Maio de 2008, veio a mesma complementar a informação anteriormente aduzida ao processo, no sentido de a dimensão geográfica do mercado apontar para as áreas *“designadas institucionalmente como Nomenclaturas de Unidades Territoriais de Nível III [...] a que corresponderão, à área de influencia das redes das empresas adquiridas.”*
139. Já a Sonaecom referiu, em sede de Audiência de Interessados na primeira fase do procedimento que, entre outros aspectos, as ofertas baseadas em IPTV enfrentam, a curto e médio prazo, algumas limitações, atendendo (i) às condições demográficas e económicas dos Concelhos afectados, (ii) ao facto de as ofertas comerciais de IPTV serem relativamente recentes e (iii) ao facto de, segundo alguns indicadores referidos pela Sonaecom, apenas 40% da população portuguesa poder vir a beneficiar de ofertas IPTV suportadas nas redes de cobre.
140. Posteriormente, em sede de Investigação Aprofundada, a Soanecom manifestou que, atendendo às especificidades da presente operação de concentração, designadamente as características específicas dos serviços de *pay-tv* e das infra-estruturas das redes das Adquiridas, propende para uma delimitação geográfica de âmbito infra-nacional, correspondente, em princípio, ao conjunto de Concelhos em que as empresas a Adquirir dispõem de rede instalada.
141. O Grupo PT, em sede de Investigação Aprofundada e em resposta a pedido de elementos desta Autoridade, apresentou um conjunto de elementos – relativos à prática decisória nacional e comunitária, à actividade das adquiridas, ao enquadramento

regulatório dessas actividades e aos constrangimentos concorrenciais que estas exercem sobre a Adquirente – que, no seu entender, apontam para o carácter regional ou infra-nacional dos mercados.

142. Em suma, em sede de Investigação Aprofundada, a AdC consultou os prestadores de serviços de televisão por subscrição que, para além das partes, operam no território nacional. Com excepção da ARTELECOM, todos os restantes – Cabovisão, Grupo PT e Sonaecom – defendem que o mercado geográfico relevante, para efeitos da presente operação, tem dimensão infra-nacional, constituindo a área de influência das Adquiridas, o elemento que, pela sua presença, torna distintas as condições de concorrência.

#### **Referências ao âmbito geográfico da operação contidas no Parecer do ICP-ANACOM**

143. Em parecer emitido pelo ICP – ANACOM, o regulador refere que a operação se circunscreve a áreas geográficas específicas, com implicações negativas ao nível da concorrência e das possibilidades de escolha para o consumidor final. O regulador sectorial alerta, ainda, para a necessidade da existência de uma definição rigorosa da dimensão geográfica, e também do produto, dos mercados relevantes.
144. Recorda o regulador a sua Deliberação de 2 de Agosto de 2007, relativa ao mercado grossista de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais, onde identificou a existência de *“situações em que as redes dos operadores não são coincidentes o que poderia justificar a definição de mercados geográficos mais restritos correspondentes às áreas de influência de cada rede de distribuição”* (sublinhado nosso).
145. No parecer *supra* referido, o ICP-ANACOM constatou que as condições de concorrência no mercado retalhista de televisão por subscrição não são homogéneas, na medida em que *“nas regiões onde existia pelo menos um operador alternativo de redes de distribuição por cabo, se desenvolveu alguma concorrência, traduzida em quotas de mercado da TV Cabo*

*inferiores à quota de mercado a nível nacional daquela empresa, existindo mesmo algumas regiões em que os operadores alternativos à TV Cabo apresentam valores para a quota de mercado superiores a 70% e 80% e, obviamente, regiões onde são os únicos operadores presentes, em que a quota é de 100%”.*

### **Posição da AdC**

146. Na Decisão *Sonaecom/PT\*PTM*, acima identificada, a AdC entendeu que, para efeitos da referida operação de concentração, o âmbito geográfico correspondia ao mercado nacional, baseando-se, explicitamente, no facto de o regime jurídico que regulamenta esta actividade ser comum a todo o território nacional, bem como no facto de os factores linguístico e cultural assumirem um papel determinante na procura, pelos subscritores, de canais televisivos.
147. Não obstante, implicitamente, teve em consideração que a empresa a adquirir estava implementada na generalidade do território nacional.
148. Ora, nos termos da Comunicação da Comissão<sup>40</sup>, *“O mercado geográfico relevante compreende a área em que as empresas em causa fornecem produtos ou serviços, em que as condições da concorrência são suficientemente homogéneas e que podem distinguir-se de áreas geográficas vizinhas devido ao facto, em especial, das condições da concorrência serem consideravelmente diferentes nessas áreas”*. Ora, como refere o ICP-ANACOM<sup>41</sup>, as estruturas de mercado, primeiro elemento determinante das condições de concorrência, não são homogéneas a nível nacional, podendo, inclusivamente, admitir-se justificar uma definição de mercados geográficos mais restrita, como correspondendo às áreas de influência de cada rede de distribuição.

---

<sup>40</sup>Comunicação da Comissão Relativa à definição do mercado relevante para efeitos do Direito Comunitário da Concorrência (97/C 372/03), de 9 de Dezembro.

<sup>41</sup>No seu Parecer de 27 de Dezembro, ao abrigo do artigo 34º da Lei n.º 18/2003.

149. A AdC entende que a homogeneidade das condições da oferta e da procura em sectores de actividade cujo exercício implique o recurso a infra-estruturas físicas, nomeadamente de rede (as quais não se afiguram como facilmente expansíveis ou replicáveis) derivam, em primeira instância, das estruturas de mercado, do número de operadores, sua dimensão e posicionamento relativo. São essas estruturas que determinaram o grau de concorrência efectiva nos mesmos. O facto de as ofertas e preços das mesmas serem homogéneas em todo o território nacional não determinam, *per se*, que os mercados tenham âmbito nacional.
150. Acresce que as Adquiridas sofrem pressão concorrencial da Adquirente, em cerca de 11 dos 20 Concelhos onde actuam. Esta pressão concorrencial condiciona a actividade das Adquiridas e da Adquirente nesses Concelhos, diferentemente do que sucede nos Concelhos em que apenas um operador está presente, o que indicia que as condições de concorrência não são homogéneas em todo o território nacional.
151. A este respeito refira-se que, não obstante a política de preços ser nacional, em virtude de os tarifários da televisão por subscrição serem idênticos em todo o território, nas áreas onde existe concorrência, por via da existência de políticas de retenção de clientes, os benefícios concedidos aos clientes serão, naturalmente, superiores aos que são concedidos nas áreas em que não existe concorrência.
152. Em limite, poder-se-á afirmar que, na ausência de condições de concorrência efectiva, um operador pode aumentar os preços da prestação do serviço de televisão por subscrição numa determinada área geográfica, sem que haja o risco de perder clientes para empresas que operam em áreas geográficas distintas.
153. Ilustra tal situação o facto de, conforme se pode constatar na Tabela 8, os preços médios anuais dos pacotes oferecidos pelas Adquiridas, entre 2004 e 2005, serem distintos entre si, sem que tal facto permitisse que os clientes de uma pudessem optar pelos serviços

do operador que oferecia o pacote mais económico. Note-se, a este respeito que, para efeitos da Lei da Concorrência, os três operadores a adquirir (Bragatel, Pluricanal Leiria e Pluricanal Santarém) constituem uma única entidade económica que, naquele período, praticava preços não homogéneos nos territórios em que operavam.

154. Por outro lado, a definição de mercado constitui um instrumento para identificar e definir os limites da concorrência entre as empresas, sendo o seu principal objectivo a identificação dos condicionalismos concorrenciais que as empresas envolvidas numa operação de concentração têm de enfrentar, consistindo, assim, na identificação dos *“concorrentes efectivos das empresas em causa susceptíveis de restringir o seu comportamento e de impedi-las de actuar independentemente de uma pressão concorrencial efectiva”*<sup>42</sup>.
155. Ora, no que respeita ao mercado retalhista em análise, os consumidores localizados na área de implementação das empresas a adquirir deixam de ter, na grande maioria dos Concelhos, a possibilidade de escolha do prestador do serviço por cabo, na medida em que, na maioria dos Concelhos, apenas um operador permaneceria activo da distribuição de televisão por cabo, como plataforma principal na prestação de serviços de televisão por subscrição<sup>43</sup>.
156. Ora, contrariamente a outros serviços de comunicações electrónicas, como por exemplo os serviços de telefonia vocal, não é possível contratar o serviço de televisão por subscrição por cabo se o prestador desse serviço não possuir uma rede de distribuição que leve o sinal televisivo a casa de cada cliente final, na medida em que não existem ofertas grossistas disponíveis para o efeito.

---

<sup>42</sup>Comunicação da Comissão Relativa à definição do mercado relevante para efeitos do Direito Comunitário da Concorrência (97/C 372/03), de 9 de Dezembro.

<sup>43</sup> Como se verá *infra*, a prestação de serviços de televisão por subscrição com recurso a outras plataformas tecnológicas, ainda que possível, apresenta algumas desvantagens competitivas face ao cabo, o que as torna substitutos imperfeitos destas infra-estruturas.

157. Com efeito, a natureza do serviço de televisão por subscrição implica que os clientes que pretendam mudar de prestador de serviço, e não possam<sup>44</sup> adquirir ou colocar “antenas parabólicas” nos edifícios, terão, obrigatoriamente, que escolher um prestador que possua uma rede de distribuição na área de actuação das empresas Adquiridas<sup>45</sup>.
158. Por outro lado, de acordo com a informação disponível, neste momento, não existe outro operador, com expressão relevante em termos de número de clientes, a prestar este serviço de televisão por subscrição nos Concelhos onde as empresas Adquiridas estão presentes.
159. Segundo dados coligidos em fase de Investigação Aprofundada, relativos ao final de 2007, nos Concelhos onde as Adquiridas se encontram activas, o número de clientes da Clix TV não ultrapassava [CONFIDENCIAL] (em 6 Concelhos comuns) e da PT não ultrapassava [CONFIDENCIAL] (em 8 Concelhos comuns). Como se verá *infra*, a Cabovisão não ultrapassava, em 2007, os [CONFIDENCIAL] clientes localizados em apenas 2 dos Concelhos onde as Adquiridas se encontram presentes (cfr. *infra*).
160. Na definição do âmbito geográfico do mercado relevante em apreço, importa, ainda, ter presente, que as Autorizações concedidas pelo ICP-ANACOM, – até à entrada em vigor da Lei n.º 5/2004 de 10 de Fevereiro, no que concerne à distribuição de televisão por cabo, e ao abrigo das quais operam as empresas participantes - se circunscreveram a cada Município ou conjunto de Municípios, não habilitando os prestadores a operar em todo o território nacional.
161. Este factor é particularmente relevante por a plataforma de distribuição por cabo ser, de longe, a mais utilizada para prestar este serviço [mais de 70% do número total de

---

<sup>44</sup> Atendendo, nomeadamente às restrições dos regulamentos de condomínio.

<sup>45</sup> Adicionalmente, para quem pretenda aceder a serviços de *triple play*, o DTH, segundo a contra-interessada Cabovisão, não se apresenta como uma tecnologia viável para o efeito, havendo, do ponto de vista dos prestadores, economias de gama em fornecer os três tipos de serviços na mesma plataforma.

assinantes] e por não se identificarem novos pedidos relevantes de operadores para desenvolverem novas redes de cabo.

162. Importa também recordar que a AdC, para determinar quais os mercados geográficos relevantes, quando estes são de âmbito infra-nacional, tem em conta a localização geográfica das unidades empresariais adquiridas<sup>46</sup>.
163. Já no que se refere à prática comunitária, não excluindo diversas decisões da Comissão Europeia que têm apontado para uma dimensão nacional dos mercados de distribuição retalhista de televisão de subscrição, existem outras decisões em que esta tem deixado em aberto a possibilidades destes mercados terem um âmbito mais restrito que o nacional<sup>47</sup>. Nestes casos, a Comissão aponta para a possibilidade de os mercados de distribuição por subscrição terem âmbito local.
164. Em particular, no caso COMP/M.3609 - *CINVEN / France Telecom Cable* é claramente referido que não se exclui que os mesmos tenham um âmbito local, na medida em que os operadores de cabo franceses actuam em zonas geográficas limitadas, tal como é o caso das Adquiridas.
165. Na Exposição de Motivos da Comissão Europeia<sup>48</sup> relativa aos mercados relevantes nos sector das comunicações electrónicas susceptíveis de regulação *ex-ante*, é referido que o espaço geográfico do mercado relevante tem sido determinado tradicionalmente pela referência a dois critérios principais: (i) a área coberta pela rede e (ii) o espaço de

---

<sup>46</sup> Cfr. a título de exemplo, Decisão Ccent n.º 57/2007 – *Capio/Unilabs*, relativamente a redes de laboratórios de análise clínicas, e Ccent n.º 51/2007 – *Sonae/Carrefour* (entre outras no sector da distribuição de bens de base alimentar).

<sup>47</sup> Cfr. Case COMP/M.3609 - *CINVEN / France Telecom Cable* – NC *Numericable*, de 4/03/2005; Case COMP / M.3411 – *UGC/NOOS*, de 17/05/2004

<sup>48</sup> *Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services - Commission staff working document – [(C(2007) 5406)].*

aplicação de instrumentos legais e de outros instrumentos de regulação, sendo que a estes corresponde, geralmente, o território do Estado-Membro.

166. Não obstante, alerta para que o investimento em infra-estruturas alternativas é frequentemente desigual através do território de cada Estado-Membro, e em muitos países há, agora, infra-estruturas concorrentes em diferentes partes do país, tipicamente em áreas urbanas. Quando aplicável, uma Autoridade Reguladora Nacional poderá, em princípio, definir mercados geográficos infra-nacionais.
167. Finalmente, relativamente à prestação de serviços sobre outras plataformas, especificamente a plataforma IPTV, a AdC concorda que as partes sofrem concorrência por partes dos operadores que prestam estes serviços, razão pela qual considerou que estes pertenciam ao mesmo mercado relevante.
168. Contudo, da investigação conduzida pela AdC, a prestação de serviços de televisão por subscrição sob esta plataforma (IPTV) não se afigura, ainda, posicionada como uma verdadeira alternativa efectiva à plataforma cabo - sem prejuízo de, num futuro próximo, tal poder vir a acontecer -, uma vez que ainda se encontra numa fase de desenvolvimento muito embrionária.
169. Este entendimento foi confirmado pelas duas operadoras que utilizam a plataforma IPTV como plataforma para a prestação de serviço de televisão por subscrição - Portugal Telecom, através da marca "MEO" e Sonaecom, através da marca "Clix TV". Refere esta última empresa que existe, ainda, pouca alternativa ao cabo com o IPTV.
170. Por sua vez, refere a PT que, embora a plataforma IPTV tenha capacidade e margem de crescimento suficiente para suportar uma oferta com mais de 100 canais - como é o caso da oferta IPTV da MEO - esta ainda está *"longe de traduzir uma alternativa efectiva para a oferta da TV Cabo na medida em que o alargamento da cobertura pressupõe melhoramentos da*

*rede da PTC que só podem ser realizados progressivamente, com tempo e à custa de avultados recursos financeiros.”*

171. Neste sentido, entende a AdC que a emergência da prestação do serviço de televisão por subscrição assente nas plataformas de FWA e IPTV (de âmbito potencialmente nacional) não se afigura, ainda e por si só, como suficiente e incontornável para determinar a dimensão geográfica do mercado em causa.

#### **4.3.3. Conclusão**

172. Em suma, atendendo, nomeadamente:

- i) ao carácter local das Autorizações já concedidas pelo ICP-ANACOM e ao facto de se identificarem novos pedidos de habilitação para a prestação de serviços de distribuição de televisão por cabo;
- ii) às diferentes condições de concorrência no território nacional, decorrentes de diferentes estruturas da oferta, associadas à natureza da actividade em causa, nomeadamente decorrente das dificuldades à expansão da infra-estrutura de rede;
- iii) ao acesso às infra-estruturas físicas do Grupo Portugal Telecom para passar a rede de cabo que é realizado através de troços geralmente confinados às respectivas localidades<sup>49</sup>;
- iv) ao âmbito da rede das Adquiridas, que as impede de exercer pressão concorrencial em toda a área de implementação da Adquirente;
- v) ao facto de as plataformas de distribuição baseadas em FWA ou IPTV deterem uma fraca implementação;

---

<sup>49</sup> Segundo a contra-interessada Cabovisão.

- vi) ao facto de a plataforma de satélite se ter apresentado, até hoje, como um meio complementar para a prestação do serviço de distribuição de televisão por cabo;
- vii) ao facto de os clientes das adquiridas não poderem optar por um prestador de serviço de televisão por cabo que opere em áreas vizinhas, dado que esse operador não detém infra-estrutura de rede no local onde as adquiridas estão presentes;
- viii) aos resultados da investigação de mercado empreendida na segunda fase do procedimento;
- ix) às condições de concorrência onde as Adquiridas estão presentes constituírem um elemento distintivo das demais áreas do território nacional;

entende a AdC que o mercado geográfico relevante, para efeitos da presente operação, tem um âmbito infra-nacional, o qual, em limite, poderá corresponder à circunscrição administrativa de cada Concelho no qual as empresas Adquiridas estão presentes, ou à área de influência das redes de cabo das empresas Adquiridas, a qual abrange vários Concelhos.

173. Na Decisão, optou-se por apresentar a avaliação jusconcorrencial tendo por referência o mercado geográfico mais lato (i.e., por referência à área de influência das redes de cabo das empresas Adquiridas, a qual abrange vários Concelhos), uma vez que, num ou noutro cenário, a mesma não seria distinta.

## V - MERCADOS RELACIONADOS

### 5.0. Ponto Prévio

174. A fim de avaliar da susceptibilidade de resultarem da presente operação, determinados efeitos jusconcorrenciais de natureza vertical, importa identificar os mercados em que a Adquirente se encontra presente, nos quais não se verifica sobreposição com as

actividades desenvolvidas com a Adquirida, mas que se relacionam directamente, a montante ou a jusante, com os mercados relevantes definidos no âmbito do presente procedimento.

175. Neste sentido, e com vista à identificação dos eventuais efeitos verticais, importa proceder à delimitação dos mercados relacionados, relativamente às seguintes áreas de actividades: (i) a transacção de direitos de transmissão televisiva de conteúdos desportivos e de conteúdos cinematográficos *premium*; e (ii) a produção, emissão e disponibilização de canais de acesso condicionado com conteúdos desportivos e conteúdos cinematográficos *premium*.
176. De referir, a título prévio, que a Notificante não identificou, para efeitos da presente operação, os mercados correspondentes às actividades desenvolvidas pela Sport TV – i.e. transacção de direitos de transmissão televisiva de conteúdos desportivos *premium* e produção e emissão de sinal de canais com conteúdos desportivos *premium* –, por entender que a Sport TV, que desenvolve estas actividades, não é controlada pela Adquirente.
177. As contra-interessadas Cabovisão e Sonaecom consideram que não é claro que a Adquirente não se encontre presente neste mercado.
178. Acrescenta ainda a Cabovisão, nas suas observações, que “a PT Multimédia [actual ZON Multimédia], por intermédio da ZON Conteúdos exerce um controlo conjunto com a Sportinveste SGPS, S.A. (“Sportinveste”), por intermédio da PPTV, Publicidade de Portugal e Televisão, S.A. (“PPTV”), sobre a Sport TV”.
179. Neste sentido, e de acordo com a posição assumida no âmbito das operações de concentração Ccent 47/2003, PPTV/PT Conteúdos/Sport TV e Ccent. 8/2006 – Sonaecom/PT\*PTM, a AdC considera que a empresa Sport TV, S.A. é controlada

conjuntamente pela ZON, através da ZON Conteúdos (50%) e pela Sportinveste SGPS, S.A. (50%).

180. Na verdade, da análise do Acordo Parassocial celebrado entre a, então, PT Conteúdos e pela PPTV, resulta que ZON Conteúdos detém a possibilidade de exercer uma influência determinante sobre a Sport TV, uma vez que a ZON Conteúdos:

(i) [CONFIDENCIAL];

(ii) [CONFIDENCIAL] e

(iii) [CONFIDENCIAL],

pelo que se conclui, que esta detém um direito de veto sobre as decisões estratégicas do Conselho de Administração e da Assembleia Geral.

181. Deste modo, sendo a Sport TV controlada pela ZON, importa analisar, enquanto mercados relacionados, os mercados relativos às actividades desenvolvidas por aquela.

## **5.1. MERCADO DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO TELEVISIVA DE CONTEÚDOS DESPORTIVOS PREMIUM**

### **5.1.1. Definição do mercado do produto**

182. Tal como definido na prática decisória anterior da AdC<sup>50</sup>, a transacção de direitos de transmissão de jogos de futebol, que se realizam com regularidade ao longo do ano, e em que participam equipas nacionais, constitui um mercado autónomo – o mercado dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos desportivos *premium*<sup>51</sup> –, atento o

---

<sup>50</sup>Vide as Decisões do Conselho da Autoridade da Concorrência, relativas aos processos Ccent 47/2003, *PPTV/PT Conteúdos/Sport TV*, de 8.04.2004; e Ccent. n.º 8/2006 – *Sonaecom / PT\*PTM*, de 22.12.2006.

<sup>51</sup>Em termos idênticos, a Comissão Europeia decidiu já, a título exemplificativo, nas seguintes Decisões: COMP/C.2-37.398, *Liga dos Campeões da UEFA*, de 23.07.2003 ; COMP/M.2876, *NewsCorp/Telepiù*, de 02.04.2003; COMP/M.2845,

grau de interesse que os referidos jogos suscitam no consumidor final, o qual condiciona a procura dos respectivos direitos de transmissão televisiva, em especial para transmissão em canais de televisão por subscrição.

183. Neste mercado, a oferta é constituída pelos distribuidores ou intermediários, a quem foram cedidos os direitos sobre conteúdos desportivos *premium*, sendo a procura constituída pelos operadores de televisão interessados na difusão dos conteúdos<sup>52</sup>.
184. Este mercado integra dois níveis na cadeia vertical da comercialização dos referidos direitos de transmissão: (i) a negociação entre os titulares iniciais dos direitos (clubes de futebol e respectivas SAD, Federação Portuguesa de Futebol e UEFA) e os distribuidores ou intermediários que os adquirem, para revenda; e (ii) a negociação entre os distribuidores ou intermediários e os operadores de televisão.
185. Dada a importância das competições desportivas em causa, a qual decorre do interesse generalizado do público nas mesmas, impende sobre os titulares dos respectivos direitos exclusivos de transmissão, a obrigação legal de cedência destes, para transmissão, em sinal aberto (i.e., acesso não condicionado)<sup>53</sup>.
186. Ainda que se possa justificar a segmentação do presente mercado, em função do interesse comercial de cada um dos jogos/competições desportivas, em causa, essa questão será deixada em aberto, uma vez que os efeitos da presente concentração não seriam distintos, ainda que se adoptasse uma delimitação de mercado mais restrita.

---

*Sogecable/Canalsatélite Digital/Via Digital*, de 14.08.2002 e COMP/M.2483, *GROUP CANAL + / RTL / GJCD / JV*, de 13.11.2001.

<sup>52</sup>Do lado da oferta, podem ainda incluir-se os titulares iniciais dos direitos (clubes de futebol e respectivas SAD, Federação Portuguesa de Futebol e UEFA), quando estes negociam directamente com os operadores de televisão interessados na difusão de conteúdos desportivos *premium*.

<sup>53</sup>*Vide*, n.º 2 do artigo 32.º da Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho, que aprova a Lei da Televisão, que regula o acesso à actividade de televisão e o seu exercício.

### 5.1.2. Mercado geográfico relevante

187. A procura no mercado a jusante da televisão por subscrição, corresponde aos telespectadores e aos assinantes de televisão por subscrição em Portugal, sendo esta que determinará, por sua vez, a procura de conteúdos, com referências à realidade social, económica e cultural portuguesa, em especial no que respeita aos conteúdos desportivos.
188. Nesta medida, o carácter da procura do serviço de televisão por subscrição e do acesso aos direitos de transmissão determinam que o mercado dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos desportivos *premium* tenha um âmbito geográfico relevante correspondente ao território nacional<sup>54/55</sup>.

### 5.1.3. Conclusão

189. Por conseguinte, define-se como mercado relacionado, para efeitos da presente operação, o *mercado nacional dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos desportivos premium*.

---

<sup>54</sup> Neste sentido, *vide* a decisão do Conselho da Concorrência, relativa à Ccent. n.º 8/2006 – *Sonaecom/PT\*PTM*, de 22.12.2006

<sup>55</sup> Em termos idênticos, a Comissão Europeia decidiu já, a título exemplificativo, nas seguintes Decisões: COMP/C.2-37.398, *Liga dos Campeões da UEFA*, de 23.07.2003; COMP/M.2876, *Newscorp/Telepiù*, de 02.04.2003; COMP/M.2845, *Sogecable/Canalsatélite Digital/Via Digital* (§39 a 42), de 14.08.2002 e COMP/M.2483, *GROUP CANAL + / RTL / GJCD / JV*, de 13.11.2001; COMP/M.4504 – *SFR/Télé 2 France*, de 18.07.2007.

## 5.2. MERCADO DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO TELEVISIVA DE CONTEÚDOS CINEMATOGRAFICOS *PREMIUM*

### 5.2.1. Mercado de produto

190. De acordo com a prática decisória anterior da AdC<sup>56/57</sup>, a transacção de direitos de transmissão de conteúdos cinematográficos *premium* (i.e., de obras cinematográficas recentes, que tenham tido um número de espectadores acima da média) constitui um mercado do produto autónomo, atendendo ao grau de interesse que os referidos conteúdos *premium* suscitam no consumidor final, condicionando a procura destes direitos.
191. Neste mercado, podem-se distinguir dois níveis na cadeia vertical da comercialização dos referidos direitos de transmissão: (i) a negociação entre os estúdios produtores de cinema (titulares originários dos direitos) e os distribuidores que adquirem os direitos de transmissão dos conteúdos para revenda; e (ii) a negociação entre esses distribuidores e os operadores de televisão.
192. Deste modo, a oferta no mercado em análise é constituída, quer pelos distribuidores ou intermediários, a quem foram cedidos os direitos sobre conteúdos cinematográficos *premium*, quer pelos estúdios produtores de cinema que negociem directamente com os operadores de televisão.
193. Resulta do exposto, que a transacção de direitos de transmissão de conteúdos cinematográficos *premium* constitui um mercado autónomo, a considerar como mercado relacionado, para efeitos da presente operação.

---

<sup>56</sup> Neste sentido, *vide* a decisão do Conselho da Concorrência, relativa à Ccent. n.º 8/2006 – *Sonaecom/PT\*PTM*, de 22.12.2006

<sup>57</sup> Em termos idênticos, a Comissão Europeia decidiu já, a título exemplificativo, nas seguintes decisões: COMP/M.2876, *Newscorp/Telepiù*, de 02.04.2003; COMP/M.2845, *Sogecable/Canalsatélite Digital/Via Digital*, de 14.08.2002 e COMP/M.2050, *Vivendi/Canal+/Seagram*, de 13.10.2000.

### 5.2.2. Mercado geográfico

194. O mercado dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos cinematográficos *premium* tem uma dimensão correspondente ao território nacional, uma vez que os direitos em causa são comercializados por país ou comunidade linguística<sup>58</sup>, atendendo à respectiva realidade sócio - económica e cultural.

### 5.2.3. Conclusão

195. Por conseguinte, define-se como mercado relacionado, para efeitos da presente operação, o mercado nacional dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos cinematográficos *premium*.

## 5.3. MERCADO DOS CANAIS DE CONTEÚDOS DESPORTIVOS *PREMIUM*

### 5.3.1. Mercado do Produto

196. De acordo com a prática decisória anterior da AdC, a produção, emissão e disponibilização do sinal de canais de acesso condicionado, com conteúdos ligados aos desportos de grande audiência (*v.g.* transmissão, em directo ou semi-directo, de jogos de futebol, que se realizem com regularidade ao longo do ano, em que participem equipas nacionais), constitui um mercado do produto autónomo - o mercado dos canais de acesso condicionado com conteúdos desportivos *premium*<sup>59</sup>, uma vez que, na perspectiva da procura, os conteúdos de um canal desportivo não são, em geral, substituíveis pelos de outros canais temáticos.

---

<sup>58</sup> Em termos idênticos, a Comissão Europeia decidiu já, a título exemplificativo, nas seguintes decisões: Decisão de 02.04.2003, COMP/M.2876, *Newscorp/Teletipiù* (§ 62 e 63) e Decisão de 14.08.2002, COMP/M.2845, *Sogecable/Canalsatélite Digital/Via Digital* (§26) e Decisão de 13/11/2001, COMP/M.2483, *GROUP CANAL + / RTL / GJCD / JV* (§17 a 22).

<sup>59</sup> *Vide* decisões as Decisões do Conselho da Autoridade da Concorrência, relativas aos processos Ccent 47/2003, *PPTV/PT Conteúdos/Sport TV*, de 8.04.2004; Ccent. n.º 8/2006 – *Sonaecom / PT\*PTM*, de 22.12.2006, e Ccent 17/2005, *Controlinveste/Lusomundo*.

197. De facto, os canais de conteúdos desportivos *premium* destacam-se nas ofertas dos vários operadores, constando na maioria destas, sendo comercializados de forma autónoma face aos pacotes básicos. São, ainda, os canais cujo preço, seja para o titular dos direitos de transmissão, seja para o subscritor, é mais elevado.
198. Este mercado distingue-se do mercado dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos desportivos *premium*, definido *supra*, atenta à mais-valia inerente à sistematização e agregação dos referidos conteúdos.
199. Neste mercado, a procura é constituída pelos operadores de serviços de televisão por subscrição, que adquirem os canais de acesso condicionado, para complementarem a oferta do respectivo pacote básico. A oferta, por sua vez, é constituída pelos produtores de televisão, titulares de direitos de transmissão televisiva de canais com este tipo de conteúdos.
200. A comparação do preço e das audiências dos canais Sport TV constantes das ofertas de televisão por subscrição consta da Tabela *infra*.

**Tabela 3: Estrutura da Procura, em 2006**

Prestador de serviços	Nº assinantes	Peso de cada operador	Rácio de subscritores face ao pacote básico	Preços <sup>60</sup> em vigor (€)
TV Cabo	[CONFIDENCIAL]	[80-90]%	[50-60]%	22,30
Bragatel	[CONFIDENCIAL]	[0-10]%	[0-10]%	21,99

<sup>60</sup> Preços em vigor em 4 de Fevereiro de 2008.

<b>Pluricanal Leiria</b>	[CONFIDENCIAL]	[0-10]%	[10-20]%	<b>21,99</b>
<b>Pluricanal Santarém</b>	[CONFIDENCIAL]	[0-10]%	[0-10]%	<b>21,99</b>
Cabovisão	[CONFIDENCIAL]	[0-10]%	[10-20]%	<b>22,29</b>
TVTel <sup>61</sup>	[CONFIDENCIAL]	[0-10]%	[0-10]%	<i>n.a.</i>
Sonaecom	[CONFIDENCIAL]	[0-10]%	<i>n.d</i>	<b>21,90</b>
AR Telecom	[CONFIDENCIAL]	[0-10]%	<i>n.d</i>	<b>22,30</b>
Outros	[CONFIDENCIAL]	[0-10]%	<i>n.d</i>	<i>n.a</i>
<b>Total</b>	[CONFIDENCIAL]	—	[30-40]%	—

Fonte: Notificante e *site* dos prestadores. *n.d.*: não disponível; *n.a.*: não aplicável.

### 5.3.2. Definição de mercado geográfico

201. A dimensão geográfica do mercado dos canais de acesso condicionado com conteúdos desportivos *premium* corresponde ao território nacional, atendendo, nomeadamente, ao facto de nos referidos canais se transmitirem, preferencialmente, jogos de equipas e de competições nacionais, de modo a ir ao encontro das preferências dos subscritores.

<sup>61</sup> A partir de Março de 2007 deixou de fornecer o canal Sport TV.

### 5.3.3. Conclusão

202. Em síntese, na sequência da análise efectuada, define-se como mercado relacionado, para efeitos da presente operação de concentração, o mercado nacional dos canais de acesso condicionado com conteúdos desportivos *premium*.

## 5.4. MERCADO DOS CANAIS DE CONTEÚDOS CINEMATOGRAFICOS *PREMIUM*

### 5.4.1. Definição de mercado do produto

203. De acordo com a prática decisória da AdC<sup>62</sup>, a produção, emissão e disponibilização do sinal de canais de acesso condicionado com conteúdos de cinema, os quais se materializam essencialmente na transmissão de filmes recentes com sucesso de bilheteira para primeira janela, corresponde a um mercado do produto autónomo – o mercado dos canais de acesso condicionado com conteúdos cinematográficos *premium*.

204. Integram este mercado, canais comercializados de forma autónoma, com os conteúdos referidos no ponto anterior, cujo preço pago a montante é substancialmente mais elevado do que os restantes, sendo que o preço pago pelo subscritor é também elevado em termos relativos, quando comparado com o preço do pacote básico, que compõem o mercado da televisão por subscrição.

205. Por outro lado, este mercado distingue-se do mercado dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos cinematográficos *premium*, definido supra, atenta à mais-valia inerente à sistematização e agregação dos referidos conteúdos.

206. Analisando os pacotes oferecidos pelos prestadores de serviços de televisão por subscrição presentes no mercado, observa-se que os canais de cinema Lusomundo,

---

<sup>62</sup> Vide decisões as Decisões do Conselho da Autoridade da Concorrência, relativas aos processos Ccent. n.º 8/2006 – *Sonaecom / PT\*PTM*, de 22.12.2006, e Ccent 17/2005, *Controlinveste/Lusomundo*.

produzidos e disponibilizados pela Lusomundo Audiovisuais, constam das ofertas da Adquirente e das Adquiridas.

207. Conclui-se do exposto, que o mercado dos canais de acesso condicionado com conteúdos cinematográficos *premium* constitui um mercado relacionado a considerar, para efeitos da presente operação.

#### **5.4.2. Definição do mercado geográfico**

208. A AdC considera, à semelhança do seu entendimento em decisões anteriores, que o mercado dos canais de acesso condicionado com conteúdos cinematográficos *premium* apresenta um âmbito geográfico nacional, atendendo, entre outros, aos seguintes factores: (i) a emissão dos referidos canais é de âmbito nacional; (ii) a produção e emissão dos mesmos encontra-se sujeita a um regime jurídico nacional; e (iii) os conteúdos dos canais em causa são falados ou legendados em português.

#### **5.4.3. Definição de mercado: conclusão**

209. Em síntese, na sequência da análise efectuada, define-se como mercado relacionado, para efeitos da presente operação, o *mercado nacional dos canais de conteúdos cinematográficos premium*.

## **VI – AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL**

### **6.1. MERCADOS DOS SERVIÇOS TELEFÓNICOS FIXOS**

210. Tanto as Adquiridas, como a ZON, estão presentes nos mercados dos serviços telefónicos prestados em local fixo, identificados na secção relativa à definição dos mercados relevantes.

211. A quota das Adquiridas nos mesmos será inferior a [0-5]%<sup>63</sup>, quota que acrescerá à actualmente detida pela ZON, a qual se estima ter sido cerca de [0-5]%, em 2007.

212. Por outro lado, a presente operação de concentração não afectará a posição de líder de mercado já detida pelo operador Portugal Telecom. Com efeito, em cada um dos mercados associados à prestação de serviços telefónicos fixos, a PT detinha, em 2007, uma posição de liderança. Em concreto:

i) [60-70]%, no mercado nacional da prestação de serviços telefónicos publicamente disponíveis fornecidos num local fixo, a clientes residenciais;

ii) [70-80]%, no mercado nacional da prestação de serviços telefónicos publicamente disponíveis fornecidos num local fixo, a clientes não residenciais;

iii) [65-75]%, no mercado nacional da prestação de serviços telefónicos internacionais publicamente disponíveis fornecidos num local fixo, a clientes residenciais;

iv) [75-85]%, no mercado nacional da prestação de serviços telefónicos internacionais publicamente disponíveis fornecidos num local fixo, a clientes não residenciais,

v) [90-100]%, no mercado nacional da originação de chamadas num local fixo<sup>64</sup>;

vi) [70-80%]<sup>65</sup>, no mercado da prestação de serviços telefónicos destinados a números não geográficos publicamente disponíveis fornecidos num local fixo.

213. Deste modo, considerando que:

---

<sup>63</sup> Estimativa da AdC com base nos elementos recolhidos durante a instrução.

<sup>64</sup> Já no que concerne ao mercado da terminação de chamadas num local fixo, atenta a definição do mesmo, cada operador detém 100% de quota de mercado na terminação de chamadas na sua própria rede. A título de exemplo: Decisões Ccent n. 08/2006 -SONAECOM/PT\*PTM, Ccent n.º 46/2007 SONAECOM/Tele2 e Ccent n.º 44/2007 - SONAECOM/Activos ONI.

<sup>65</sup> Cfr. Decisões Ccent n.º46/2007-SONAECOM/Tele2 e Ccent n.º44/2007-SONAECOM/Activos ONI.

- i) O operador PT já detém, e continuará a deter num cenário pós-operação, a liderança em cada um dos mercados de serviços telefónicos identificados *supra*;
- ii) Continuarão a existir, para além da PT, outros operadores (*v.g.* Sonaecom, AR Telecom, Cabovisão, Vodafone, REFER), que constituem uma alternativa viável à ZON;
- iii) A prestação de serviços telefónicos em local fixo não exige que os prestadores detenham uma rede própria de acesso ao cliente final, isto é, a prestação do serviço pode ser realizada em modo de acesso indirecto, com recurso, nomeadamente, à rede de acesso da PTC, nas condições previstas na Proposta de Referência de Interligação da PTC;
- iv) Os serviços de Voz prestados sobre a tecnologia IP, que, neste momento, se encontram numa fase de lançamento, poderão num futuro próximo constituir uma elevada pressão concorrencial sobre os serviços de Voz prestados sobre a rede pública comutada;
- v) A Comissão Europeia, na sua Recomendação de 17 de Dezembro de 2007<sup>66</sup>, relativa aos mercados de comunicações electrónicas susceptíveis de regulação *ex ante*, deixou de incluir os mercados retalhistas inerentes à prestação de serviços de Voz em local fixo, acima identificados,

conclui-se que, da presente operação de concentração, não resultará uma criação ou um reforço de uma posição dominante em qualquer um dos mercados dos serviços telefónicos fixos.

---

<sup>66</sup>Cfr. *Recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services.*

## 6.2. MERCADO NACIONAL DE ACESSO À INTERNET EM BANDA LARGA

214. De acordo com os dados facultados pelo ICP-ANACOM, a dimensão deste mercado, em quantidade (n.º de clientes), em 2007, correspondia a 1,525 milhões de clientes, dos quais cerca de [CONFIDENCIAL] mil e [CONFIDENCIAL] mil eram clientes da Adquirente e das Adquiridas, respectivamente.
215. A oferta desse mercado apresentava, em 2007, tendo por base o número de clientes, a seguinte estrutura:

**Tabela 4: Estrutura da Oferta do mercado de acesso à Internet em banda larga**

Operadores	Quota (%)
<b>ZON</b>	<b>[20-30]%</b>
<b>Parfitel</b>	<b>[0-5]%</b> <sup>67</sup>
<i>Bragatel</i>	<i>[0-5]%</i>
<i>Pluricanal Leiria</i>	<i>[0-5]%</i>
<i>Pluricanal Santarém</i>	<i>[0-5]%</i>
<b>Total ZON+Parfitel</b>	<b>[20-30]%</b>
Grupo PT	[40-50]%
Cabovisão	[10-20]%
Sonaecom	[0-10]%
ARTELECOM	[0-5]%

**Fonte:** ICP-ANACOM

216. Da tabela *supra* decorre que, os principais operadores neste mercado são o Grupo PT Comunicações, a ZON, a Sonaecom e a Cabovisão, com quotas de [40-50]%, [20-30]%, [10-20]% e [10-20]%, respectivamente. Já a quota da Parfitel, no mercado em análise, é inferior a [0-5]%.
217. Desde logo se constata que estamos perante um mercado que apresenta níveis de concentração muito elevados. De facto, o C5, em 2006, situava-se acima de [90-100]%.

<sup>67</sup> Com reporte ao final do ano 2006.

218. Por um lado, se tivermos em consideração apenas a quota da ZON ([20-30]%), a que acrescerá, em resultado da operação, a quota detida pelas Adquiridas ([0-5]%), a quota resultante da operação será de [20-30]%.
219. Neste cenário, refira-se, quanto ao impacto da Operação sobre o nível de concentração do mercado, que, embora o IHH<sup>68</sup> pós operação seja superior a 2000 ([>2000]), o Delta<sup>69</sup> seria inferior a [<150] pontos. Tal indicia, de acordo com as Linhas de Orientação da Comissão Europeia sobre concentrações horizontais<sup>70</sup>, que, salvo situações excepcionais, a presente operação não é susceptível de gerar preocupações concorrenciais de natureza horizontal.
220. Assim, importa ter em consideração, o seguinte:
- i) A quota de mercado do Grupo PT continuará a ser a mais relevante, com cerca de [40-50]%, ficando a ZON – num cenário pós-concentração – numa posição de distante, a mais de 10 pontos percentuais, daquele;
  - ii) O acréscimo de quota resultante da presente operação será residual ([0-5]%)
  - iii) Continuarão a existir vários outros operadores no mercado que continuarão a constituir uma alternativa viável à ZON;
  - iv) As Adquiridas, de entre as empresas que tiveram um crescimento superior ao do mercado, foram as que menos cresceram em termos de quota, entre 2004 e 2006, tendo-se o seu crescimento situado entre [<1] e [<1] pontos percentuais, bastante aquém do

---

<sup>68</sup>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.

<sup>69</sup>Por Delta entende-se a diferença entre o valor do IHH pós-concentração e o valor do IHH pré-concentração.

<sup>70</sup>Vide parágrafo 20 das Orientações para a apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas, JO n.º C 31, de 5 de Fevereiro de 2004.

crescimento registado por outros operadores, designadamente a Sonaecom, com um crescimento na ordem do [ $<10$ ] pontos percentuais;

v) A Sonaecom reforçou a sua posição de mercado através da Aquisição de activos da ONI e da aquisição da Tele2 em Portugal<sup>71</sup>.

vi) Em termos absolutos, as três Adquiridas, em 2006, detinham um total de [CONFIDENCIAL] clientes, sendo que nos três primeiros trimestres de 2007, as mesmas angariaram, em termos líquidos, apenas [CONFIDENCIAL] clientes;

vii) Embora as ofertas de acesso retalhista à banda larga se caracterizarem por uma evolução constante, nomeadamente, em termos de velocidade de acesso, constatou-se que as ofertas “*premium*” das Adquiridas eram, em termos de velocidade, as menos atractivas, oferecendo a Bragatel a velocidade máxima, em termos de *download*, de 18 Mbps<sup>72</sup>, enquanto a oferta “*premium*” da Netcabo da ZON já atingia os 30 Mbps<sup>73</sup>.

221. Acresce que, embora as Adquiridas tenham registado um ligeiro crescimento, em termos de número de subscritores (cfr. 220, vi)), tal deveu-se, em grande medida, ao aproveitamento das sinergias decorrentes da conjugação da prestação de serviços de Internet em banda larga com a prestação de serviços de televisão por subscrição, o que justifica que a percentagem de clientes de acesso à Internet em banda larga, no total do número de subscritores de televisão por subscrição, tenha aumentado de [10-20]%, em 2004, para [35-45]%, em 2006.

222. Assim, na medida em que:

---

<sup>71</sup> Cfr. Decisões Ccent n.º46/2007-SONAECOM/Tele2 e Ccent n.º44/2007-SONAECOM/Activos ONI

<sup>72</sup>No caso da Pluricanal Leiria e da Pluricanal Santarém, a velocidade máxima oferecida, em termos de *download*, cifrava-se em apenas 9 Mbps.

<sup>73</sup>No final de Janeiro de 2008, a velocidade oferecida pelos principais operadores neste mercado (Sonaecom, ZON, PTC, Cabovisão), era igual ou superior a 24 Mbps.

- (i) a oferta de Internet das Adquiridas está dependente da adesão aos serviços de televisão por subscrição;
- (ii) o preço do pacote “televisão por subscrição/Internet” oferecido pelas Adquiridas torna mais atractivo subscrever esse pacote, que aderir à oferta Internet de outro operador;
- (iii) se torna possível ao cliente final obter o serviço de Internet em banda larga, sem incorrer num incremento muito significativo na mensalidade, em virtude do “bundling” deste dois serviços,

não é possível concluir que o crescimento verificado ao nível da prestação de serviços de Internet em banda larga tenha resultado exclusivamente do mérito das ofertas das Adquiridas neste mercado, dissociando-o, quer do mérito das suas ofertas de televisão por subscrição, quer do potencial de crescimento que lhe advém de ter uma maior base de clientes do serviço de televisão por subscrição, por comparação com os que já aderiram aos serviços de Internet em banda larga.

223. De todo o exposto, resulta que a presente operação de concentração não se afigura susceptível de criar ou de reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva no mercado retalhista de acesso à Internet em banda larga.

### **6.3. MERCADO GROSSISTA DA CONECTIVIDADE COM A INTERNET**

224. Conforme referido, a propósito da definição do mercado relevante, o mercado grossista da conectividade com a Internet excede o âmbito geográfico do território nacional.

225. Os prestadores de serviço de acesso à Internet podem contratar serviços de conectividade quer no território nacional, quer a nível internacional. Conforme se pode constatar na Decisão desta Autoridade relativa ao processo *Sonaecom/PT\*PTM*, já

mencionada, existem mais de uma dezena de operadores, que operam no território nacional.

226. Deste modo, a ANACOM no Parecer emitido a propósito da presente operação, entende que, na medida em que os serviços de conectividade podem ser contratados a empresas nacionais e internacionais, o mercado em análise é concorrencial, razão pela qual o mesmo não é susceptível de regulação *ex-ante*.
227. Neste sentido, e ainda que se possa verificar sobreposição horizontal entre a Adquirida e as Adquirentes neste mercado, tratando-se de um mercado bastante atomizado, mesmo ao nível nacional, e atendendo ainda a que a presença das Adquiridas neste mercado é muito pouco significativa, não é expectável que a presente operação de concentração suscite preocupações de natureza jusconcorrencial.
228. Pode-se, portanto, concluir que, da presente operação, não resultará a criação ou reforço de posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência no mercado grossista da conectividade com a internet, de âmbito mais lato que o nacional.

#### **6.4. MERCADO DA TELEVISÃO POR SUBSCRIÇÃO**

##### **6.4.1. Estrutura da oferta**

229. A Notificante, baseada no seu entendimento de que o mercado geográfico tem uma dimensão equivalente ao território nacional, salienta, desde logo, que da operação não resultará um acréscimo apreciável do poder de mercado da Adquirente, atendendo a que o incremento na quota de mercado será pouco significativo.
230. Não obstante reconhecer a existência um mercado muito concentrado (IHH superior a [ $<10000$ ] pontos) e um Delta resultante da operação superior a [150], entende a Notificante que este último não é elevado.

231. Neste âmbito, importa considerar a prática decisória nacional e comunitária, esta última vertida nas Linhas de Orientação da Comissão Europeia sobre concentrações horizontais<sup>74</sup>, segundo a qual um Delta superior a 150 pontos, conjugado com um IHH superior a 2000, indicia que não se pode excluir a existência de problemas jusconcorrenciais.
232. Deste modo, ainda que o mercado geográfico tivesse um âmbito nacional, o que não é o entendimento da AdC, não se poderia excluir, à partida, a existência de problemas jusconcorrenciais.
233. Tendo por referência toda a área abrangida por cada uma das redes da Bragatel, da Pluricanal Leiria e da Pluricanal Santarém, o peso de cada operador, com referência ao quarto trimestre de 2007, será o seguinte:

**Tabela 5: Quotas em termos de número de Subscritores de cabo, por operador, em 2007**

	TV CABO	Parfitel	Cabovisão	TV Cabo + Parfitel
<b>Rede<sup>75</sup> da Bragatel</b>	[60-70]%	[30-40]%	0%	100%
<b>Rede da Pluricanal Leiria</b>	[60-70]%	[20-30]%	[10-20]%	[80-90]%
<b>Rede da Pluricanal Santarém</b>	[30-40]%	[65-75]%	0%	100%

**Fonte:** Cálculos da AdC, com base na resposta do ICP-ANACOM, ao pedido de elementos da AdC, recebida em 22 de Julho de 2008.

234. A tabela supra apresentada não inclui elementos relativos à prestação de serviços sobre IPTV da Sonaecom nem do Grupo PT, na medida em que, no conjunto dos Concelhos e no final de 2007, estas entidades detinham menos de [CONFIDENCIAL] clientes. Note-

<sup>74</sup> Vide parágrafo 20 das Orientações para a apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas, JO n.º C 31, de 5 de Fevereiro de 2004.

<sup>75</sup> A estrutura da oferta representada na Tabela 5 foi determinada em função do número de subscritores de cada operador de cabo, relativamente ao total de subscritores, no conjunto do Concelhos servidos pela rede cada uma das redes de cabo das empresas Adquiridas.

se, ainda, que o único operador que presta serviços de televisão por subscrição por FWA não regista presença nos Concelhos acima identificados. Por não se encontrarem disponíveis dados relativos aos assinantes de DTH, por Concelho e por operador, os mesmos também não foram incluídos. Não obstante, tal não alteraria as conclusões da análise na medida em que a TV Cabo detém mais de 90% dos subscritores de DTH no território nacional.

235. Decorre da Tabela *supra* que, em qualquer das áreas identificadas, se verifica sobreposição entre as actividades das empresas participantes, sendo que, em duas dessas áreas – as áreas correspondentes à rede da Bragatel e à rede da Pluricanal Santarém –, a entidade resultante da operação de concentração passará a ser o único operador a prestar serviços de televisão por cabo, com uma quota de 100%.
236. Já na área correspondente à rede da Pluricanal Leiria, a quota da entidade resultante da operação de concentração será de [80-90]%, passando a haver apenas dois operadores de cabo nesse mercado: a TV Cabo, com uma quota de [80-90]% e a Cabovisão, com uma quota de [10-20]%.
237. Note-se, ainda, que, em resultado da projectada operação de concentração, a nova entidade teria uma posição de quase monopólio em dezoito dos vinte Concelhos onde as Adquiridas estão presentes, sendo que o seu peso estaria acima dos [70-80]%, nos dois restantes Concelhos. Deste modo, em dezoito dos Concelhos em que as Adquiridas actuam, a Adquirente passará a ser o único operador na prestação de serviços de televisão por cabo, através da aquisição do seu principal concorrente<sup>76</sup>.

---

<sup>76</sup> Segundo elementos prestados, tanto as Adquiridas, como a Notificante têm já licenças para expandir as respectivas infra-estruturas de rede de cabo em diversos Concelhos. Em concreto, a Notificante dispõe, já, de licenças para expandir a sua rede para cerca de [CONFIDENCIAL] Concelhos ao longo do território nacional; a Bragatel, para os Concelhos de [CONFIDENCIAL]; a Pluricanal Leiria, para os Concelhos de [CONFIDENCIAL]; e a Pluricanal Santarém, para os Concelhos de [CONFIDENCIAL].

#### 6.4.2. Avaliação Jusconcorrencial

238. Conforme referido *supra*, na secção respectiva à definição do mercado geográfico, as conclusões da análise jusconcorrencial não seriam necessariamente distintas caso se optasse por uma delimitação geográfica mais restrita, nomeadamente ao nível dos Concelhos em que as Adquiridas estão presentes, na medida que, em qualquer um dos cenários, os níveis de concentração apontam, desde logo, para a existência de problemas jusconcorrenciais.
239. Nestes termos, apresentam-se, seguidamente, os IHH's pré-operação, pós-operação e respectivos Deltas do mercado de televisão por subscrição nas áreas geográficas correspondentes às redes de distribuição por cabo de cada uma das Adquiridas:

**Tabela 6: IHH pré e pós operação de concentração e respectivos Deltas <sup>77</sup>**

	IHH Pré- operação	IHH Pós- operação	Delta
<b>Rede da Bragatel</b>	[>2000]	10000	[>250]
<b>Rede da Pluricanal Leiria</b>	[>2000]	[>2000]	[>250]
<b>Rede da Pluricanal Santarém</b>	[>2000]	10000	[>250]

**Fonte:** Cálculos da AdC, com base na resposta do ICP-ANACOM, ao pedido de elementos da AdC, recebida em 11 de Dezembro de 2007.

240. Da Tabela acima, resulta, igualmente, que não se poderá excluir, sem mais, a existência de problemas jusconcorrenciais<sup>78</sup>. De facto, o IHH pré – concentração era de [>2000],

<sup>77</sup>Vide ponto 234.

[>2000] e [>2000], nas áreas correspondentes às redes da Bragatel, da Pluricanal Leiria e da Pluricanal Santarém, respectivamente.

241. Num cenário pós-operação, o IHH será próximo de 10000, nas áreas das redes da Bragatel e da Pluricanal Santarém, e de [>2000], na área da rede da Pluricanal Leiria.
242. Nas duas primeiras, a Adquirente passará a ser o único prestador de serviços de televisão por subscrição por cabo. Deste modo, e atendendo a que, quer a AdC, quer a Comissão Europeia<sup>79</sup>, já defenderam que uma quota de mercado especialmente elevada – no caso de quotas superiores a 50% – pode, em si mesmo, constituir um elemento de prova da existência de posição dominante, presume-se que, na Rede da Bragatel e na rede da Pluricanal Santarém, a operação projectada reforçaria a posição dominante Adquirente, devendo, em qualquer caso, esta avaliação ser complementada com uma análise de, nomeadamente, o nível de contestabilidade do mercado, assim como das principais barreiras à entrada e à expansão no mercado.
243. Não obstante na área de influência da rede da Pluricanal Leiria continuar a existir um concorrente a operar no mercado – a Cabovisão, com uma quota de [10-20]% – é entendimento desta Autoridade que: (i) a presença da Cabovisão não é suficiente para garantir um nível de concorrência efectiva no mercado da televisão por subscrição; (ii) nem a sua presença obsta a que a entidade resultante da operação de concentração veja reforçada a sua posição dominante.
244. Do acima exposto decorre que, da presente operação resultaria uma posição dominante da Adquirente, nos três mercados em análise, o que se poderá traduzir: (i) num aumento de preços ou diminuição dos descontos e promoções, (ii) na redução dos

---

<sup>78</sup> Vide parágrafo 20 das Orientações para a apreciação das concentrações horizontais nos termos do regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas, JO n.º C 31, de 5 de Fevereiro de 2004.

<sup>79</sup> Cfr. parágrafo 17 das Orientações da Comissão.

incentivos para expandir a rede e prestar serviços em novas áreas<sup>80</sup>; (iii) na redução dos incentivos para inovar, em termos de tecnologia e em termos de ofertas; (iv) num entrave significativo à expansão de actuais e potenciais concorrentes, [CONFIDENCIAL]; bem como, tal como anteriormente referido, (v) na redução dos incentivos de potenciais concorrentes expandirem a sua rede para Concelhos limítrofes dos afectados pela presente operação, dada a dificuldade destes em alcançarem uma escala mínima eficiente.

245. Por outro lado, em sede de Investigação Aprofundada, a AdC procedeu a um conjunto de diligências no sentido de avaliar a susceptibilidade da plataforma Televisão Digital Terrestre (TDT) poder vir a exercer – num futuro próximo – uma pressão concorrencial aos actuais prestadores de serviços de televisão por subscrição.
246. As informações coligidas junto de terceiros vieram a revelar que existem, ainda, sérias dúvidas quanto à viabilidade do projecto, tal como concebido, para representar uma pressão concorrencial efectiva face à televisão por subscrição.
247. Com efeito, na opinião dos operadores consultados, o mercado da televisão por subscrição encontra-se, actualmente, muito saturado. Por outro lado, existem limitações técnicas e financeiras associadas à exploração da plataforma TDT que a tornam pouco vantajosa em face das actuais plataformas cabo e satélite, nomeadamente, um número reduzido de canais<sup>81</sup>; problemas de compatibilidade entre os equipamentos de *set-up-boxes* necessários à oferta do serviço<sup>82</sup>; problemas de custos avultados a serem repercutidos no cliente final.

---

<sup>80</sup> Cfr. Parecer do ICP-ANACOM, recebido em 11 de Dezembro de 2007.

<sup>81</sup> Este número poderá chegar aos 40 canais, enquanto que as plataformas cabo e satélite já oferecem perto de 100 canais.

<sup>82</sup> Equipamento TDT *vs.* equipamento Cabo; e equipamento para TDT para oferta de televisão por subscrição *vs.* equipamento para TDT para oferta de televisão de acesso livre.

248. Por fim, referem os mesmos que a oferta TDT não parece vir a constituir uma alternativa às plataformas utilizadas na prestação de serviços de televisão por subscrição, em particular à plataforma cabo, mas tão-somente, um complemento a estas, e, eventualmente, uma alternativa aos sistemas analógicos actuais.
249. Em face de todo o exposto, e não obstante o ICP-ANACOM referir que “(...) a oferta de serviços sobre a plataforma TDT é susceptível de representar uma fonte de pressão concorrencial sobre outras actualmente existentes, em particular ao nível da oferta de serviços de televisão por subscrição como aliás é sublinhado no Preâmbulo da Portaria n.º 207-A/2008, de 25 de Fevereiro, que abre concurso para a atribuição de cinco direitos de utilização de frequências, reservadas para o serviço de radiodifusão digital terrestre (...)”, não pode a AdC ignorar as condicionantes e limitações suscitadas pelos operadores de mercado, incluindo pelo operador concorrente à mesma atribuição.
250. Neste sentido, entende a AdC que, sem prejuízo de num horizonte futuro, a plataforma TDT poder vir a representar uma efectiva fonte de pressão concorrencial e uma alternativa às restantes plataformas afectas à prestação de serviços de televisão por subscrição, as incertezas técnicas e operacionais, actualmente, a ela associada não permitem concluir que, num curto prazo, tal venha a acontecer.

### ***Dos Preços e Descontos***

251. Apresenta-se, na Tabela seguinte, a evolução dos preços médios anuais dos pacotes de canais oferecidos pela TV Cabo, entre 2004 e 2007.

**Tabela 7: Evolução dos preços médios, em euros, dos pacotes de canais da TV Cabo**

	2004	2005	2006	2007	2007/2004	TVMA <sup>83</sup>

<sup>83</sup> Taxa de variação média anual.

Funtastic Life	n.d.	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	n.d.	n.d.
Clássico	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[<5%]
Seleccção	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[<5%]
Seleccção (C 65)	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[<10%]
Super Sport TV	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[<10%]

**Fonte:** Notificante

252. Dos dados da Tabela *supra*, verifica-se que a TV Cabo tem procedido a aumentos de preços, em termos médios anuais, entre [<5%] e [<10%], dos pacotes de televisão por subscrição<sup>84</sup>. Todavia, uma vez que a composição dos pacotes de canais tem mostrado alterações ao longo do tempo, não é possível avaliar da rentabilidade dos mesmos, na medida em que o custo da composição dos pacotes varia em função dos canais disponibilizados.
253. Não obstante, a informação vertida na referida Tabela mostra que a Adquirente tem aumentado os preços, sem a conseqüente perda de clientes, entre 2004 e o terceiro trimestre de 2007.
254. No que concerne aos preços dos canais *premium*, também se têm verificado aumentos de preços em alguns canais, dos quais se destacam a Sport TV, com um aumento nominal médio anual na ordem dos [<5%], e o canal Disney, com [<5%], ou seja, ambos registaram aumentos acima da inflação anual.

<sup>84</sup>À excepção do que acontece no caso do pacote "Funtastic Life", em que se assistiu a uma redução dos preços, entre 2005 e 2007.

255. Também as Adquiridas procederam a aumentos os preços, conforme se pode aferir da tabela *infra*:

**Tabela 8: Evolução dos preços médios anuais, em euros, dos pacotes de canais das Adquiridas**

Pacotes	2004	2005	2006	2007	2007/2004	TVMA
Bragatel (50 canais)	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[<20%]	[<10%]
Pluricanal Leiria/Santarém (47 a 50 canais)	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[Conf.]	[<20%]	[<10%]

**Fonte:** Notificante

256. Tal aumento de preços não resultou, numa primeira análise, na perda de clientes, pois, por um lado, a comparação de preços pelos consumidores finais constitui uma tarefa difícil, dada alguma diferença de conteúdos oferecidos por cada um dos *players* de mercado; e por outro, tais preços continuam a situar-se a um nível ligeiramente inferior aos praticados pela da Adquirente.

257. No caso do canal Sport TV, as Adquiridas aumentaram os preços mais do que a ZON, continuando esse preço, igualmente, inferior ao praticado pela Adquirente.

258. Questionada sobre a existência de eventuais práticas de retenção de clientes que pretendam colocar termo à relação contratual que mantêm com a ZON, informou a Notificante de que:

- i) [CONFIDENCIAL];
- ii) [CONFIDENCIAL];
- iii) [CONFIDENCIAL].

259. Da análise dos elementos oferecidos pela Notificante, constata-se que estes descontos podem atingir [ $<15$ ] % no valor da mensalidade, por um período variável que pode atingir [CONFIDENCIAL] meses. Outra modalidade de descontos oferecida correspondeu à oferta de desconto, em 2006, de [ $<10$ ] €, em cada uma das [CONFIDENCIAL] mensalidades seguintes do serviço clássico.
260. Ora, atendendo ao preço médio anual do pacote clássico constante da Tabela 7 *supra*, este desconto representa cerca de  $<30$  % do valor de subscrição do referido pacote.
261. Este facto evidencia que a concorrência neste mercado se efectua, também, ao nível de outras variáveis, que não sejam simplesmente o preço, nomeadamente através da prática de descontos, promoções ou de outras condições comerciais.
262. Neste âmbito, saliente-se, também, que é comum os prestadores de serviços oferecerem as primeiras anuidades associadas aos equipamentos disponibilizados como contrapartida de um período de fidelização de [CONFIDENCIAL] meses, o que neste mercado representa um *switching cost*<sup>85</sup>.
263. Assim, e como os benefícios referidos *supra* se aplicam, sobretudo, a clientes que pretendam, por alguma razão, mudar de prestador de serviços, facilmente se depreenderá que, atendendo a que a pressão concorrencial a que a TV Cabo está sujeita, em cada localidade, dependerá da existência de alternativas efectivas à prestação de serviços por parte dos concorrentes, a oferta desses benefícios variará em conformidade.
264. Nestes termos, no cenário pós-operação, não existiria concorrência de um outro prestador de serviços de televisão por cabo em 18 dos Concelhos, reduzindo-se, em 9

---

<sup>85</sup> Os *switching costs* são custos inerentes à decisão, por parte do consumidor, de mudar de fornecedor para um determinado produto. Este tipo de custos pode ser de ordem pecuniária ou psicológica.

desses 18 Concelhos, muito significativamente, o leque de escolha dos consumidores, na medida em que seria eliminada a concorrência existente, na sequência da operação.

265. Esta situação permitiria à TV Cabo reduzir o conjunto de benefícios oferecidos aos subscritores residentes nestes Concelhos, na medida em que nos mesmos, a principal fonte de concorrência é, actualmente, efectuada pelas Adquiridas.

### *Das barreiras à entrada ou à expansão*

266. O mercado da televisão por subscrição caracteriza-se pela presença de fortes entraves à entrada e à expansão, que se traduzem, nomeadamente, em barreiras legais, barreiras físicas, barreiras financeiras e economias de escala e/ou de gama<sup>86</sup>.
267. No que respeita às barreiras legais, o exercício da actividade de operador de rede de distribuição por cabo encontra-se sujeito à autorização do ICP – ANACOM, seguindo-se, para o efeito, o procedimento previsto no artigo 21.º da Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro, que estabelece o regime jurídico aplicável às redes e serviços de comunicações electrónicas, sendo que as referidas autorizações foram atribuídas por município, não abrangendo, nenhuma das autorizações já concedidas, a globalidade do território nacional.
268. A barreira legal/administrativa mais significativa decorre, no entanto, da morosidade e complexidade dos procedimentos administrativos a instaurar junto de cada um dos municípios, em que o operador de rede de distribuição por cabo pretende desenvolver a sua actividade, com vista à obtenção das necessárias licenças camarárias – nomeadamente, autorizações para execução de obras na via pública.

---

<sup>86</sup> Verificam-se economias de escala sempre que uma empresa consegue obter acréscimos na produção através de aumentos menos do que proporcionais nos factores de produção. As economias de escala indicam que os custos médios diminuem à medida que a produção aumenta. Verificam-se economias de gama sempre que uma empresa tenha menores custos na produção conjunta de múltiplos produtos quando comparado com os custos de os produzir separadamente.

269. No que se refere às barreiras físicas, o facto de a distribuição do sinal em cada habitação se efectuar através das infra-estruturas de telecomunicações em edifícios (“ITED”), cuja construção e acesso se encontra regulada pelo Decreto-Lei n.º 59/2000, de 19 de Abril, poderá revelar-se um entrave à entrada e expansão de operadores de rede de distribuição por cabo, uma vez que as referidas infra-estruturas apenas permitem, normalmente, a passagem de duas redes de cabo, sendo que o cabo se revela a plataforma de longe mais utilizada para a prestação de serviços de televisão por subscrição.
270. A este propósito, refira-se que a AdC procedeu, em sede de investigação aprofundada, a um conjunto de diligências no sentido de averiguar em que medida o acesso às infra-estruturas de telecomunicações em edifícios, regulado pelo ITED, poderá revelar-se como um entrave à entrada e expansão dos operadores de televisão por subscrição.
271. Da investigação, concluiu-se que a regulamentação do acesso a este tipo de infra-estruturas – já o era com o RITA, e continua com o ITED – representa um contributo fundamental para a promoção de concorrência, consagrando, em teoria, situações de igualdade no acesso por terceiros.
272. Contudo, resultou da mesma que subsistem, ainda, problemas de acesso, susceptíveis de representarem barreiras à entrada, ou à expansão, nomeadamente, no que concerne o espaço disponível nas tubagens por onde passa a rede de cabo.
273. Com efeito, a maioria dos terceiros consultados, referem que as tubagens existentes em cada prédio, e abrangidos pelo regime do ITED, poderão ter um diâmetro insuficiente para suportar a passagem de mais de dois cabos. Tal significa que um terceiro operador terá dificuldades não despreciables em aceder a um prédio onde já dois concorrentes se

encontram a prestar serviços sob a plataforma de cabo, nomeadamente, de televisão por subscrição<sup>87</sup>.

274. Assim, e mantendo a intenção de aceder ao prédio, terá o terceiro operador de solicitar autorização aos moradores daquele prédio a instalação de uma calha técnica na parte exterior ao edifício para a passagem do seu cabo, a qual, frequentemente, não é concedida.
275. Relativamente a este ponto, já alegava a Cabovisão em sede de I.<sup>a</sup> fase, que, dada a limitação de capacidade das infra-estruturas dos prédios, seria impossível existirem mais de duas redes sobrepostas, o que é, segundo a mesma, comprovado pelo facto de, em Portugal, serem poucos os municípios onde estejam activos mais de dois operadores.
276. Neste sentido, entende a AdC que, apesar do ITED consubstanciar uma regulamentação indispensável ao acesso às infra-estruturas de telecomunicações em edifícios, continuam a existir entraves à entrada e expansão dos operadores de televisão por subscrição.
277. Por outro lado, como a Oferta de Referência de Acesso às Conduitas (ORAC) da PT Comunicações apenas prevê que se deixe livre em cada traçado “*uma área correspondente a 20% da área interna utilizada*” pela própria PT, a replicação de uma rede que permita a necessária capilaridade encontra-se, também por esta razão, igualmente dificultada.
278. Na verdade, como já referido a propósito da delimitação do mercado geográfico e do próprio ITED (cfr. ponto 274), quando já coexistem duas redes de cabo, a alternativa

---

<sup>87</sup> De notar, todavia, que esta situação não é aplicável aos casos nos quais a prestação do serviço assenta no recurso à rede de cobre, como é o caso da plataforma de IPTV, uma vez que já se prevê que os prédios já disponham deste tipo de infra-estrutura instalada. Neste sentido, qualquer operador que pretenda prestar serviços de telecomunicações por recurso à rede de cobre, nomeadamente televisão por subscrição, apenas terá de ligar a sua rede ao repartidor geral do edifício em causa.

consiste em colocar uma calha técnica, inestética, o que requer a autorização dos proprietários, os quais poderão recusar o pedido e inviabilizar a oferta de serviços por um terceiro operador de cabo.

279. Neste sentido, a Adquirente, com a presente operação, estaria apta a estabelecer, nos municípios em que se verifica sobreposição entre a rede desta e das Adquiridas, uma barreira à entrada e à expansão dos seus concorrentes nessas áreas, através da manutenção das redes das empresas Adquiridas, em sobreposição com a rede da Notificante<sup>88</sup>.
280. Adicionalmente, em sede de investigação aprofundada, a AdC procedeu a um conjunto de diligências no sentido de averiguar em que medida o espaço disponibilizado pela PT, no âmbito da ORAC, poderia constituir um constrangimento à entrada e expansão dos operadores de televisão por subscrição.
281. Os dados coligidos pela AdC fazem indiciar que a ORAC – como oferta grossista e se correctamente implementada – pode constituir um importante elemento na promoção de concorrência. De facto, referem os terceiros operadores consultados que, por si só, a ORAC não representa um constrangimento à entrada/expansão dos operadores de televisão por subscrição.
282. Contudo, e à semelhança do que ocorre relativamente ao ITED, o elemento “espaço” disponível nas condutas para a passagem de cabos, vem a confirmar-se como um factor essencial para o “*time to market*” em determinada região, representando, assim, uma condicionante importante na entrada/expansão de um operador<sup>89</sup>.

---

<sup>88</sup> Segundo a contra-interessada Cabovisão[CONFIDENCIAL].

<sup>89</sup> Em especial se se atender à já referida limitação máxima, prevista na ORAC, de área interna disponível na conduta (cfr. ponto 287).

283. Em face de todo o exposto, entende a AdC que o espaço existente nas condutas da PT disponível para a passagem de cabos poderá não ser suficiente e poder, ainda, revelar-se como um entrave à entrada e expansão dos operadores de televisão por subscrição.
284. A nível financeiro, a prestação de serviços de operador de rede de distribuição por cabo exige elevados investimentos iniciais ao nível das infra-estruturas de telecomunicações, em particular no que respeita à rede de acesso ao cliente final, aliados a subsequentes elevados custos de manutenção, actualização e inovação. A necessidade de efectuar investimentos elevados, para entrar neste mercado, limita a concorrência potencial a um conjunto limitado de empresas, que detenham capacidade financeira para o efeito.
285. Acresce que, só com os elevados investimentos, referidos no ponto anterior, é possível conceber uma rede de acesso ao cliente final, com capilaridade suficiente, que permita um adequado aproveitamento das economias de escala que caracterizam este mercado.
286. Por último, refira-se que na Decisão *Sonaecom/PT\*PTM*, já mencionada, é salientada a dificuldade dos novos operadores em replicar uma infra-estrutura de rede fixa com o mínimo de capilaridade, nomeadamente no que respeita à rede de acesso local, decorrente das elevadas necessidades de investimento, que actuam como fortes barreiras à entrada limitando a concorrência potencial no mercado da televisão por subscrição.
287. De todo o exposto, conclui-se que a realização da operação projectada acarretaria a supressão da pressão concorrencial existente entre as Adquiridas e a ZON, conduzindo a uma criação ou a um reforço da posição dominante desta última nos mercados relevantes identificados, susceptível de criar entraves para a concorrência efectiva.
288. Neste contexto, entendeu a Notificante assumir um conjunto de compromissos – descritos *infra* – tendo considerado a AdC que, em face dos mesmos, serão mitigadas as

consequências da existência de barreiras à entrada/expansão, nos mercados definidos como relevantes para a prestação do serviço de televisão por subscrição.

#### 6.4.3. Conclusão

289. De todo o exposto, conclui-se que a realização da operação projectada acarretaria a supressão da pressão concorrencial existente entre as Adquiridas e a ZON, conduzindo a uma criação ou a um reforço da posição dominante desta última nos mercados relevantes identificados, susceptível de criar entraves para a concorrência efectiva.
290. As preocupações jusconcorrenciais, a nível horizontal, decorrentes da presente operação de concentração, poderão ainda, como se verá na secção seguinte, vir a ser reforçadas por questões de natureza vertical, na relação entre o mercado da televisão por subscrição, com os seguintes mercados: i) mercado dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos cinematográficos *premium*; (ii) mercado dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos desportivos *premium*; (iii) mercado dos canais de conteúdos cinematográficos *premium*; e (iv) mercado dos canais de conteúdos desportivos *Premium*.
291. Como se verá *infra*, os compromissos assumidos pela Notificante são susceptíveis de assegurar a concorrência efectiva no mercado em apreço, tal como consta da secção IX.

### VII. EFEITOS VERTICAIS

292. A nível vertical, cumpre analisar as relações verticais existentes, directa e indirectamente, entre, por um lado: (i) o mercado dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos cinematográficos *premium*; (ii) o mercado dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos desportivos *premium*; (iii) o mercado dos canais de conteúdos cinematográficos *premium*; e (iv) o mercado dos canais de conteúdos desportivos

*premium*; e, por outro, (v) o mercado a jusante da televisão por subscrição, nomeadamente no que concerne à distribuição de conteúdos *premium*.

293. Nos mercados a montante, apenas a Adquirente está presente através da ZON Conteúdos e da Lusomundo Audiovisuais, S.A., detendo uma posição de monopólio nos mesmos.
294. Já no mercado a jusante, em que tanto a Adquirente como as Adquiridas operam, a representatividade conjunta das mesmas, a nível nacional<sup>90</sup>, no primeiro trimestre de 2008 e segundo dados facultados pelo ICP – ANACOM, ascendeu a [70-80]% do total dos clientes de televisão por subscrição a nível nacional, correspondendo a quota das Adquiridas apenas a [0-5] daqueles clientes.
295. Deste modo, de acordo com as *Guidelines on the assessment of non-horizontal mergers*<sup>91</sup>, não é de excluir que da presente operação resultem efeitos verticais, uma vez que a quota resultante da operação de concentração é superior a 30%, quer a montante, quer a jusante.
296. Actualmente, a ZON detém, como reconhecido pela Notificante, uma posição de monopólio nos mercados a montante (i.e., direitos de transmissão televisiva de conteúdos cinematográficos e desportivos *premium*; canais de conteúdos cinematográficos e desportivos *premium*), ao que acresce um elevado poder de mercado a jusante (i.e., televisão por subscrição).
297. Neste sentido, e dado este contexto de estrutura de mercado a jusante e a montante, a ZON possui já os incentivos e a capacidade necessários para tornar mais oneroso o

---

<sup>90</sup>Referimo-nos à quota no mercado da televisão por subscrição, a nível nacional, ainda que a AdC considere que a dimensão geográfica do mesmo é infra-nacional, uma vez que a procura dos canais de conteúdos *premium* se processa numa base nacional.

<sup>91</sup> Publicadas, pela Comissão Europeia, em 28 de Novembro de 2007, encontrando-se disponíveis em: <http://ec.europa.eu/comm/competition/mergers/legislation/nonhorizontalguidelines.pdf>.

acesso dos seus concorrentes a canais com conteúdos *premium*, assim reduzindo a capacidade competitiva dos seus concorrentes no mercado a jusante, podendo originar uma situação de *input foreclosure* (encerramento do mercado por via do acesso aos *inputs* ou factores de produção).

298. Todavia, não parece resultar que a capacidade e os incentivos da ZON, referidos *supra*, se venham alterar com a presente operação de concentração, uma vez que a produção e disponibilização de canais de conteúdos *premium*, assim como a aquisição de direitos de transmissão televisiva de conteúdos *premium*, já se encontram verticalmente integrados, detendo a ZON uma posição dominante, de monopólio, em todos esses mercados.
299. Deste modo, atendendo a que os canais Cine são produzidos pela ZON e o canal Sport TV pela SportTV<sup>92</sup>, a capacidade desta para proceder a *input foreclosure* recusando ou dificultando o acesso dos concorrentes àqueles canais não se altera na sequência da operação de concentração. O mesmo se pode afirmar relativamente aos incentivos para o fazer: a ZON já tinha estes incentivos numa situação pré operação, e estes não serão distintos após a operação de concentração.
300. As características da estrutura dos mercados em análise, conjugadas com a existência de i) integração vertical (nomeadamente ao nível dos canais *Premium*), e ii) contratos de exclusividade para os direitos de transmissão de outros canais, embora susceptíveis de condicionar o grau de concorrência destes mercados, não são, no entanto, decorrentes da presente operação de concentração, considerando-se, ainda, em face da apreciação desenvolvida, não serem agravados os problemas jusconcorrenciais daí advenientes.
301. Ainda no que se refere à análise de eventuais efeitos verticais, importará avaliar se, em resultado da presente operação de concentração, se poderia verificar um eventual efeito de *customer foreclosure*, que se traduziria na redução da base de potenciais clientes dos

---

<sup>92</sup> Empresa controlada conjuntamente pela ZON (cfr. ponto 14).

concorrentes de menor dimensão (via, nomeadamente, a aquisição das adquiridas por outros concorrentes da ZON na televisão por subscrição).

302. Ao analisar a susceptibilidade deste efeito emergir, há que distinguir entre duas situações: os canais produzidos pela ZON (TVCine) e pela SportTV<sup>93</sup> (canal SportTV) e os restantes canais de que apenas detém o exclusivo de comercialização.
303. Na primeira dessas situações, o efeito de *customer foreclosure* em análise apenas poderia ocorrer naqueles mercados a montante (Canais Premium – TVCine e SportTV) se, com a presente operação, se estivesse a dificultar a entrada de concorrentes potenciais da ZON Conteúdos e da Lusomundo Audiovisuais nesses mercados, que viessem a desafiar a posição de monopólio da ZON.
304. Ora, no que diz respeito à Sport TV, tal não se aplica, uma vez que, na situação actual, a posição da ZON a montante não é passível de ser contestada. De facto, a ZON – através da sua participada SportTV<sup>94</sup> - detém a exclusividade dos conteúdos desportivos necessários à produção daquele canal, o que inviabiliza a entrada no mercado de qualquer concorrente uma vez que não existem substitutos para aqueles conteúdos.
305. No caso da TVCine, a Lusomundo detém a exclusividade de conteúdos cinematográficos das principais *majors*. Não obstante, não é de excluir, *a priori*, a existência de substitutos, mesmo que imperfeitos, para os conteúdos cinematográficos *premium* necessários à produção daquele canal. Todavia, não se afigura como provável que, caso a operação não se concretizasse, se viesse efectivamente a verificar uma entrada naquele mercado ou, inversamente, que a realização da presente operação condicione, *per se*, a entrada no mercado, dada a importância e características dos conteúdos relativamente aos quais a Lusomundo detém o exclusivo.

---

<sup>93</sup> Empresa controlada conjuntamente pela ZON (cfr. ponto 14).

<sup>94</sup> Empresa controlada conjuntamente pela ZON (cfr. ponto 14).

306. Ao nível dos restantes canais de que a ZON apenas detém o exclusivo de comercialização, um eventual efeito vertical indirecto estaria associado à dificuldade acrescida dos concorrentes da ZON na televisão por subscrição em obter uma base de clientes que lhe conferisse um poder negocial junto dos produtores de canais estrangeiros, para obter um canal concorrente àqueles de que a ZON detém o exclusivo.
307. No entanto, em qualquer dos casos identificados *supra*, os efeitos verticais associados à aquisição, pela ZON, dos clientes das adquiridas, não decorrem *per se* da operação de concentração, e apenas poderiam emergir num cenário em que estes passassem a integrar a carteira de clientes de um concorrente da ZON (nomeadamente, como refere uma contra-interessada, através de um hipotético processo de consolidação alternativo), que assim adquirisse uma dimensão susceptível de lhe conferir poder negocial junto das grandes *majors* detentores dos conteúdos/canais).
308. Adicionalmente, a reduzida representatividade dos clientes das adquiridas, assim como o facto de alguns desses canais, para os quais a ZON – directa ou indirectamente - detém o exclusivo, não integrarem os pacotes base (sendo apenas subscritos por uma parte dos subscritores), retiram ainda expressividade àquele efeito, não permitindo concluir que da presente operação decorram preocupações concorrenciais desta natureza.
309. Por fim, não se revela, razoável valorizar, neste contexto, o obstáculo à entrada de eventuais concorrentes da ZON nos mercados dos *canais premium* associado ao modelo de gestão publicitária em vigor<sup>95</sup>, uma vez que, como acima demonstrado, a entrada de concorrentes ao nível dos *canais premium* se afigura improvável, ou mesmo impossível no caso dos canais desportivos *Premium*.
310. Assim, o mercado da televisão por subscrição está fortemente integrado com os mercados a montante, realçando os (contra)-interessados que esta estrutura confere

---

<sup>95</sup> De acordo com este modelo, a ZON actua como agente de vendas de publicidade, que integra nos diferentes canais, por esta, comercializados, incluindo os canais Premium, o que contribui “para o equilíbrio de custos”.

vantagens competitivas à ZON face aos demais concorrentes. No entanto, conclui a AdC que estas características não decorrem nem se agravam significativamente em resultado da operação de concentração, nem tampouco justificariam, tal como sugerido por alguns (contra)-interessados no procedimento, a imposição de compromissos específicos, no âmbito da presente operação de concentração.

### VIII. PARECER DAS ENTIDADES REGULADORAS

311. Uma vez que os mercados em causa na presente operação de concentração são objecto de regulação sectorial, a AdC solicitou à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (“ERC”), e ao ICP - ANACOM, em 22 de Novembro de 2007, os respectivos pareceres relativamente à operação de concentração em análise, ao abrigo do artigo 39.º, n.º 1 da Lei da Concorrência e, no que concerne à ERC, do disposto no artigo 4.º, n.º 3 da Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto, ainda aplicável nos termos do n.º 2 do artigo 98.º da nova Lei da Televisão, aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho.

#### *Parecer da ERC*

312. A ERC, no seu parecer emitido em 17 de Janeiro de 2008, não se opôs à operação de concentração projectada, considerando esta *“não levanta problemas quanto ao funcionamento transparente e plural do mercado audiovisual”*, designadamente *“dado o pouco relevo da Bragatel, da Pluricanal Leiria e da Pluricanal Santarém, no mercado da televisão[...]”*, tal como definido por esta Entidade Reguladora.

313. A este propósito, importa salientar que este entendimento assenta no pressuposto de que, como reconhecido pela ERC, no seu parecer, *“as definições de mercado de produto relevante dadas pela Comissão Europeia e pela AdC [...], nem sempre coincidirão com o entendimento de mercado fixado pela ERC, uma vez que os objectivos prosseguidos pelas entidades em questão são diferentes.”*

314. Na verdade, como esclarece esta entidade Reguladora, enquanto que *“a AdC visa fiscalizar as operações de concentração de empresas com vista à defesa da concorrência”*, já *“o objectivo da ERC é o de garantir a liberdade de expressão e a diversidade de opiniões”*, tendo como *“missão garantir o pluralismo na sua dupla dimensão, externa (entendida como a «pluralidade de suportes ou de operadores») e interna (que “exige uma apreciação qualitativa quanto à diversidade da informação difundida»)”*.
315. Neste sentido, a ERC concluir que *“a operação de concentração projectada não levanta problemas quanto ao funcionamento transparente e plural do mercado audiovisual.”*

***Parecer do ICP - ANACOM***

316. O ICP - ANACOM, por sua vez, em parecer emitido em 11 de Dezembro de 2007, não obstante considerar *“prematureto retirar uma conclusão firme sobre o processo agora em notificação”*, *“sem ponderação de informação adicional que venha a permitir uma decisão final sobre o assunto”*, observa que:
- (i) *“a concretizar-se a operação de concentração esta produzirá, no mercado de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo, um reforço ligeiro do poder de mercado da TV Cabo, que é elevado”;*
  - (ii) *“dado que a concentração se cinge a áreas geográficas específicas, (...) a diminuição da concorrência em algumas dessas áreas não deixa de causar alguma preocupação devido às implicações daí decorrentes, em termos de escolha para o utilizador final”;*
  - (iii) *“no mercado de acesso à Internet em banda larga existirá um reforço, ainda que ligeiro, da quota de mercado da TV Cabo (...)”;*
  - (iv) *“sob a perspectiva da cobertura de rede, em grande parte dos Concelhos abrangidos, a operação de concentração determinará uma sobreposição de redes, o que não parecer ter*

*grande impacto ao nível de sinergias ou de objectivos de expansão da abrangência geográfica da Notificante.”.*

317. Do exposto, o ICP – ANACOM conclui que o impacto da operação projectada deverá ser analisado, essencialmente, nas seguintes dimensões:

- (i) *“redução da concorrência efectiva que se opera em 11 Concelhos, sendo a concorrência eliminada em 9 Concelhos nos quais se passará a uma situação de prestador único de serviços de distribuição de televisão por cabo”;*
- (ii) *“redução da concorrência potencial” ou mesmo “risco de ausência continuada de serviços de distribuição de televisão por cabo em Concelhos vizinhos para onde o prestador resultante da operação poderá deixar de ter incentivos para alargar a sua área de influência”; e*
- (iii) *“nível de concorrencialidade que existirá entre a PTC e a PT Multimédia [ZON Multimédia] na oferta de serviços e no desenvolvimento das plataformas abrangidos pelos mercados relevante para efeitos da presente notificação”.*

## IX. COMPROMISSOS

318. Nos termos do n.ºs 2 e 3 do artigo 35.º da Lei da Concorrência, a Autoridade terá que analisar eventuais compromissos que tenham sido propostos pela Notificante no sentido de avaliar se estes são suficientes e adequados para assegurar que a operação notificada não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos nos mercados considerados, avaliando se os

mesmos permitem assegurar a manutenção de uma concorrência efectiva no mercado em apreço<sup>96</sup>.

319. Caso os compromissos propostos pela Notificante sejam considerados adequados para assegurar a manutenção de uma concorrência efectiva, nos termos expostos, então a Autoridade deverá proferir uma decisão de não oposição – prevista no n.º 1, alínea b), do artigo n.º 35 da Lei da Concorrência –, podendo acompanhar esta sua decisão com condições e obrigações destinadas a garantir o cumprimento desses mesmos compromissos, nos termos do n.º 3 do mesmo normativo.
320. No âmbito da presente operação de concentração, a Notificante apresentou um rol de potenciais compromissos tendentes à resolução dos problemas de natureza concorrencial identificados, tendo a respectiva avaliação aferido da suficiência e adequação dos mesmos relativamente à resolução das preocupações concorrenciais identificadas no mercado relevante da televisão por subscrição, avaliação essa que será, de seguida, apresentada.

### **9.1 Compromissos propostos pela Notificante**

321. A Notificante apresentou três tipos de Compromissos tendentes à resolução dos problemas de natureza concorrencial identificados, os quais resultam, respectivamente,
- (i) no desinvestimento de uma parte das redes de cabo e dos clientes das empresas

---

<sup>96</sup> Neste sentido, vide Comunicação da Comissão sobre as medidas de correcção passíveis de serem aceites nos termos do Regulamento (CEE) n.º 139/2004 do Conselho e do Regulamento (CE) n.º 802/2004 da Comissão, no ponto 4: “Nos termos do Regulamento das concentrações, a Comissão aprecia a compatibilidade de uma concentração notificada com o mercado comum em função do seu efeito sobre a estrutura da concorrência na Comunidade<sup>9</sup>. O critério para determinar a compatibilidade nos termos dos n.ºs 2 e 3 do artigo 2.º do Regulamento das concentrações consiste em apurar se uma concentração entravaria significativamente uma concorrência efectiva, no mercado comum ou numa parte substancial deste, em particular em resultado da criação ou do reforço de uma posição dominante.”. A confirmar este entendimento, vide ainda Decisão 98/526/CE da Comissão no processo IV/M.950 – Hoffmann La Roche/Boehringer Mannheim, JO L 234 de 21.8.1998, p. 14, ponto 13; processo IV/M.1846 – Glaxo Wellcome/SmithKline Beecham, pontos 70-72; processo COMP/M.2547 – Bayer/Aventis Crop Science, pontos 324 e seguintes.

Adquiridas; (ii) na libertação de espaço em infra-estruturas da PT Comunicações abrangidas pela ORAC e em infra-estruturas da rede terciária das empresas Adquiridas; e (iii) na disponibilização, por parte da Notificante, de uma oferta grossista de televisão por satélite, baseada na plataforma tecnológica de satélite utilizada pela Adquirente (Hispasat).

322. Estes Compromissos serão, agora, apresentados de forma pormenorizada, com o intuito de se proceder a uma avaliação da suficiência e adequação dos mesmos relativamente à resolução das preocupações concorrenciais identificadas.

## **9.2 Compromisso de desinvestimento de uma parte das redes de cabo e dos clientes das empresas Adquiridas**

323. A Notificante compromete-se a alienar 50% do conjunto das células das Adquiridas, abrangendo, nesta alienação, as infra-estruturas das redes secundária e terciária (i.e., cabos coaxiais, equipamentos activos e equipamentos passivos), o nó óptico (incluindo os armários onde estes nós ópticos se encontram instalados), assim como os clientes das referidas células que, à data da alienação, ainda se encontrem associados às referidas células.

324. As células elegíveis para alienação serão determinadas em função do grau de sobreposição entre as células das Adquiridas e as células da empresa Adquirente – o grau de sobreposição será calculado através do rácio entre o número de casas cabladas pela ZON TV CABO, na área geográfica correspondente à célula de distribuição das empresas Adquiridas, e o número de casas cabladas pelas Adquiridas nessa mesma célula. Serão elegíveis, para alienação, as células das Adquiridas que apresentem um maior grau de sobreposição com as células da Adquirente, até perfazer um total de 50% de todas as células das empresas Adquiridas.

325. O preço de alienação das células elegíveis será determinado em função do número de casas cabladas e clientes activos, à data de entrega das referidas células ao comprador. A Notificante compromete-se a definir os preços unitários por casa cablada e por cliente, de forma a que a [CONFIDENCIAL].
326. No que concerne a prazos de alienação, os compromissos prevêem que, num prazo máximo de 6 meses após a decisão final da AdC, seja elaborado um plano de vendas, o qual incluirá as listas, por Concelho, das células elegíveis para alienação – em função do cadastro sobre graus de sobreposição entre as células das Adquiridas e da Adquirente -, o preço de cada célula, a sua localização georeferenciada, o número de clientes activos à Data da Decisão, o número de casas cabladas e a data prevista de disponibilização dessa célula.
327. Após a definição da referida lista de células elegíveis, a Notificante terá um prazo de seis meses para proceder à alienação das mesmas, findo o qual, [CONFIDENCIAL].
328. [CONFIDENCIAL].
329. [CONFIDENCIAL].
330. A disponibilização das células decorrerá no prazo máximo de 6 meses após a manifestação firme do interesse de uma empresa terceira em comprar essa ou essas células. [CONFIDENCIAL].
331. No que concerne, em particular, à alienação de clientes prevista, a Notificante compromete-se a não desenvolver políticas de *customer win-back* dos clientes adquiridos pelas terceiras empresas ao abrigo deste compromisso. Ou seja, a Notificante não implementará quaisquer práticas de venda activa aos referidos clientes, o que será válido por um período de 12 meses, após o início da prestação de serviços a esses clientes, pela empresa que os adquiriu.

332. Adicionalmente, a Notificante compromete-se a não implementar políticas de fidelização específicas, direccionadas às zonas onde haverá células elegíveis para alienação, entendendo-se, para este efeito, como políticas de fidelização específicas aquelas políticas que sejam fundamentalmente distintas das adoptadas para o resto do território nacional.
333. A referida inibição de implementar políticas de fidelização específicas deverá manter-se desde a data de decisão da AdC, até 12 meses decorridos da efectiva alienação das células, ou, para aquelas células elegíveis que não tenham sido alienadas no período previsto de alienação, até ao termo desse período de venda das células.
334. A Notificante compromete-se a, nas células alienadas no âmbito do presente compromisso, não aplicar penalidades por rescisão antecipada do contrato de prestação de serviços com fidelização aos clientes que, à Data da Decisão, mantenham contratos de prestação de serviços com as Adquiridas e que, após essa data, celebraram novos contratos de prestação de serviços com a ZON, desde que essa rescisão seja efectuada para celebração de novos contratos de prestação de serviços sobre a infra-estrutura da célula alienada.
335. Está ainda prevista, no texto dos Compromissos proposto pela Notificante, a existência de um mandatário, que procederá à monitorização do compromisso referente à inibição de implementação de políticas de fidelização específicas, assim como a monitorização do compromisso de alienação de células.
336. Face ao presente compromisso de desinvestimento de uma parte das redes de cabo e dos clientes das Adquiridas, a Notificante entende que será promovida a entrada no mercado, num prazo de [CONFIDENCIAL], de um novo operador de distribuição por cabo nas zonas abrangidas pelas redes das Adquiridas – [CONFIDENCIAL] –,

eliminando-se, desta forma, todas e quaisquer eventuais barreiras à entrada ou expansão de operadores concorrentes.

337. Assim, a Notificante considera que o aludido compromisso reforçará as condições de contestabilidade do mercado, através de um aumento da possibilidade de entrada de novos operadores de redes ou da expansão dos operadores existentes, atendendo, em particular, ao impacto que o mesmo terá sobre o (menor) custo de investimento em redes de acesso e de aquisição de clientes que resulta do presente compromisso.

338. Finalmente, a Notificante entende que, nas áreas geográficas abrangidas pela rede das empresas Adquiridas em sobreposição com a rede da Adquirente, [CONFIDENCIAL], o que, associado aos compromissos propostos, continuará a assegurar uma elevada concorrência.

339. Ou seja, :

(i) [CONFIDENCIAL];

(ii) [CONFIDENCIAL];

(iii) [CONFIDENCIAL].

### **9.3 Compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede**

340. A Notificante compromete-se, durante 5 anos após a Data da Decisão, a que, em todas as infra-estruturas da PT Comunicações, abrangidas pela ORAC, e/ou em todas as infra-estruturas da rede terciária, em que se verifique a existência simultânea de cabos coaxiais da Adquirente e das Adquiridas, um dos aludidos cabos possa ser:

(i) removido por terceiro(s) operador(es), a pedido do(s) mesmo(s), e com o acompanhamento dos trabalhos pela Notificante;

- (ii) alienado a terceiro(s) operador(es), a pedido do(s) mesmo(s), desde que a utilização do cabo a adquirir se destine, pelo menos, à prestação de serviços de distribuição de televisão por subscrição por cabo, cobre ou fibra óptica, e desde que esse(s) operador(es) não se encontrem, ainda, a prestar qualquer serviço de televisão por subscrição por cabo nessas mesmas infra-estruturas.
341. A remoção dos cabos será realizada pelos operadores que a solicitaram, devendo esses operadores, no caso da remoção de cabos em infra-estrutura da PT Comunicações, estar conformes com os requisitos definidos na ORAC. Os operadores que solicitarem a remoção de cabos deverão, previamente à sua remoção, contratar seguros de responsabilidade civil que cubram eventuais prejuízos causados pelos seus meios ou pelo pessoal ao seu serviço durante os trabalhos de remoção dos cabos.
342. O custo da remoção dos cabos será suportado pelas empresas que solicitem essa remoção, tendo estas empresas que pagar à Notificante um valor correspondente aos custos incorridos no âmbito da ORAC, quando aplicável, e aos custos administrativos e de acompanhamento dos trabalhos. Os custos associados à ORAC corresponderão aos preços desta oferta em vigor na data da remoção dos cabos, enquanto que os custos administrativos são de € 250 por pedido para a remoção de cabos na rede secundária e de € 5 por casa cablada para remoção de cabos na rede terciária. Já os custos de acompanhamento dos trabalhos terão como referência os preços definidos na ORAC para o mesmo tipo de serviço, mas sem um valor máximo acumulado.
343. A Notificante poderá, a pedido do(s) operador(es) a que se refere o número anterior, e por mútuo acordo, efectuar a remoção dos cabos, suportando esse(s) operador(es), para além dos valores acima referidos, o custo incorrido pela Notificante na operação de remoção do cabo.

344. No referente ao preço de alienação dos cabos instalados na rede terciária, este será de € 60 por casa cablada, salvo acordo entre as partes que determinem um preço inferior por casa cablada.
345. Já no que concerne a prazos de remoção/alienação de cabos, a Notificante identificará, num prazo máximo de 6 meses após a data de decisão da AdC, quais os cabos disponibilizados ao abrigo deste compromisso. Adicionalmente, a Notificante identificará, no final do período de vendas das células elegíveis para alienação, quais as células que não foram alienadas, para que os cabos sobrepostos associados a estas mesmas células possam ser disponibilizados para alienação ou remoção, no âmbito deste compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede. Este cadastro será fornecido às empresas que o solicitem à ZON, concelho a concelho, para o que terão de celebrar um acordo de confidencialidade com a Notificante e as empresas Adquiridas.
346. Para que um terceiro interessado possa solicitar a alienação ou remoção de cabos, o mesmo deverá demonstrar a necessidade de instalar cabos em infra-estruturas da PT Comunicações, na rede secundária ou em infra-estruturas da rede terciária, e não tenham, eles próprios, espaço disponível para tal.
347. Face a uma solicitação de remoção de cabos, ao abrigo do presente compromisso, a Notificante compromete-se a efectuar, no prazo máximo de 2 meses após recepção do pedido, os procedimentos necessários à remoção física do(s) cabo(s) em questão, nos termos da ORAC, quando aplicável, e desde que o pedido abranja um número máximo de, respectivamente, 100 troços de condutas consecutivos ou 50 casas cabladas localizadas numa mesma rua ou em ruas adjacentes. A ZON só aceitará e dará seguimento a um máximo de 10 pedidos por semana e por operador.

348. Em caso do pedido de alienação de cabos em infra-estruturas da rede terciária, por parte de um operador, a Notificante compromete-se a entregar o(s) cabo(s) solicitados no prazo máximo de 3 meses após recepção desse pedido, devendo cada pedido abranger um número máximo de 200 casas cabladas, localizadas numa mesma rua ou em ruas adjacentes. A ZON só aceitará e dará seguimento a um máximo de 10 pedidos por semana e por operador.
349. O mandatário para a monitorização da execução deste compromisso será o mesmo mandatário responsável pela monitorização do compromisso de desinvestimento de uma parte das redes de cabo e dos clientes das Adquiridas.
350. Face ao compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede, agora proposto, entende a Notificante que, através deste compromisso, serão eliminadas quaisquer alegadas barreiras físicas à entrada ou expansão de operadores concorrentes, através de redes de distribuição por cabo ou mesmo de outras redes *wireline*, como fibra óptica, cobre ou outra, resultantes do acesso às infra-estruturas das redes secundárias – condutas da PT Comunicações associadas à ORAC – bem como das redes terciárias.
351. Nestes termos, a Notificante conclui que, à semelhança do compromisso de desinvestimento de uma parte das redes de cabo e dos clientes das Adquiridas, o aludido compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede reforçará as condições de contestabilidade do mercado, através de um aumento da possibilidade de entrada de novos operadores de redes ou da expansão dos operadores existentes, atendendo, em particular, ao impacto que o mesmo terá sobre o (menor) custo de investimento em redes de acesso à casa do cliente final.

#### **9.4 Compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite**

352. A Notificante compromete-se a disponibilizar uma oferta grossista de televisão por satélite, de âmbito nacional, através da qual terceiros interessados poderão aceder ao

sinal dos canais distribuídos pela plataforma de satélite utilizada pela Adquirente – satélite Hispasat –, para criação de pacotes de canais próprios com ofertas de televisão por subscrição.

353. A oferta grossista abrange, apenas, o acesso à plataforma tecnológica de satélite utilizada pela Notificante, devendo, em todo o caso, as terceiras entidades que beneficiem de tal oferta chegar a acordo, com os titulares dos direitos sobre os canais, para que possam proceder à distribuição dos mesmos sobre o satélite referido.
354. Os preços de acesso à oferta grossista têm quatro componentes principais:
- (i) Valor fixo de adesão à oferta ou *Setup Fee*, no montante de € [800-850] mil – este montante destina-se a cobrir os custos da Notificante com [CONFIDENCIAL];
  - (ii) Valor anual para cobrir custos da actividade grossista, suportados pela Notificante, ou *Base Fee* de Gestão, no montante de € [180-200] mil – este montante destina-se a cobrir custos de [CONFIDENCIAL]. A ZON compromete-se a aplicar a todos os contratos, na proporção do tempo em que vigorarem simultaneamente, um desconto de 30%, no caso de 2 adesões à oferta grossista, um desconto de 40% no caso de existirem 3 adesões à oferta grossista ou de 50% sempre que existam 4 ou mais aderentes à referida oferta;
  - (iii) Valor anual fixo ou *Base Fee* de Serviço, no montante de € [600-650] mil, por cada múltiplo de 20 canais transmitidos, independentemente da tecnologia de transmissão ser em SD ou HD – este montante destina-se a cobrir os custos de [CONFIDENCIAL];
  - (iv) Valor mensal por cliente pelo [CONFIDENCIAL], o qual dependerá do número de clientes da terceira entidade que venha a beneficiar desta oferta. Os montantes mensais a pagar por cliente são os seguintes, no caso da oferta de, apenas, um pacote de 20 canais:

Número de clientes	Pagamento mensal por cliente
Até 50.000	€ [4,00-4,50]
50.000 a 75.000	€ [2,50-3,00]
75.000 a 100.000	€ [1,50-2,00]
Mais de 100.000	€ [1,00-1,50]

NOTA: No caso de disponibilização de múltiplos pacotes de canais ou pacotes com acesso a canais *Premium*, o valor mensal a pagar será o dobro, mantendo-se os mesmos escalões.

NOTA: A remuneração mensal incidirá sempre sobre um número mínimo de clientes médios anuais, mesmo que não alcançados pelo operador, o qual será de 5 mil no 1.º ano, 10 mil no 2.º e 3.º anos e 15 mil no 4.º e 5.º anos de duração do contrato.

355. Estes preços podem ser negociados com as entidades interessadas nesta oferta, comprometendo-se a Notificante a aplicar os preços então acordados de forma não discriminatória, ou seja, a todos os contratos em vigor e a apresentá-los a todos e quaisquer futuros interessados nessa oferta.
356. No âmbito desta oferta, o operador será responsável pela negociação dos canais constantes da sua oferta comercial directamente com os detentores dos direitos, sendo igualmente responsável pela definição das suas ofertas comerciais, publicidade, comercialização, facturação, cobrança e apoio ao cliente.
357. Quanto aos cartões de acesso condicional, serão propriedade da ZON, não podendo, os mesmos, ostentar ou conter visualmente qualquer insígnia, marca, logótipo, ou qualquer outro direito de propriedade intelectual, susceptível de ser associado à

actividade comercial da ZON. Os cartões de acesso condicional poderão ser customizados pelo operador, o qual suportará custos inerentes. Da mesma forma, o operador será responsável pelo equipamento dos clientes (set-top boxes e antenas) e pelo desenvolvimento do software respectivo.

358. A duração do contrato será de 5 anos, podendo ser renovado por períodos de, no mínimo, 3 anos. Caso o operador pretenda terminar o contrato antecipadamente – por facto que lhe seja imputável –, terá de indemnizar a Notificante no valor dos *Base Fees* (de Gestão e de Serviço) que venceriam até ao final dos 5 anos de contrato. Este valor da indemnização será reduzido em 75% no caso do operador em causa não deter nenhuma outra oferta de televisão por subscrição em Portugal, ou não venha a disponibilizar tais ofertas no prazo de 3 meses após a data de rescisão do contrato.
359. Face ao presente compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite, entende a Notificante que a oferta grossista agora proposta permitirá, a qualquer entidade que pretenda aderir à mesma, uma cobertura nacional para a prestação de serviços de televisão por subscrição, de acesso não condicionado com assinatura ou de acesso condicionado.
360. Adicionalmente, a Notificante conclui que, o facto da oferta grossista se basear na mesma plataforma tecnológica que é utilizada pela ZON TV CABO e pela PT Comunicações – o satélite Hispasat –, promove as condições de concorrência no mercado, uma vez que os clientes finais podem mudar de operador de televisão por distribuição em DTH, sem terem de reinstalar ou reorientar a sua antena e, conseqüentemente, podem fazê-lo sem suportar custos de mudança significativos.
361. A Notificante refere ainda que esta oferta permitirá, aos operadores que a ela recorram, definir as suas próprias ofertas retalhistas, tanto em termos de preços como de criação de pacotes de canais. Caberá igualmente a esses operadores a estratégia e política

comerciais e de marketing, bem como toda a relação com o cliente final, desde a instalação até ao *customer care*.

362. Finalmente, a Notificante entende que a oferta grossista ora proposta reduz, de forma significativa, os custos de investimento necessários à entrada de novo(s) operador(es) no mercado da televisão por subscrição. Nesta perspectiva, a Notificante conclui que o compromisso reduz eventuais barreiras à entrada e a expansão, promovendo, desta forma, a contestabilidade do mercado e, conseqüentemente, obviando eventuais problemas de natureza horizontal que tenham sido identificados pela AdC.

#### 9.5 Da suficiência e adequação dos Compromissos

363. Conforme *supra* referido, a Autoridade da Concorrência deverá, nos termos do n.ºs 2 e 3 do artigo 35.º da Lei da Concorrência, analisar a suficiência e adequação de eventuais compromissos que tenham sido propostos pela Notificante no sentido de avaliar se estes são suficientes e adequados para assegurar que a operação notificada não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos nos mercados considerados.

364. No que concerne à adequação de compromissos propostos pela Notificante, importa, desde já, referir ser entendimento desta Autoridade que o objectivo básico dos compromissos consiste em assegurar estruturas de mercado concorrenciais<sup>97</sup>, nos termos previstos na Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

365. Nestes termos, os compromissos deverão criar condições susceptíveis de levar ao aparecimento de novo(s) concorrente(s) no mercado da televisão por subscrição, e/ou à expansão dos actuais operadores concorrentes da ZON TV CABO, resultando,

---

<sup>97</sup> Vide, neste mesmo sentido o Acórdão do TPI de 25 de Março de 1999, proferido no processo T-102/96, *Gencor Ltd. / Comissão*, Colectânea 1999, II-753, fundamento 316. Esta é também a posição adoptada pela Comissão Europeia na sua Comunicação sobre as soluções passíveis de serem aceites em sede de controlo de concentrações.

simultaneamente, no reforço das condições de contestabilidade no mercado da televisão por subscrição.

366. A criação de condições susceptíveis de levar ao aparecimento de novo(s) concorrente(s) e/ou à expansão dos concorrentes das empresas participantes, resulta, normalmente, da alienação de determinados activos das empresas Participantes, podendo a AdC vir a aceitar outro tipo de compromissos que, em conjunto ou isoladamente, sejam susceptíveis de ter efeitos equivalentes à da aludida alienação de activos.
367. No presente procedimento, a Notificante propõe o desinvestimento de um conjunto de activos das empresas Adquiridas, nomeadamente, as células das empresas Adquiridas que apresentem um significativo grau de sobreposição com as células da ZON TV CABO, até perfazer um total de 50% de todas as células das empresas Adquiridas, assim como os clientes desta empresa que, à data de alienação, se mantenham ligados à célula a alienar.
368. A AdC reconhece que o aludido compromisso de alienação de células será susceptível de contribuir para as condições de contestabilidade do mercado de televisão por subscrição.
369. Por outro lado, importa notar que foi assumido um compromisso de atenuação de eventuais custos de mudança dos clientes da ZON que, nas áreas geográficas cobertas pelas células a alienar, pretendam mudar de operador de televisão por subscrição, o que será susceptível de reforçar a capacidade de terceiros operadores constituírem ou reforçarem a sua base de clientes, tornando, desta forma, a aquisição das células a alienar mais atractiva para um terceiro operador de televisão por subscrição, baseada na infra-estrutura de cabo, que pretenda entrar ou expandir-se nos mercados geográficos relevantes.

370. Finalmente, e no sentido de reduzir significativamente os riscos associados à efectiva alienação das células a alienar, nomeadamente no presente caso, em que não foi possível identificar um número elevado de potenciais candidatos à aquisição das referidas células, importa notar que o texto de Compromissos propostos pela Notificante prevê compromissos e obrigações que reforçam, de forma significativa, a probabilidade das células a desinvestir serem efectivamente alienadas<sup>98</sup>.
371. Os projectos de decisão da AdC já previam que, decorrido o prazo de seis meses após a identificação da lista de células elegíveis para alienação, em que compete à Notificante proceder à alienação das células, [CONFIDENCIAL].
372. [CONFIDENCIAL].
373. Ademais, no seguimento da Audiência de Interessados, a Notificante reforçou o conjunto de compromissos e obrigações, no sentido de incrementar, de forma significativa, a probabilidade das células a desinvestir serem efectivamente alienadas.
374. Ou seja, [CONFIDENCIAL].
375. Face ao *supra* exposto, a AdC conclui que os Compromissos tal como reformulados pela Notificante, na sequência das Observações das empresas consultadas em sede da Audiência dos Interessados, se revelam suficientes e adequados para assegurar que a operação notificada, modificada nos termos dos compromissos agora apresentados, não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva nos mercados considerados.

---

<sup>98</sup> Reduziu-se, assim, o grau de incerteza quanto à entrada de um concorrente no mercado da televisão por subscrição, em linha com o disposto no ponto 11 da Comunicação da Comissão acima citada, em que se refere que: *“O grau de certeza necessário quanto à execução dos compromissos propostos pode ser nomeadamente afectado pelos riscos associados à transferência da actividade a alienar, tais como as condições fixadas pelas partes para a alienação, os direitos de terceiros em relação a esta actividade ou as dúvidas quanto à possibilidade de encontrar um adquirente adequado, bem como os riscos ligados à deterioração dos activos até à realização da alienação. Incumbe às partes eliminar estas incertezas no que respeita à execução da medida de correcção aquando da sua apresentação à Comissão.”*

376. De facto, tal como redesenhados, os Compromissos oferecidos pela Notificante, não só criam condições de contestabilidade ao nível das duas principais plataformas de prestação de serviços de televisão por subscrição – cabo e satélite, como também garantem, com o grau de certeza necessário, a entrada de um novo operador (ou expansão de um concorrente) a prestar serviços nos mercados geográficos relevantes através de, pelo menos, uma das plataformas *supra* referidas.
377. Já no que concerne o compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede, nomeadamente naqueles casos em que a rede da ZON TV CABO e as redes das empresas Adquiridas se encontram sobrepostas, a AdC considera que o mesmo é susceptível de atenuar importantes barreiras à expansão no mercado da televisão por subscrição.
378. De facto, tendo a AdC concluído que em muitas das infra-estruturas de rede, quer ao nível da ORAC quer ao nível da rede secundária e da rede terciária, a indisponibilidade de espaço constitui uma barreira à expansão da rede dos operadores de cabo, então a remoção (ou alienação) dos cabos da ZON TV CABO ou das empresas Adquiridas, naqueles casos em que os mesmos se encontrem sobrepostos, constitui uma forma de atenuar as aludidas barreiras à expansão e, nestes termos, reforçar as condições de contestabilidade do mercado de televisão por subscrição<sup>99</sup>.
379. O compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede é susceptível de atenuar as barreiras à entrada/expansão uma vez que se aplica a todas as infra-estruturas onde existe uma sobreposição da rede da ZON TV CABO e das empresas Adquiridas, incluindo os cabos associados às células que, tendo sido elegíveis para

---

<sup>99</sup> Encontram-se, deste modo, preenchidos os requisitos previstos nos pontos 63 e 64 da Comunicação da Comissão acima citada, em que se refere que: “Podem ser propostos compromissos que autorizam o acesso a infra-estruturas e redes no intuito de facilitar a entrada de concorrentes no mercado. [...] sempre que seja suficientemente claro que se verificará a entrada de novos concorrentes na prática, conducente à eliminação de qualquer entrave significativo à concorrência efectiva [...]”.

alienação, não foram adquiridas por nenhum concorrente da Notificante (no âmbito do primeiro compromisso).

380. Ademais, um qualquer operador que já tenha uma rede de cabo, mas que não esteja interessado na aquisição das células a alienar, ou que pretenda expandir a sua rede para áreas não cobertas pelas células a alienar, poderá solicitar a libertação de determinadas infra-estruturas para, de uma forma mais ou menos pontual, expandir a respectiva rede de cabo.
381. Já no que concerne ao compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite, e ainda que o satélite apresente um conjunto de desvantagens face a uma rede de cabo, por não permitir, entre outras coisas, a oferta de pacotes *triple-play*, este compromisso será susceptível de conduzir à entrada de novo(s) concorrente(s) no mercado da televisão por subscrição, nomeadamente sobre a plataforma de satélite.
382. De facto, atendendo às condições de preço associadas à oferta grossista de televisão por satélite proposta pela Notificante, a AdC concluiu que as mesmas são susceptíveis de resultar em projectos de televisão por satélite com uma rentabilidade económica positiva, o que será susceptível de conduzir à entrada no mercado de novo(s) concorrente(s).
383. Ou seja, a AdC calculou o valor residual por cliente que, no final dos 5 anos associados ao prazo contratual da oferta grossista, teria de vigorar para que, na perspectiva do terceiro que pondera aderir à aludida oferta, esta apresente um Valor Actualizado Líquido (VAL) igual a zero. Naturalmente, estes cálculos foram baseados nos vários parâmetros de preço associados à oferta grossista, e num conjunto de pressupostos que, na perspectiva da AdC, parecem ser razoáveis.

### **Modelo Financeiro da Actividade de Satélite – oferta de um pacote de 20 canais**

	Ano zero	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Cientes no final do ano		10.000	20.000	30.000	40.000	50.000
Cientes médios		5.000	15.000	25.000	35.000	45.000
Churn de clientes		1.000	3.000	5.000	7.000	9.000
Gross Ads		11.000	13.000	15.000	17.000	19.000
Receitas		750.000€	2.250.000€	3.750.000€	5.250.000€	6.750.000€
Custos:						
Set up fee	[800.000-850.000]€					
Base fee de Gestão		[180.000-200.000]€	[180.000-200.000]€	[180.000-200.000]€	[180.000-200.000]€	[180.000-200.000]€
Base fee de serviço		[600.000-950.000]€	[600.000-950.000]€	[600.000-950.000]€	[600.000-950.000]€	[600.000-950.000]€
Custo de autenticação e suporte de 2ª linha		[240.000-270.000]€	[720.000-810.000]€	[1.200.000-1.350.000]€	[1.680.000-1.890.000]€	[2.160.000-2.430.000]€
Custos de		210.000€	630.000€	1.050.000€	1.470.000€	1.890.000€

programação						
Custos de serviço e facturação		96.000€	288.000€	480.000€	672.000€	864.000€
Custos de angariação		330.000€	390.000€	450.000€	510.000€	570.000€
Cash Flow incremental da actividade de satélite	-[800.000-850.000]€	-[900.000-950.000]€	-[550.000-600.000]€	-[200.000-250.000]€	[100.000-150.000]€	[450.000-500.000]€

**Fonte:** Cálculos da AdC

NOTA: Pressupostos assumidos: A variação no número de clientes é igual a 10.000 por ano, obtendo a empresa 50.000 clientes no final do 5º ano; Receita média mensal por cliente, para uma oferta de 20 canais, é igual a €12,5; Custos mensais de programação por cliente igual a €3,5, para um pacote de 20 canais; Custos mensais de serviço e facturação por cliente igual a €1,6; Comissão de angariação de novos clientes igual a €30; Taxa de *churn* anual igual a 20%; Taxa de desconto dos *cash flows* igual a 8% ao ano.

384. Com base no modelo financeiro apresentado na tabela anterior, e nos respectivos pressupostos, a AdC concluiu que o valor residual por cliente deveria ser igual a cerca de [55-60]€, no final dos 5 anos associados ao prazo contratual da oferta grossista, para que, na perspectiva do terceiro que pondera aderir à aludida oferta grossista, este projecto apresente um VAL igual a zero.

385. Ora, o valor residual por cliente determinado no ponto anterior parece ser, na perspectiva da AdC, um valor suficientemente baixo, atendendo, em particular, ao valor que normalmente é atribuído pelo mercado a um cliente de televisão por subscrição e, nesta perspectiva, a oferta grossista agora proposta é susceptível de se vir a revelar um projecto viável para terceiros e, conseqüentemente, de vir a reforçar as condições de contestabilidade do mercado.

386. Adicionalmente, a AdC reconhece alguns dos argumentos utilizados pela Notificante na defesa da oferta grossista de televisão por satélite agora proposta (cfr. pontos 359 a 362).
387. Ou seja, reconhece-se que a oferta grossista permitirá, a qualquer entidade que pretenda aderir à mesma, uma cobertura nacional para a prestação de serviços de televisão por subscrição, num prazo relativamente curto. Adicionalmente, reconhece a AdC que, o facto da oferta grossista se basear na mesma plataforma tecnológica que é utilizada pela ZON TV CABO e pela PT Comunicações – o satélite Hispasat –, é susceptível de reduzir os custos de mudança entre operadores com oferta de televisão por satélite e, desta forma, contribuir para reforçar as condições de contestabilidade do mercado.
388. De igual modo, reconhece-se que a oferta grossista agora proposta é susceptível de reduzir os custos de investimento necessários à entrada de novo(s) operador(es) no mercado da televisão por subscrição, seja através do satélite seja através de outras plataformas, contribuindo para atenuar barreiras à entrada e, conseqüentemente, para o reforço das condições de contestabilidade do mercado.
389. Ademais, deverá acrescentar-se que, no seguimento das observações de terceiros, foi proposto, pela Notificante, um reforço dos compromissos e obrigações, no sentido de incrementar, de forma significativa, a probabilidade da entrada efectiva, no mercado, de terceiro(s) operador(es) de televisão por subscrição, via a oferta grossista de satélite.
390. Ou seja, conforme já referido *supra*, [CONFIDENCIAL].
391. Nos termos identificados no ponto anterior, [CONFIDENCIAL].

392. No entendimento da AdC, a nova configuração dos Compromissos cria os incentivos para que a Notificante promova, activamente, a entrada no mercado de um terceiro operador que ofereça serviços de televisão por subscrição, [CONFIDENCIAL].
393. Importa notar que as conclusões da AdC, relativas aos incentivos da Notificante, apresentadas no ponto anterior, assentam no facto dos preços da oferta grossista referidos no texto dos Compromissos constituírem valores de referência, podendo estes preços, em todo o caso e por mútuo acordo, ser negociados com as entidades interessadas nessa oferta, comprometendo-se ainda a ZON a aplicar os preços então acordados de forma não discriminatória, ou seja, a todos os contratos em vigor e a revelá-los a todos e quaisquer futuros interessados na oferta grossista.
394. Em face do exposto, a AdC entende que o conjunto de Compromissos propostos pela Notificante é suficiente e adequado à resolução dos problemas concorrenciais resultantes da presente operação, no mercado da televisão por subscrição, dessa forma assegurando que a operação de concentração não resultará numa criação ou reforço de uma posição dominante, susceptível de criar entraves significativos à concorrência efectiva nos mercados relevantes identificados, nos termos previstos no n.º 3 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

## X. AUDIÊNCIA DOS INTERESSADOS

395. Nos termos do n.º 1 do artigo 38.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, o Projecto de Decisão, de 19 de Setembro de 2008, foi sujeito a Audiência dos Interessados, tendo sido consultados a Notificante, os contra-interessados no procedimento – Cabovisão, Sonaecom, Vodafone – Comunicações Pessoais, S.A. (Vodafone), e a terceira interessada, PT.
396. Em sequência das Observações remetidas pelos interessados no procedimento, bem como aquelas emitidas pelo regulador sectorial, considerou esta Autoridade que a

alteração pela notificante, dos compromissos inicialmente propostos, de modo acomodar as considerações daquelas entidades, e a subsequente análise e aprovação dos mesmos pela Autoridade da Concorrência, era susceptível de constituir uma modificação substancial ao conjunto de compromissos que integraram o projecto de decisão de 19 de Setembro de 2008.

397. Nestes termos, em 4 de Novembro, e na estrita medida em que tal deu origem a um novo Projecto de Decisão de Não Oposição com sujeição a condições e obrigações, nos termos dos artigos 35.º, n.º 1, alínea b) e n.º 3 da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, a Autoridade da Concorrência, em cumprimento do disposto no artigo 38.º daquele normativo, procedeu à abertura de uma nova fase de Audiência dos Interessados.

398. A presente Decisão inclui a devida avaliação e consideração das observações da ZON, do ICP-ANACOM e dos interessados que entenderam pronunciar-se no âmbito de ambas as Audiência de Interessados (Vodafone, Cabovisão e PT<sup>100</sup>).

## **10.1 Observações do ICP-ANACOM**

### **10.1.1 Primeira Audiência dos Interessados – 19 de Setembro**

399. O ICP – ANACOM, em 16 de Outubro de 2008, apresentou os seus comentários sobre o projecto de decisão, pronunciando-se designadamente sobre a suficiência e adequação dos compromissos.

400. Dos comentários desta entidade reguladora resulta que esta concorda, de uma forma geral, com os compromissos, com as condições impostas para o seu cumprimento, bem como com a apreciação da AdC sobre a suficiência e adequação dos mesmos.

401. Contudo, o ICP–ANACOM não deixa de alertar para os seguintes factos:

---

<sup>100</sup> A Sonaecom não remeteu quaisquer observações.

- a. Quanto ao primeiro compromisso, relativo ao desinvestimento das células elegíveis:
- i. Refere que a ausência de manifestações de interesse em adquirir estes activos, poderá vir a tornar este compromisso inócuo;
  - ii. Considera que os prazos previstos para a execução deste compromisso são muito longos, quer o prazo para fazer o cadastro em redes que já estão sobrepostas, quer o prazo para disponibilizar as células vendidas ao seu comprador;
  - iii. Refere que não se encontra prevista a monitorização do compromisso de não levar a cabo políticas de *customer win-back* e de fidelização;
  - iv. Entende que não se encontram claros os motivos que justificarão a não migração dos clientes associados às células alienadas.
- b. Quanto ao segundo compromisso, relativo à libertação de espaço nas infra-estruturas:
- i. Coloca reservas quanto à possibilidade de um terceiro – que não a ZON como beneficiária – proceder à remoção dos cabos desta no âmbito da ORAC;
  - ii. Refere não estar claro no texto deste compromisso, se o terceiro que pedir a remoção do cabo terá a obrigação de prestar serviços de televisão por subscrição;
  - iii. Questiona a base e o critério de fixação do valor de €250 por pedido, relativo a custos administrativos;
  - iv. Considera que o prazo previsto para a execução deste compromisso é muito longo.

- c. Quanto ao terceiro compromisso, relativo à oferta grossista de satélite, aponta a aparente incongruência de se prever a celebração de contratos de 5 anos, para uma oferta grossista que se manterá apenas por 3 anos.
- d. Quanto à monitorização da execução dos compromissos adoptados, refere que deverão ser salvaguardadas as competências do ICP – ANACON.

402. Face ao exposto, o ICP – ANACOM, conclui que:

- a. Como admitido pela AdC, o compromisso de alienar uma parte das células da empresa Adquirida não afecta um conjunto significativo de casas cabladas daquelas empresas, ao que acresce a dúvida sobre a alienação efectiva das células elegíveis nos prazos previstos, pela ausência de reais interessados;
- b. O compromisso de libertação de espaço poderá atenuar as eventuais dificuldades suscitadas na aplicação do primeiro compromisso; e
- c. A oferta grossista de satélite constitui uma oferta concorrencial, atendendo a que, apesar das desvantagens da tecnologia satélite face à rede de cabo - nomeadamente a mesma não permitir ofertas *triple-play* - existem ofertas grossistas alternativas, como a rede ADSL da PT e a ORALL.

403. Para além das considerações tecidas relativamente aos compromissos, o ICP – ANACOM chama ainda a atenção, quanto à dimensão geográfica do mercado de acesso retalhista à banda larga, que está em curso um processo de análise deste mercado, no qual é proposta uma segmentação geográfica infra-nacional do mesmo. No entanto, reconhece que, independentemente de uma definição nacional ou infra-nacional do mercado de acesso retalhista à banda larga, as conclusões da análise jusconcorrencial patente no projecto de decisão quanto ao mesmo não seriam distintas.

## 10.2 Observações da ZON

### 10.2.1 Primeira Audiência dos Interessados – 19 de Setembro

404. Em 7 de Outubro, a ZON apresentou as suas observações ao projecto de decisão. Nestas, a ZON concorda com a adopção, por parte da AdC, do projecto de decisão apresentado, em particular quanto ao entendimento de que as condições e obrigações em causa são suficientes e adequadas à resolução dos problemas jusconcorrenciais identificados, dessa forma assegurando a manutenção de uma concorrência efectiva.
405. Ainda assim, não deixa a notificante de recuperar o seu entendimento, discordante do da AdC, relativamente a alguns temas e pontos analisados no projecto de decisão, designadamente a definição de mercado relevante – em especial no que respeita ao mercado da televisão por subscrição –, a alegada existência de barreiras à entrada, a pequena importância das plataformas IPTV<sup>101</sup> e TDT, os mercados relacionados identificados e efeitos verticais decorrentes da operação.
406. Relativamente a estas questões, a AdC reitera a sua posição e remete para as considerações feitas nas secções relevantes dos projectos de decisão e da presente decisão.

### 10.2.2 Segunda Audiência dos Interessados – 4 de Novembro

407. Em 18 de Novembro, veio a notificante apresentar as suas observações ao segundo projecto de decisão da AdC.

---

<sup>101</sup> Relativamente a este aspecto, a ZON realça o facto da PT, em um ano de actividade, ter já conquistado cerca de 10% de quota no mercado da televisão por subscrição, e duplicado o seu número de clientes, num curto espaço de tempo (Junho de 2008 a Setembro de 2008), e o facto da Sonaecom ter anunciado o início da sua oferta de serviços através de fibra óptica, com o objectivo de chegar, com esta tecnologia, “a um milhão de casas até 2010.” Segundo a ZON, estes anúncios representam uma dinâmica e contestabilidade no mercado, assente em IPTV, que não deve ser minimizada.

408. Considerando que as mesmas são, em tudo, idênticas às anteriormente apresentadas relativamente ao primeiro projecto de decisão da AdC, âmbito da primeira Audiência dos Interessados, remete-se para a respectiva síntese, constante dos pontos 404 e seguintes *supra*.

### 10.3 Observações da Cabovisão

#### 10.3.1 Primeira Audiência dos Interessados – 19 de Setembro

409. Em 17 de Outubro, veio a Cabovisão apresentar as suas observações em sede de Audiência dos Interessados. Em termos sucintos, a Cabovisão teceu considerações:

- A) De âmbito geral quanto à avaliação realizada pela AdC ao conjunto de compromissos assumidos pela notificante;
- B) De âmbito específico quanto a cada um dos compromissos em concreto, assumidos pela notificante;
- C) Da necessidade de um compromisso adicional relativo aos conteúdos.

#### A) - Observações de âmbito geral quanto à avaliação realizada pela AdC ao conjunto de compromissos assumidos pela notificante

410. A Cabovisão entende que *“a não verificação dos compromissos assumidos pela Notificante, (...) determinará a invalidade do acto administrativo em causa, por ser contrário à Lei da Concorrência, e, conseqüentemente, a sua susceptibilidade de anulação contenciosa, com a inerente cessação dos respectivos efeitos.”*.

411. Com efeito, entende a Cabovisão que os compromissos assumidos não se afiguram suficientes e adequados à necessária manutenção da concorrência efectiva nos mercados

afectados. Neste sentido, não satisfazendo este requisito e uma vez que os compromissos assumidos – no momento em que é adoptada a decisão final da AdC de não oposição – passam a fazer parte integrante desta, a decisão da AdC padeceria do vício de invalidade.

412. Neste sentido, entende a Cabovisão que deveria ser imposta uma condição suspensiva da execução da operação de concentração até à efectiva concretização integral dos compromissos assumidos pela ZON, por forma a garantir da sua exequibilidade. Esta poderia, na opinião da contra-interessada, ser consubstanciada em:

- a) A celebração de um (ou vários) contrato-promessa de compra e venda de uma percentagem do conjunto da rede de distribuição da adquirida com um adquirente cuja viabilidade seja verificada pela AdC;
- b) A manifestação firme, por parte de um interessado, na remoção/aquisição dos cabos em questão, desde que tal constitua uma actividade viável;
- c) A disponibilização da oferta grossista.

413. Entende, assim, a contra-interessada que, no conjunto de compromissos assumidos, não se encontra previsto qualquer mecanismo “de último recurso” para o caso dos mesmos não se realizarem, e que, segundo a Cabovisão, poderia ser uma *fire-sale* das células que não tivessem sido alienadas. Considera, assim, não existir qualquer garantia de que os três compromissos assumidos – individualmente, ou em conjunto – possam vir a ser efectivamente cumpridos, sobretudo na medida em que não se procedeu a nenhum teste de mercado dos mesmos.

414. Por outro lado, entende a Cabovisão que a análise dos compromissos, pela AdC, deveria ter tido em conta a operação de concentração *Ccent. 56/2007 – CATVP/Bragatel\*Pluricanal* e a respectiva avaliação jusconcorrencial.

415. Entende, também, a Cabovisão, que deveria ter havido articulação com outras entidades reguladoras, designadamente o ICP-ANACOM e a ERC, sendo o parecer desta última vinculativo.
416. Finalmente, entende a empresa que deveria haver um reforço substancial dos direitos e deveres do mandatário no âmbito do exercício das suas funções de monitorização dos compromissos.

**B) - Observações de âmbito específico quanto a cada um dos compromissos assumidos pela notificante**

***Compromisso de Promoção da Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo***

417. No que concerne este compromisso, a Cabovisão alega que o objecto de desinvestimento não corresponde a uma actividade viável, pelo que poderão não vir a existir interessados nos activos, e que existe, portanto, um sério risco de não concretização do compromisso.
418. No entender da Cabovisão, apenas se estiver prevista a intervenção de um mandatário para proceder alienação do negócio sem determinação de preço mínimo, caso as partes não encontrem um adquirente adequado dentro do primeiro período de desinvestimento, haverá alguma garantia do estabelecimento das condições de concorrência efectiva nos mercados afectados, num cenário pós concentração.
419. Ainda, de acordo com a Cabovisão, as células que a Notificante se propõe alienar não constituem uma actividade viável, já que constituem uma percentagem muito reduzida das células da adquirida (50%), o que poderá levar, aliás, à excessiva dispersão geográfica das células elegíveis.

420. Em segundo lugar, acresce a Cabovisão que a alienação apenas abrange as células (a partir do nó óptico), sendo que para que o negócio se torne interessante, se torna também indispensável a aquisição da rede de distribuição Óptica (tipicamente de fibra óptica) – a qual liga o nó óptico, ao ponto da cabeça de rede (*head-end*).
421. Por último, a Cabovisão [CONFIDENCIAL].
422. Face às considerações acima expostas, a Cabovisão propõe três alternativas possíveis para se proceder à identificação de um adquirente adequado – i) o negócio ser alienado num prazo determinado após a adopção da decisão da AdC a um adquirente aprovado por esta entidade ii) uma solução de *up-front- buyer*<sup>102</sup> ou iii) *uma solução de fix-it-first remedy*<sup>103</sup>.

#### *Compromisso de libertação de espaço em infra-estrutura de rede*

423. A Cabovisão alerta para uma potencial incompatibilidade entre os compromissos propostos e as regras estabelecidas na ORAC, que obrigam a que um terceiro operador tenha de obter uma autorização de passagem dos seus próprios cabos nas infra-estruturas da PT Comunicações, junto da mesma.
424. Acresce que, no âmbito da ORAC, e ao contrário dos termos do compromisso apresentado, cabe à Beneficiária da ORAC (*in casu*, a ZON), e não um terceiro, “*proceder à remoção dos cabos instalados nas condutas e infra-estrutura associada*”. Neste sentido entende a Contra-Interessada que será necessário prever que seja a ZON a proceder à remoção dos cabos em infra-estruturas da PT abrangidas pela ORAC.

---

<sup>102</sup> i.e., as partes não poderem executar a operação de concentração notificada antes de terem celebrado um acordo vinculativo com um adquirente.

<sup>103</sup> As partes identificam um adquirente para o negócio e celebram um acordo vinculativo com este, no âmbito do procedimento.

425. A Cabovisão salienta, ainda, que como nem a televisão por satélite, nem a Televisão Digital Terrestre, se apresentam como substitutos perfeitos da plataforma de cabo, a execução dos compromissos sobre a rede de cabo são determinantes para a manutenção da concorrência efectiva nos mercados relevantes identificados.
426. Alerta, ainda, a Cabovisão para a necessidade de prever nos compromissos disposições sobre infra-estruturas utilizadas pela adquirida e que não são abrangidas pela ORAC e de prever a alienação/remoção dos cabos em fibra óptica, e não apenas dos cabos coaxiais.
427. A Cabovisão solicita, ainda, que esteja prevista a possibilidade de alienação cabos da rede secundária, tal como previsto para a rede terciária.

**Compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite de âmbito nacional**

428. Quanto a este compromisso a Cabovisão entende que, atendendo às limitações da tecnologia de suporte, [CONFIDENCIAL], já que o DTH (satélite) não permite, *per se*, a interactividade necessária para a prestação de *triple Play*.
429. Não obstante, reconhece que o DTH [CONFIDENCIAL].
430. Por outro lado, a Cabovisão alerta para o facto de não se estar perante uma verdadeira oferta grossista, mas sim perante uma revenda do serviço da ZON na medida em que os terceiros não têm a possibilidade de moldar a sua oferta com os canais que entendam.
431. Em sua opinião, atendendo à circunstância de a oferta grossista proposta pela Notificante apenas possibilitar a existência de concorrência, quase exclusivamente, pelo preço, e ao facto de a ZON ter a possibilidade de reduzir o seu próprio custo por cliente, a

notificante beneficiará de uma vantagem competitiva importante, reduzindo o interesse comercial de terceiros operadores nesta oferta.

432. A Cabovisão também entende que este compromisso pode ser ineficaz, na medida em que o seu cumprimento depende da actuação de terceiros – os detentores do satélite *Hispasat* e dos detentores dos direitos de transmissão dos canais.
433. São, ainda, contestadas as condições contratuais estabelecidas pela Notificante. A Cabovisão considera-as desiguais e abusivas, para além de não existir nenhuma previsão no compromisso sobre se a oferta é renovável, ou não, para além dos cinco anos contratuais estabelecidos no compromisso.

**C) - Da necessidade de um compromisso adicional relativo ao negócio dos conteúdos**

434. A Cabovisão considera que, para mitigar a posição dominante da ZON, é ainda necessário contemplar a existência de compromissos relativamente aos conteúdos, susceptíveis de mitigar o reforço dos efeitos verticais da operação.
435. De facto, a Cabovisão entende que apenas um compromisso de alienação das participações sociais que o Grupo ZON detém na PT Conteúdos, ou, pelo menos em quatro empresas que actuam nesta área – Lusomundo, Sport TV, Sportinvest e Lisboa TV –, seria capaz de eliminar por completo os efeitos verticais e a possibilidade de abusos de posição dominante por parte do Grupo ZON.
436. Sobre este tema as preocupações da Cabovisão são, em larga medida, consentâneas com aquelas apresentadas pela PT Comunicações, incidindo as preocupações da Cabovisão, essencialmente, sobre os mercados dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos cinematográficos *premium* e de conteúdos desportivos *Premium*, pelo que se remete para

a secção respectiva à Posição da AdC sobre os comentários às Observações do Grupo PT, quanto aos efeitos verticais resultantes da presente operação de concentração.

### *Posição da AdC*

#### *A-Observações de âmbito geral quanto à avaliação realizada pela AdC ao conjunto de compromissos assumidos pela notificante*

437. Quanto à questão da validade ou invalidade da decisão da AdC, entende a AdC que a Cabovisão não enquadrou a questão da forma mais correcta.
438. De facto, sempre que a AdC adopta uma qualquer decisão, esta representa o culminar de uma instrução e de toda uma análise que a suportou. No caso concreto, a adopção de uma decisão de não oposição sujeita a condições e obrigações assenta na premissa de que a AdC, baseada na instrução por si conduzida, considera que estas são suficientes para assegurar a manutenção de uma concorrência efectiva.
439. Por sua vez, tal análise implica uma avaliação prospectiva do impacto que a operação de concentração terá na estrutura de mercado e, como tal, um certo grau de incerteza torna-se sempre inevitável, incumbindo à AdC o desígnio de reduzi-lo a um mínimo.
440. Dito isto, dificilmente se poderá considerar que a decisão da AdC se torna inválida *ipso facto* os compromissos impostos, no juízo da Cabovisão, não serem suficientes e adequados à manutenção de uma concorrência efectiva.
441. Por sua vez, tal análise implica uma avaliação prospectiva do impacto que a operação de concentração terá na estrutura de mercado, ponderados todos os elementos coligidos ao longo da instrução.

442. O juízo da AdC quanto à suficiência e à adequação dos compromissos a impor à notificante não pode deixar de assentar em critérios de legalidade e de proporcionalidade face aos problemas identificados no caso concreto, que se encontram expressos, de modo fundamentado, nos projectos de decisão, bem como na presente Decisão.
443. Assim, poderá a Contra-Interessada argumentar que os compromissos, que integram a decisão da AdC, não serão suficientes ou adequados, a fim de satisfazer a totalidade das questões por aquela suscitadas. Contudo, tal não significa que a mesma padeça de ilegalidade ou de arbitrariedade, entendendo a AdC apresentar a devida fundamentação para a avaliação realizada, patente no texto da presente Decisão, bem como em ambos os projectos de decisão, submetidos a Audiência dos Interessados.
444. Da mesma forma, não se poderá afirmar que um eventual incumprimento de algum dos compromissos torne, automaticamente, a decisão da AdC inválida.
445. Conforme certamente será do conhecimento da contra-interessada, a AdC dispõe de um conjunto de mecanismos legais susceptíveis de dissuadir um eventual incumprimento de algum dos compromissos assumidos pela notificante.
446. No caso de incumprimento e esgotadas todas as outras soluções, a AdC terá a prerrogativa de ordenar medidas adequadas ao restabelecimento de uma concorrência efectiva, nomeadamente através da imposição do “desfazer” da operação e do restabelecimento do *status-quo* à data anterior ao negócio notificado.
447. Novamente, e mesmo inviabilizando a implementação da operação, tal dificilmente coloca em causa a validade da decisão de não oposição da AdC à operação.

448. Nestes termos, entende a AdC que as considerações da Cabovisão relativamente a uma eventual invalidade da decisão da AdC, por insuficiência ou inadequação dos compromissos a impor à notificante não procedem.
449. Quanto à necessária tomada em consideração dos diplomas de direito comunitário da concorrência, e respectivas comunicações interpretativas, bem como da *“necessária interpretação uniforme do direito da concorrência nacional e comunitário”*, entende a AdC tecer os comentários seguintes.
450. Em primeiro lugar, de facto, não poucas vezes a prática decisória da AdC em matéria de controlo de concentrações é inspirada nas melhores práticas comunitárias, em particular da Comissão Europeia. Contudo, tal não significa – nem poderia – que a AdC deva aplicar a legislação comunitária na análise operações de concentração nacionais – a apreciação de operações de concentração nacionais tem a sua base legal na Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, e não na legislação comunitária.
451. Em segundo lugar, a promoção da aplicação das normas comunitárias em vigor e a necessária significa que a AdC – tal como o Estado Português – se encontra impedida de adoptar qualquer medida que coloque em causa, por um lado, a aplicação dos artigos 81.º e 82.º do Tratado que institui a Comunidade Europeia, e por outro a aplicação pela Comissão Europeia, dos Regulamentos Comunitários, no âmbito do exercício das suas competências.
452. Naturalmente que a AdC, tendo em conta o princípio da interpretação conforme do direito da concorrência nacional e comunitário, não ignora o regime comunitário da concorrência. Todavia, esta tomada de consideração deve ser entendida como de aplicação paritária, e não hierárquica entre legislação nacional e legislação comunitária.
453. Acresce que a avaliação a que a AdC procedeu da adequação e suficiência dos Compromissos se afigura conforme com os princípios expressos pela Comissão na

recente “Comunicação da Comissão sobre as medidas de correcção passíveis de serem aceites nos termos do Regulamento (CEE) n.º 139/2004 do Conselho e do Regulamento (CE) n.º 802/2004 da Comissão”.

454. Assim, entende a AdC que a argumentação da Cabovisão sobre esta questão não procede.
455. No que concerne a ausência de soluções alternativas para uma eventual impossibilidade de cumprimento de algum – ou de todos – os compromissos assumidos, entende a AdC que o conjunto de alterações introduzidas aos mesmos – e que justificou a abertura de uma segunda Audiência dos Interessados – se afigura suficiente para afastar as preocupações suscitadas pelas entidades consultadas em 19 de Setembro.
456. No que concerne uma eventual necessária análise transversal das operações de concentração Ccent. 56/2007 e Ccent. 21/2008 refira-se que, em termos procedimentais, tratam-se de duas operações de concentração diferentes e autónomas, a ser analisadas em fases distintas de procedimento: a operação Ccent. 56/2007 foi notificada e produziu efeitos ainda no decurso de 2007, e foi objecto de uma decisão de passagem a investigação aprofundada no início de Abril de 2008; a operação Ccent. 21/2008 foi notificada em Março de 2008 e produziu efeitos na terceira semana de Abril, já após a decisão intermédia da AdC relativamente à Ccent. 56/2007.
457. Por outro lado, relembre-se que a Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho faz uma clara diferenciação das regras procedimentais de instrução em matéria de controlo de concentrações – e com implicações substancialmente diversas -, consoante esta se encontre a decorrer em primeira ou em segunda fase.
458. Acresce que, apenas a existência de uma relação de condicionalidade jurídica e económica entre as duas operações de concentração, justificaria a análise conjunta das mesmas.

459. Por outro lado, entende a AdC, no âmbito da televisão por subscrição, que os mercados geográficos serão infra-nacionais, pelo que uma eventual análise conjunta das duas operações não resultaria em nenhuma consequência de natureza jusconcorrencial diversa da já concluída pela AdC no âmbito de uma análise individualizada, na medida em que não se verificaria uma sobreposição das redes das adquiridas.
460. Assim, entende a AdC que também a argumentação da Cabovisão sobre esta questão não procede.
461. No que concerne à eventual necessidade de uma maior articulação com as entidades reguladoras sectoriais, designadamente a ERC e o ICP - ANACOM, a AdC entende por bem tecer os seguintes comentários.
462. Em primeiro lugar, e conforme patente na presente decisão (à semelhança dos projectos de 19 de Setembro e 4 de Novembro), a AdC procedeu à consulta da ERC e do ICP - ANACOM, para efeitos de Parecer, nos termos do artigo 39.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho. Em resposta, ambas as entidades pronunciaram-se quanto à realização da operação de concentração.
463. Adicionalmente, no que respeita, concretamente, ao caso do ICP-ANACOM – e como é do conhecimento da contra-interessada –, a AdC procedeu, por diversas ocasiões ao longo da instrução, a pedidos de elementos, tendo sempre obtido a melhor colaboração do regulador sectorial. Finalmente, não de somenos relevância, terá sido a iniciativa da AdC em dar conhecimento de ambos os projectos de decisão a esta entidade reguladora, a qual veio a tecer relevantes comentários para análise da presente operação, e que se encontram reflectidos nos pontos 396 e seguintes *supra*.
464. Neste sentido, entende a AdC que a colaboração com o ICP – ANACOM, ao longo do procedimento, foi adequada e ampla, contribuindo para a tomada de decisão da AdC.

465. Já no que respeita à ERC, lembre-se que a mesma “*não se opôs à operação de concentração projectada, considerando esta “não levanta problemas quanto ao funcionamento transparente e plural do mercado audiovisual”, designadamente “dado o pouco relevo da Bragatel, da Pluricanal Leiria e da Pluricanal Santarém, no mercado da televisão [...]”* (cfr. ponto 312 *supra*).
466. Entende, assim, a AdC ter dado o devido relevo à necessária articulação com a ERC, e que as conclusões por si tecidas no seu Parecer se mantêm plenamente válidas e adequadas, pelo que entende a AdC não serem necessários desenvolvimentos adicionais sobre esta questão.
467. Relativamente à questão da ausência de teste de mercado, a AdC, embora reconheça a utilidade da realização de testes de mercado, recorda que não impende, sobre ela, qualquer obrigação processual de proceder a esse tipo de testes, ou diligências com fins equivalentes. Com efeito, da totalidade de decisões em matéria de controlo de concentrações, a AdC apenas procedeu a uma consulta desta natureza em uma ocasião.
468. Por outro lado, dificilmente se poderá argumentar, *tout-cour*, que a AdC não submeteu, os compromissos assumidos pela notificante à devida consulta de mercado, porquanto os referidos compromissos foram, enquanto parte integrante do seu projecto de decisão, submetidos a Audiência dos Interessados, na qual os principais operadores do mercado de televisão por subscrição em Portugal foram convidados a participar, enquanto interessados no procedimento.
469. Neste sentido, entende a AdC que a consulta, em sede de Audiência dos Interessados, cumpriu, de modo equivalente, os propósitos comumente atribuídos a um teste de mercado.
470. De facto, a AdC realça que as alterações aos compromissos previstos no projecto de decisão de 19 de Setembro – e que se encontram incorporadas no projecto de decisão de 4

de Novembro e na presente Decisão – resultaram dos contributos das observações manifestadas pelas entidades consultadas em sede de Audiência dos Interessados.

471. Assim, entende a AdC, que a argumentação da Cabovisão sobre esta questão, mais uma vez, não procede.
472. Finalmente, quanto ao âmbito e à concreta definição das funções do mandatário – incluindo o conjunto dos seus direitos e deveres –, tendentes ao exercício das suas funções relacionadas com o cumprimento dos compromissos assumidos, entende a AdC que estas se encontram suficientemente detalhadas nos compromissos assumidos pela Notificante, embora se preveja a sua ainda maior precisão no instrumento contratual, previamente aprovado pela AdC, a celebrar entre a entidade escolhida e a ZON.
473. Assim, entende a AdC que a argumentação da Cabovisão sobre esta questão não procede.

**B) – Às observações de âmbito específico quanto a cada um dos compromissos assumidos pela notificante**

**Compromisso de Promoção da Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo**

474. A Cabovisão entende que existe um elevado risco na concretização do primeiro compromisso, devido, entre outros aspectos, ao facto de os activos a alienar (i) não constituírem uma actividade viável e (ii) serem de alienação incerta ou difícil, em particular atenta a conjuntura económica e financeira internacional; e ao facto de a Cabovisão poder vir a apresentar-se como único candidato eventualmente interessado.

475. Quanto à viabilidade das células a alienar, é entendimento da AdC que o conjunto de células a alienar são suficientes para promover a entrada viável de um concorrente nos mercados analisados.
476. Acresce que o conjunto de células elegíveis para alienação é suficiente para, no entender da AdC, atenuar as preocupações manifestadas pela Cabovisão quanto à dispersão geográfica das células.
477. A AdC reconhece, porém, que para que um operador possa utilizar os activos que a Notificante se propõe a alienar é necessária a realização de investimentos, pelo menos ao nível das redes de distribuição<sup>104</sup>, isto é, a montante dos nós ópticos, entendendo-se que as dificuldades existentes ao nível da rede secundária e terciária não se verificarão a este nível.
478. É de referir que um dos princípios que presidiu à determinação dos activos a alienar convergiu, de algum modo, com as observações e com os elementos que a Cabovisão foi aduzindo, ao longo do procedimento, quanto à existência de barreiras à entrada e à expansão, nomeadamente, as barreiras que a Cabovisão tem enfrentado para expandir a sua rede, ou seja, as barreiras físicas que resultam da inexistência de espaço disponível para desenvolver a sua rede ao nível da capilaridade necessária para servir o cliente final.
479. Ora, os activos a alienar correspondem a elementos das redes secundária e terciária das empresas adquirida, que permitirão, a um eventual comprador, chegar ao cliente final mais rapidamente do que conseguiria fazer caso optasse por cablar as zonas em causa.
480. Este compromisso também permitirá que um eventual interessado, a partir da localização dos activos a adquirir, expanda a sua área de actuação para zonas geográficas

---

<sup>104</sup> Caso já tenha desenvolvido a sua rede *back-bone*.

vizinhas, numa lógica natural de expansão por continuidade ou por proximidade das redes.

481. Quanto aos elementos de rede, a montante do nó óptico, i.e., as ligações em fibra óptica, que constituem a rede de distribuição, até ao *head-end*, entende a AdC que o desenvolvimento dos referidos troços não está sujeito aos mesmos constrangimentos que o desenvolvimento das redes secundária e terciária, pelo que a extensão do compromisso a estes elementos de fibra não parece ser determinante para garantir a viabilidade dos activos a alienar.
482. Por outro lado, de acordo com os elementos recolhidos durante a instrução, existem operadores de redes públicas de telecomunicações, independentes da ZON, que prestam serviços de aluguer de capacidade para a ligação dos nós ópticos aos *head-ends* e, caso necessário, estes últimos à rede *back-bone*.
483. A Autoridade pretende, ainda, destacar que a selecção das células elegíveis para alienação, no âmbito deste compromisso, será elaborada a partir de uma lista das células das empresas abrangidas na concentração notificada, na qual essas células serão ordenadas pelo grau de sobreposição de casas cabladas por cabo coaxial, sendo as células a alienar aquelas que apresentam maior grau de sobreposição.
484. Como certamente a Cabovisão reconhecerá, quanto maior for o grau de sobreposição de casas cabladas, maior será a redução da concorrência nas respectivas áreas, razão pela qual terão que ser aquelas - e não quaisquer outras células a escolher pela Cabovisão, ou pela ZON - a ser alienadas.
485. Caso o argumento da Cabovisão fosse atendível, o que não se concede, aquela entidade poderia, e teria os incentivos para, escolher as células onde existe menor sobreposição, na medida em que iria sofrer menor pressão concorrencial da ZON. Esta possibilidade, no limite, faria depender das escolhas de um terceiro, *in casu*, da Cabovisão, o facto de se

assegurar, ou não, as condições para a manutenção de uma concorrência efectiva, o que introduzia um grau de incerteza - quanto à eficácia dos compromissos - que nenhuma Autoridade de Concorrência poderia aceitar.

486. No que respeita à incerteza associada à alienação dos activos *supra* identificados, importa referir que: (i) a ZON se comprometeu a ter todas as autorizações, licenças ou documentação legal necessárias para a concretização da alienação das células abrangidas pelo Compromisso e (ii) os Compromissos, tal como reformulados pela notificante na sequência das Observações das empresas consultadas em sede da Audiência dos Interessados, revelam-se suficientes e adequados para assegurar que a operação notificada, modificada nos termos dos compromissos agora apresentados, não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva nos mercados considerados.
487. De facto, tal como redesenhados, os Compromissos oferecidos, não só criam condições de contestabilidade ao nível das duas principais plataformas de prestação de serviços de televisão por subscrição – cabo e satélite –, como também garantem, com o grau de certeza necessário, a entrada de um novo operador (ou expansão de um concorrente) a prestar serviços nos mercados geográficos relevantes através de, pelo menos, uma das plataformas *supra* referidas.

**Compromisso de libertação de espaço em infra-estrutura de rede**

488. Como ponto prévio, refira-se que a ZON introduziu, no âmbito do presente compromisso, melhorias que permitem com mais eficácia e previsibilidade solicitar a desocupação de espaço em infra-estruturas. A título de exemplo refira-se que (i) foi estabelecida uma duração de 5 anos para o presente Compromisso; (ii) a ZON comprometeu-se a ressarcir os custos incorridos por qualquer operador, que apesar de

ter solicitado e removido os cabos em infra-estrutura da PT Comunicações, posteriormente, não haja conseguido utilizar o espaço disponibilizado, por tal ter sido considerado inviável pela PT Comunicações.

489. Ainda como ponto prévio, refira-se que, tal como a própria designação indica, este compromisso refere-se à libertação de espaço em infra-estrutura onde se verifiquem barreiras físicas à entrada ou expansão de um novo operador de televisão por subscrição. Neste âmbito, e admitindo que tal seria possível – o que, de acordo com a Notificante, está longe de ser verdade –, a AdC entende não ser necessário requerer que a ZON se disponibilize a alienar os cabos da rede secundária. A alienação destes cabos, contrariamente ao que acontece com os cabos da rede terciária, fariam depender a execução do compromisso de uma terceira entidade – a PT Comunicações –, o que poderia colocar em causa a sua exequibilidade.
490. Como principal comentário às Observações da Cabovisão, refira-se que a ZON é a entidade responsável, perante a PT, pela remoção dos cabos, actuando a entidade que solicite essa remoção, ou a mande executar, como subcontratada daquela.
491. É, aliás, por este motivo, que a ZON afirma ser necessária a credenciação desse operador, ou dos seus sub-empregados no âmbito da ORAC, bem como a posse, por essas entidades, de um seguro que cubra os riscos da operação, nomeadamente a remoção indevida de outros cabos que não os abrangidos pelo pedido de remoção.

**Compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite de âmbito nacional**

492. A AdC não discorda da Cabovisão quando esta refere as limitações, do ponto da vista da procura, da tecnologia DTH. Não obstante, esta entidade parte desta ideia base para,

posteriormente, concluir que o compromisso não é suficiente nem adequado para promover a concorrência efectiva, pois “apenas” permite uma concorrência pelo preço, e não a diferenciação dos próprios serviços prestados pela ZON.

493. Ora, desde logo, importa referir, que da investigação realizada em sede de instrução do presente procedimento, resultou claro que o DTH e o cabo, para além do *IPTV* e *FWA* faziam parte do mesmo mercado do produto relevante, não obstante se poder reconhecer que existe algum grau de diferenciação entre estes produtos.
494. Por outro lado, clarifica a AdC que a oferta grossista, não obstante ser desenhada apenas com canais que servem de base à oferta da ZON, permite que um potencial aderente diferencie a sua oferta face a esta, através da escolha de conjuntos de canais que não sejam comercializados, pela Notificante, de uma forma integrada. O potencial Adquirente pode escolher os múltiplos de 20 canais que entender adequados, podendo consubstanciar a sua oferta em pacotes de 20, 40 ou mais canais.
495. Ademais, a AdC não reconhece que um aderente a esta oferta fique sujeito à tutela financeira e operacional da ZON.
496. Em primeiro lugar, porque a entidade que aderir a esta oferta terá de ser jurídica e economicamente independente da ZON; em segundo lugar, porque o recurso a esta oferta grossista, como apresentado pela Notificante, significa uma importante redução de custos face àqueles que seriam incorridos caso um operador decidisse montar, *ex novo*, uma operação de satélite, nomeadamente no que se refere ao custos de aluguer do *transponder*; e, em terceiro lugar, as alegadas dependências operacionais, alegadas pela Cabovisão, não parecem ser especialmente mais do que as normalmente decorrem da adesão a uma oferta grossista deste género.
497. Por fim, no que a esta matéria respeita, e à eventualidade de as condições oferecidas pela Notificante serem abusivas, importa referir que esta entidade se comprometeu, nos

termos do presente Compromisso, a não praticar condições menos vantajosas que as estabelecidas, ou seja, os preços de referência aí assumidos podem ser negociados com as entidades que se manifestem interessadas nesta oferta grossista, comprometendo-se a ZON a aplicar os preços então acordados, de forma não discriminatória, não prejudicando os anteriores aderentes à oferta grossista nem os aqueles que se propuserem a aderir num momento posterior.

498. Ainda sobre este tema, refira-se que as preocupações da Cabovisão são, em larga medida, consentâneos com as apresentadas pela Vodafone, pelo que se remete para a secção respectiva à Posição da AdC sobre os comentários às Observações da Vodafone relativas ao compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite de âmbito nacional.
499. Face ao supra exposto, a AdC conclui que os Compromissos tal como reformulados pela notificante, na sequência das Observações das empresas consultadas em sede da Audiência dos Interessados, se revelam suficientes e adequados para assegurar que a operação notificada, modificada nos termos dos compromissos agora apresentados, não é susceptível de criar ou reforçar uma posição dominante da qual possam resultar entraves significativos à concorrência efectiva nos mercados considerados.
500. De facto, tal como redesenhados, os Compromissos oferecidos, não só criam condições de contestabilidade ao nível das duas principais plataformas de prestação de serviços de televisão por subscrição – cabo e satélite, como também garantem, com o grau de certeza necessário, a entrada de um novo operador (ou expansão de um concorrente) a prestar serviços nos mercados geográficos relevantes através de, pelo menos, uma das plataformas *supra* referidas.

### 10.3.2 Segunda Audiência dos Interessados – 4 de Novembro

501. Em 18 de Novembro, veio a Cabovisão apresentar as suas observações ao segundo projecto de decisão da AdC.
502. Nos seus comentários, a Cabovisão considera como positivas parte das alterações aos compromissos a impor à notificante, designadamente, o aumento de 30% para 50% do conjunto de células a alienar no âmbito do primeiro compromisso, bem como a proibição de aplicação de penalidades por rescisão antecipada de contratos de prestação de serviços com a ZON.
503. Por outro lado, reconhece como positiva e contributiva para uma boa execução do segundo compromisso, a obrigação da notificante em fornecer o cadastro dos cabos disponibilizados ao abrigo do compromisso, bem como o facto de passarem a estar abrangidos pelo prazo de 3 meses determinados pedidos de remoção ou alienação de cabos, respectivamente, da rede secundária ou terciária.
504. Por sua vez, considera que o segundo projecto de decisão não difere substancialmente do anterior, pelo que mantém os comentários, então, apresentados, nomeadamente, (i) a necessidade de assegurar que os compromissos de alienação são efectivamente executados, seja por recurso à necessidade de condicionar eficácia da decisão futura à celebração de um acordo vinculativo para a alienação das células, seja através de uma *fire-sale*; (ii) a necessidade de ser acrescentados compromissos relativos a efeitos verticais; e (iii) a necessidade de um reforço das medidas de monitorização do cumprimento dos compromissos.
505. De forma mais específica relativamente ao primeiro Compromisso, e mantendo os comentários ao primeiro projecto de decisão, a Cabovisão reitera, nomeadamente (i) que os activos a alienar não constituem uma actividade viável, pelo que deverão os mesmos abranger a totalidade da rede de distribuição; (iii) que o adquirente deverá ser um

comprador adequado (i.e. com recursos financeiros, experiência comprovada e independente das partes); e (iv) que os prazos previstos para a execução do compromisso, bem como os previstos para a inibição de desenvolvimento de políticas de fidelização serem demasiado desadequados, sendo longos para o primeiro caso, e demasiado curtos para o segundo.

506. De forma mais específica relativamente ao segundo Compromisso, e mantendo os comentários ao primeiro projecto de decisão, a Cabovisão reitera, nomeadamente: (i) que as barreiras à entrada – legais ou outras - se mantêm e que a exequibilidade do compromisso poderá estar em causa; (ii) que a exequibilidade do compromisso poderá ser colocada em causa pela aplicação de disposições da ORAC ou do ITED; (iii) que a necessidade de intervenção da PT, como terceira entidade, pode colocar em causa uma boa execução do compromisso.
507. Finalmente, no que concerne o terceiro Compromisso – disponibilização de uma oferta grossista de satélite de âmbito nacional -, a Cabovisão mantém as dúvidas e críticas que já havia desenvolvido aquando do primeiro projecto de decisão, nomeadamente quanto ao modelo de negócio, quanto às limitações físicas e tecnológicas da plataforma DTH e da impossibilidade do aderente à oferta poder diferenciar a sua oferta de canais da oferta ZON.
508. A AdC regista o reconhecimento como positivo de parte das alterações introduzidas ao primeiro projecto de decisão como positivas e que, *inter alia*, motivaram a realização de uma segunda Audiência dos Interessados.
509. Por outro lado, e já no que concerne os restantes comentários e dúvidas, ora manifestadas pela Cabovisão, entende a AdC que as mesmas correspondem, na sua essencialidade, às já transmitidas aquando da primeira Audiência dos Interessados.

510. Assim, atendendo a que as mesmas foram, já anteriormente, objecto de uma análise aprofundada por parte desta Autoridade, entende a mesma que as considerações por si tecidas no âmbito da primeira Audiência dos Interessados (cfr. pontos 409 e seguintes *supra*) são aplicáveis, na sua integralidade, à segunda Audiência, pelo que para elas se remete.

#### 10.4 Observações da Vodafone

511. Em 17 de Outubro, veio a Vodafone pronunciar-se sobre o projecto de decisão da AdC e, em particular, sobre os Compromissos que foram propostos pela Notificante e aceites pela AdC.

512. Muito embora a pronúncia da Vodafone se tenha centrado, quase em exclusivo, no compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite, a mesma achou por bem tecer alguns comentários relativos ao compromisso de promoção da entrada de um concorrente na distribuição de televisão por cabo, e ao compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede.

#### *Compromisso de Promoção da Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo*

513. Assim, no referente ao compromisso de promoção da entrada de um concorrente na distribuição de televisão por cabo, a Vodafone identifica, como riscos associados ao mesmo, a eventual fragmentação geográfica das células a desinvestir, bem como o seu reduzido número e dimensão, o que, segundo a Vodafone, ao não proporcionar a um potencial novo entrante a escala suficiente para a presença sustentada no mercado, poderá tornar este compromisso de desinvestimento pouco atractivo.

514. Da mesma forma, conclui a Vodafone que a fragmentação geográfica excessiva das células a desinvestir tornará desinteressante a sua aquisição por parte de uma empresa já instalada no mercado, na medida em que esta terá dificuldades em aproveitar as sinergias e complementaridades da sua rede de transmissão com a infra-estrutura a alienar por parte da Notificante.

**Compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede**

515. No que se refere ao Compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede, a Vodafone considera *“indispensável que as entidades que possam, eventualmente, beneficiar do compromisso em apreciação possam utilizar as infra-estruturas envolvidas ou a fibra adquirida não somente no âmbito da oferta retalhista de serviços de televisão por subscrição, mas também na prestação de outros serviços de comunicações electrónicas que permitam retirar sinergias da sua utilização”*, devendo esta possibilidade ficar, segundo a Vodafone, claramente reflectida na decisão final da AdC.

516. A Vodafone acrescenta que o espaço a libertar no âmbito deste compromisso deverá incluir, também, aquele que é ocupado nos postes da PT Comunicações, pelo que a decisão final deverá remeter as condições de remoção de cabos, não somente para o estabelecido na ORAC, mas também para eventuais contratos em vigor com a PT Comunicações.

517. A Vodafone sugeriu ainda que, por forma a facilitar a apreciação pelos interessados, a informação a disponibilizar no âmbito dos compromissos relativos à rede de cabo – compromissos de desinvestimento de parte da rede das adquiridas e de libertação de espaço em infra-estruturas de rede –, deverá ser apresentada em formato electrónico georreferenciado e tipificado por cada infra-estrutura.

*Compromisso de disponibilização de oferta grossista de televisão por satélite de âmbito nacional*

518. Já no que se refere ao compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite de âmbito nacional, a Vodafone conclui que, tendo em conta as condições de preços associadas à actual oferta grossista proposta pela Notificante, *“não é possível viabilizar um plano de negócios no médio-longo prazo”*.
519. Ademais, segundo a Vodafone, *“o plano de negócios apresentado no projecto de decisão da AdC considera, por um lado, um conjunto de custos que penalizam significativamente o valor do projecto e cuja constituição deveria ser fundamentada e disponibilizada e, por outro lado, aparentemente, não contempla [ou subavalia claramente] outros que são imprescindíveis considerar numa actividade de oferta de televisão por subscrição”*.
520. Ou seja, para além de requerer que a Notificante disponibilize e fundamente os pressupostos que a levaram a definir as diversas componentes de preços da oferta grossista – *set up fee, base fee* de gestão, *base fee* de serviço e pagamento mensal por cliente –, devendo, em todo o caso, estas componentes de preços serem orientados para os custos, incluir pagamentos faseados ao longo da vida útil do projecto, assim como descontos vários em função do número de operadores que venham a aderir à oferta grossista, a Vodafone conclui que o plano de negócios associado à oferta grossista, apresentado no projecto de decisão, subavalia significativamente determinadas parcelas de custos, e, pura e simplesmente, não leva em consideração outras importantes parcelas de custos imprescindíveis ao lançamento de uma oferta de televisão por subscrição.
521. Ou seja, conclui a Vodafone que o plano de negócios subavalia claramente as seguintes parcelas de custos:

- a. Custos de Programação – baseada [CONFIDENCIAL], conclui a Vodafone que [CONFIDENCIAL], para que o custo destes canais seja superior à totalidade dos custos de programação previstos no projecto de decisão da AdC para a totalidade dos canais previstos, o que, de acordo com a Vodafone, mostra o irrealismo dos números apresentados;
- b. Custos de Serviço e de Facturação – de acordo com a experiência da Vodafone como operador de comunicações electrónicas, o valor médio de 1,6 euros por cliente, destinado a custos de serviço e facturação considerado no plano de negócios apresentado no projecto de decisão, é claramente insuficiente, uma vez que será necessário assegurar um conjunto alargado de actividades (*v.g.*, instalação e manutenção de equipamentos; actividades de provisionamento, ou seja, de activação, reactivação, *upgrade/downgrade* de subscrições, restabelecimento de sinal, entre outras; apoio de primeira linha ao cliente final; facturação e cobrança; custos de logística; custos associados ao fraude; customização de cartões e de serviço; actividades de fidelização e de retenção de clientes);
- c. Custos de Angariação – a Vodafone considera que o custo de angariação médio por cliente de 30 euros está significativamente subestimado, uma vez que este deverá incluir, não apenas as comissões de activação de novos clientes, pagas aos canais de distribuição – aparentemente, o plano de negócios apresentado terá, segundo a Vodafone, considerado apenas esta parcela –, mas também os valores relacionados com os equipamentos que são colocados em casa do cliente. Aliás, no que concerne os custos com os equipamentos que são colocados em casa dos clientes, conclui a Vodafone, com base nos custos das *set-top boxes*, preços de equipamentos cobrados ao cliente final e necessidades previsíveis de substituição destes equipamentos, em resultado da evolução tecnológica, que a actividade complementar relacionada com

os equipamentos apresenta um resultado negativo para o negócio global da televisão por subscrição;

- d. Outros custos que, segundo a Vodafone, não se encontram reflectidos no plano de negócios – investimentos em sistemas de informação, os quais terão de ser adaptados não só para assegurar todas as actividades e processos de negócio que suportam o relacionamento com o cliente final, mas também para garantir o processo de troca de informação entre o operador que venha a aderir à oferta grossista e a Notificante; despesas de lançamento da oferta comercial (v.g., publicidade), as quais não se encontram contempladas no plano de negócios que foi apresentado pela AdC no seu projecto de decisão.

522. Ainda relativamente ao desenho da oferta grossista, a Vodafone considera desproporcionado que a indemnização a pagar à Notificante, em caso de eventual cessação antecipada do contrato, por parte de um operador que venha a aderir à oferta grossista, inclua os *“valores totais da anuidade de gestão e de serviço, os quais incorporam componentes variáveis que são automaticamente anuladas com o cancelamento do contrato”*. Nestes termos, a Vodafone consideraria mais adequado que a *“eventual indemnização por cessação antecipada do contrato deve ter sempre em conta as circunstâncias do caso concreto, variando em função dos efectivos danos ou prejuízo sofridos pela Notificante com essa cessação antecipada”*.

523. Ademais, considera a Vodafone que a previsão sobre o número de clientes de um operador que venha a aderir a esta oferta grossista é demasiado optimista – e mesmo irrealista – atendendo a que uma oferta comercial de 20 canais e um preço mensal de 15 euros (IVA incluído), conforme previsto no plano de negócios apresentado no projecto de decisão, dificilmente se conseguirá impor face às ofertas concorrentes, actualmente presentes no mercado, as quais oferecem mais canais com preços (promocionais) mais baixos. Ainda que os compromissos prevejam a possibilidade dos aderentes poderem

oferecer pacotes com mais de 20 canais, entende a Vodafone que os custos associados tornam o reforço do número de canais inviável.

524. Nestes termos, conclui a Vodafone que, encontrando-se a análise da AdC incompleta, “designadamente no que respeita aos custos necessários ao lançamento de uma oferta comercial de televisão por subscrição por parte de um novo entrante no mercado”, e que, a adequada incorporação destes custos, no plano de negócios, torna impossível “viabilizar um plano de negócios no médio-longo prazo”, associado à oferta de televisão por subscrição baseada na oferta grossista proposta pela Notificante, deverá a AdC “rever de forma profunda o compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por subscrição de âmbito nacional” com o objectivo de “reduzir os riscos jusconcorrenciais e garantir um mínimo de contestabilidade no mercado da televisão por subscrição, dando cumprimento à Lei da Concorrência”.

### ***Mercado dos conteúdos***

525. A Vodafone faz um conjunto de comentários adicionais relacionados com os mercados de conteúdos, fazendo notar que a posição da ZON no mercado dos conteúdos suscita as seguintes preocupações:
- a. A ZON *“terá incentivos em impedir ou limitar o acesso dos conteúdos premium (cinematográficos, desportivos e de produção nacional) a outros operadores que queiram oferecer os mesmos nos seus serviços concorrentes de televisão por subscrição”* – segundo a Vodafone, estes conteúdos são essenciais para atrair e reter clientes, podendo as dificuldades de acesso aos mesmos ter implicações, não apenas ao nível do mercado da televisão por subscrição, mas também ao nível dos restantes mercados de comunicações electrónicas (i.e., serviços de voz fixos ou móveis e acesso à banda larga), dada a tendência para a oferta de serviços *triple play* ou *quadruple play*.

Segundo a Vodafone, as preocupações relacionadas com os conteúdos, e as eventuais implicações ao nível dos diversos mercados de comunicações electrónicas e de televisão por subscrição, resultam claras da actuação da Comissão Europeia em diversos casos de concentrações recentes envolvendo empresas activas ao nível da televisão por subscrição e restantes mercados de comunicações electrónicas.

A este propósito, a Vodafone refere os recentes casos *Canal+/TPS* ou *Tele2/SFR*, em França, o caso *NewsCorp/Telepiu* em Itália, e o caso *Canal Satélite Digital/Sogecable/Via Digital* em Espanha. Refere igualmente a recente decisão em consulta pública da OFCOM, no Reino Unido, que impõe uma obrigação grossista de disponibilização de conteúdos, ao operador de televisão *Sky*, atendendo, nomeadamente, à importância destes conteúdos para o desenvolvimento dos diversos mercados de comunicações electrónicas, que resulta da convergência entre plataformas distintas, na oferta de serviços *triple play* e *quadruple play*.

b. A “*posição monopolista da ZON*”, ao nível dos mercados de conteúdos e de canais e, em particular, ao nível do “*mercado de transmissão televisiva de conteúdos cinematográficos e desportivos, bem como dos respectivos canais onde estes são exibidos*” tornará, segundo a Vodafone, “*desigual qualquer negociação sobre preços e condições de acesso aos respectivos conteúdos premium, prejudicando a viabilidade comercial dos potenciais novos entrantes no mercado*” e, nesta perspectiva, conclui a Vodafone que dificilmente a oferta grossista de televisão por subscrição de âmbito nacional, baseada no satélite, poderá despertar o interesse de potenciais novos entrantes no mercado.

526. Nestes termos, a Vodafone considera essencial que se equacionem compromissos e “*soluções para este grave problema jusconcorrencial, que se pode traduzir em prejuízos significativos para o mercado e para os consumidores*”, não apenas ao nível da televisão por subscrição (nas actuais plataformas de cabo, satélite e IPTV, bem como na facilitação do

processo de adopção da televisão digital terrestre), mas também ao nível dos restantes mercados de comunicações electrónicas, em particular, os mercados de voz fixa e móvel e o acesso à Internet em banda larga.

527. Assim, *“a Vodafone julga pertinente que a Autoridade da Concorrência pondere a implementação de medidas que possam visar a disponibilização de uma oferta grossista de conteúdos premium, à semelhança do que tem sido feito em processos de concentração noutros países europeus tais como a França (Canal+/TPS e Tele2/SFR), a Itália (Newscorp/Telepiu) e a vizinha Espanha (Canal Satélite Digital/Sogecable) e que encontra presentemente em discussão no Reino Unido através de uma consulta da OFCOM que impõe uma obrigação grossista de disponibilização de conteúdos à Plataforma Sky”*.
528. Em jeito de conclusão, a Vodafone não acredita que a aplicação dos compromissos, conforme previstos no projecto de decisão da AdC, *“crie incentivos reais à entrada de novos operadores com possibilidades concretas de contestar um mercado cujo nível de concentração é já bastante elevado”*.
529. Não obstante, a Vodafone acrescenta que *“dos diversos compromissos propostos acreditamos que o compromisso de disponibilização de uma oferta grossista poderá contribuir positivamente para a dinamização deste mercado se devidamente revisto”*.

### ***Posição da AdC***

#### ***Compromisso de Promoção da Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo***

530. No que concerne as observações da Vodafone relativas ao compromisso de promoção de entrada de um concorrente na distribuição de televisão por cabo, a Notificante propôs-se reforçar este compromisso, em particular reduzindo significativamente os riscos associados à alienação efectiva das células.

531. Face às observações apresentadas em sede de Audiência dos Interessados, e, em particular, às observações da Vodafone descritas *supra*, a AdC convidou a Notificante a ponderar a reconfiguração dos compromissos assumidos, de modo a reforçar a garantia de que, com o suficiente grau de certeza, as células a alienar seriam efectivamente desinvestidas, pela Notificante, atendendo, em particular, ao número limitado de operadores já presentes ou que, eventualmente, ponderem entrar no mercado da distribuição de televisão por subscrição, baseada na infra-estrutura de cabo, nos vários mercados geográficos identificados.
532. Sobre esta temática, importa notar que foi introduzido um compromisso de atenuação de eventuais custos de mudança dos clientes da ZON que, nas áreas geográficas cobertas pelas células a alienar, pretendam mudar de operador de televisão por subscrição, o que será susceptível de reforçar a capacidade de terceiros operadores constituírem ou reforçarem a sua base de clientes, tornando, desta forma, a aquisição das células a alienar mais atractiva para um terceiro operador de televisão por subscrição, baseada na infra-estrutura de cabo, que pretenda entrar ou expandir-se nos mercados geográficos relevantes.
533. A Notificante considerou como positiva a sugestão da Vodafone, relativamente à georeferenciação da informação relativa às infra-estruturas de rede a desinvestir ou a desocupar, pelo que incorporou, no texto final dos Compromissos, a obrigação de apresentar, de forma georeferenciada, a informação sobre as referidas infra-estruturas.
534. Não obstante, e reconhecendo a AdC a necessidade de afastar quaisquer riscos associados à efectiva alienação das células a alienar, foram propostos, pela Notificante, compromissos e obrigações que reforçam, de forma significativa, a probabilidade das células a desinvestir serem efectivamente alienadas.

535. Os projectos de decisão da AdC já previam que, decorrido o prazo de seis meses após a identificação da lista de células elegíveis para alienação, em que compete à Notificante proceder à alienação das células, [CONFIDENCIAL].
536. O preço de alienação das células, [CONFIDENCIAL].
537. Ademais, vem agora a Notificante reforçar o conjunto de compromissos e obrigações, no sentido de incrementar, de forma significativa, a probabilidade das células a desinvestir serem efectivamente alienadas.
538. Ou seja, [CONFIDENCIAL].
539. Nestes termos, a AdC conclui, com o grau de certeza necessário, que o compromisso de promoção da entrada de um concorrente na distribuição de televisão por cabo resultará na alienação efectiva de um conjunto significativo de células, ao ponto de redundar na entrada, nos mercados geográficos relevantes, de novo(s) operador(es) de televisão por cabo ou na expansão de operadores concorrentes da ZON que já actuam nos referidos mercados.
540. Ainda sobre este tema, as preocupações da Vodafone são, em larga medida consentâneas com as apresentadas pela Cabovisão pelo que se remete para a secção respectiva à Posição da AdC sobre os comentários às Observações da Cabovisão, quanto ao compromisso de promoção da entrada de um concorrente na distribuição de televisão por cabo.

**Compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede**

541. No que se refere ao aspecto identificado pela Vodafone, relativamente ao Compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede (cfr. ponto 515), foi o mesmo,

incorporado, pela Notificante, no texto final dos Compromissos, pelo que as entidades que venham a beneficiar do presente compromisso, de libertação de espaço em infra-estruturas de rede, podem utilizar as referidas infra-estruturas na prestação de outros serviços de comunicações electrónicas, para além da oferta retalhista de televisão por subscrição. Desta forma, e ao permitir aproveitar eventuais sinergias entre os diversos serviços de comunicações electrónicas e a oferta de televisão por subscrição, sai reforçado o eventual interesse que terceiros possam ter nas infra-estruturas de rede envolvidas no presente compromisso.

542. Quanto à possibilidade da decisão remeter as condições de remoção de cabos, não somente para o estabelecido na ORAC, mas também para eventuais contratos em vigor com a PT Comunicações, a Notificante refere, nos comentários às observações de terceiros que a mesma submeteu à AdC, que o compromisso assumido pela ZON de libertação de espaço em infra-estruturas de rede apenas se aplica, no caso da rede secundária, às condutas da PTC abrangidas pela ORAC, uma vez que apenas nesse caso se pode considerar existirem barreiras à entrada ou à expansão de operadores de mercado.
543. Já no caso dos postes da PT Comunicações, referidos pela Vodafone, a Notificante faz notar que não existem barreiras à entrada, quer porque não se verificam as mesmas limitações de espaço que se verificam no caso das condutas, quer porque a sua construção tem um custo inferior e uma menor complexidade processual, sendo, nestes termos e segundo a Notificante, infra-estruturas perfeitamente replicáveis.
544. A AdC não discorda com a posição da Notificante expressa nos pontos 542 e 543, pelo que não considera consequente a observação da Vodafone sobre uma eventual inclusão, no âmbito dos Compromissos, de um compromisso relativo à desocupação de espaço em postes da PTC.

545. Ainda sobre este tema, as preocupações da Vodafone são, em larga medida, consentâneas com as apresentadas pela Cabovisão pelo que se remete para a secção respectiva à Posição da AdC sobre os comentários às Observações da Cabovisão, quanto ao compromisso de libertação de espaço em infra-estrutura de rede.

*Compromisso de disponibilização de oferta grossista de televisão por satélite de âmbito nacional*

546. No que se refere às observações da Vodafone relativas ao compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite de âmbito nacional, importa notar, desde já, que a Notificante aceitou alterar a forma de cálculo da indemnização a pagar à ZON, em caso de eventual cessação antecipada do contrato de oferta grossista, por parte do terceiro que venha a aderir à mesma. Nestes termos, caso o terceiro operador, que venha a aderir à oferta grossista, pretenda terminar antecipadamente o contrato – por facto que lhe seja imputável –, terá de indemnizar a ZON no valor dos *Base Fees* (de Gestão e de Serviço) que venceriam até ao final dos 5 anos do contrato. Este valor da indemnização será reduzido em 75% no caso do operador em causa não detenha nenhuma outra oferta de televisão por subscrição em Portugal, ou não venha a disponibilizar tais ofertas no prazo de 3 meses após a data de rescisão.

547. No que se refere às restantes observações da Vodafone relativas ao compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite de âmbito nacional, a Notificante faz notar, nos comentários às observações de terceiros que a mesma submeteu à AdC, que a referida proposta de oferta grossista já representa um desconto significativo face aos valores que um qualquer terceiro interessado teria de pagar se negociasse directamente com os operadores de satélite.

548. Com efeito, acrescenta a Notificante que *“o custo de cada transponder ronda os [CONFIDENCIAL] de euros e permite a oferta de 10 canais em MPEG2 ou até 20 canais em MPEG4. A oferta grossista da ZON TV CABO estará disponível na sua maioria em MPEG2, pelo que o preço [valor correspondente ao Base Fee de Serviço] tem implícito um desconto entre [CONFIDENCIAL – valor de percentagem] e os [CONFIDENCIAL – valor de percentagem] face às alternativas de mercado”*.
549. Ademais, com *“o desconto [relativo ao Base Fee de Serviço] proposto pela Vodafone, a oferta da ZON TV CABO passaria a ter um desconto implícito entre os [CONFIDENCIAL – valor de percentagem] e os [CONFIDENCIAL – valor de percentagem] face às alternativas de mercado”*, o que a Notificante apenas compreende como uma forma da Vodafone prosseguir, através das suas observações, um *“objectivo meramente negocial”*.
550. Já no que se refere às observações da Vodafone relativas ao alegado optimismo das previsões sobre o número de clientes de um operador que venha a aderir à oferta grossista, a Notificante faz notar que os *“valores para os preços de retalho de DTH usados pela Vodafone não podem servir de referência para avaliação deste projecto [de oferta grossista proposta pela ZON] porque, no caso do MEO [serviço de televisão por satélite oferecido pela PTC], a própria Vodafone reconhece haver subsidiação cruzada com outros serviços prestados (em especial no caso do serviço telefónico móvel) e, no caso da ZON TV CABO, os preços apresentados são preços promocionais que implicam um período de fidelização”*.
551. Ademais, segundo a notificante, a Vodafone terá adicionado, aos pacotes de canais oferecidos pela ZON TV CABO, um conjunto de 14 *“canais que estão gratuitamente disponíveis no satélite Hispasat, pelo que qualquer oferta sobre esta plataforma (por infraestrutura própria ou recorrendo à oferta grossista da ZON TV CABO) incluirá, também, esses canais, os quais teriam de ser, para efeitos da comparação [feita pela Vodafone entre a oferta que serviu de base ao plano de negócios apresentado pela AdC e as ofertas concorrentes*

já disponíveis no mercado] *adicionados aos 20 canais (ou múltiplos de 20 canais) da oferta grossista da ZON TV CABO*”.

552. A AdC reconhece alguns dos argumentos apresentados pela Notificante, em resposta às observações da Vodafone. Assim, reconhece-se que a oferta grossista proposta pela Notificante representará, na sua componente de *Base Fee* de Serviço, um significativo desconto face aos valores que teriam de ser pagos aos operadores de satélite, por um qualquer terceiro que pretendesse negociar directamente com os operadores de satélite. Nestes termos, a oferta grossista de satélite proposta pela Notificante é susceptível de representar uma redução significativa nas barreiras à entrada no mercado de televisão por subscrição, nomeadamente ao nível da oferta de serviços de televisão baseados no satélite.
553. Também se reconhecem os argumentos da Notificante relativos à comparação, apresentada pela Vodafone, entre os preços e o número de canais das ofertas de televisão por satélite já existentes no mercado e a oferta que serviu de base ao plano de negócios proposto pela AdC.
554. Não obstante, deverá acrescentar-se que, no seguimento das observações de terceiros, foi proposto, pela Notificante, um reforço dos compromissos e obrigações, no sentido de incrementar, de forma significativa, a probabilidade da oferta grossista de satélite poder resultar na entrada efectiva, no mercado, de terceiro(s) operador(es) de televisão por subscrição, reduzindo, desta forma, eventuais riscos associados ao presente compromisso.
555. Ou seja, conforme já referido no ponto 374 *supra*, [CONFIDENCIAL].
556. Nos termos identificados no ponto anterior, [CONFIDENCIAL].

557. No entendimento da AdC, a nova configuração dos Compromissos cria os incentivos para que a Notificante promova, activamente, a entrada no mercado de um terceiro operador que ofereça serviços de televisão por subscrição, [CONFIDENCIAL].
558. Importa notar que as conclusões da AdC, relativas aos incentivos da Notificante, apresentadas no ponto anterior, apenas farão sentido, atendendo ao facto dos preços da oferta grossista referidos no texto dos Compromissos serem preços de referência, podendo estes preços, em todo o caso e por mútuo acordo, ser negociados com as entidades interessadas nessa oferta, comprometendo-se ainda a ZON a aplicar os preços então acordados de forma não discriminatória, ou seja, a todos os contratos em vigor e a revelá-los a todos e quaisquer futuros interessados na oferta grossista.
559. Nestes termos, a AdC conclui, com o grau de certeza necessário, que o compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite é susceptível de resultar na entrada, no mercado de televisão por subscrição, de novo(s) operador(es) de televisão por satélite.

### *Mercado dos conteúdos*

560. Finalmente, no que concerne as preocupações da Vodafone relativamente ao mercado dos conteúdos, entende a AdC que as mesmas são, em larga medida, consentâneas com as apresentadas pela PT Comunicações, incidindo as preocupações da Vodafone, essencialmente, sobre os mercados dos direitos de transmissão televisiva de conteúdos cinematográficos *premium* e de conteúdos desportivos *premium*, pelo que, se remete, desde já, para a secção respectiva à Posição da AdC sobre os comentários às Observações do Grupo PT quanto aos efeitos verticais resultantes da presente operação de concentração.

#### 10.4.1 Segunda Audiência dos Interessados – 4 de Novembro

561. Em 19 de Novembro, veio a Vodafone apresentar as suas observações ao segundo projecto de decisão da AdC<sup>105</sup>.
562. Nelas, *“a Vodafone considera que nenhuma das alterações vem responder positivamente à principal preocupação por si apresentada na sua pronúncia de 17 de Outubro.”*, especificamente no que concerne o compromisso de disponibilização de oferta grossista de televisão por satélite de âmbito nacional.
563. A Vodafone mantém que subsistem *“omissões significativas relativamente aos custos que qualquer oferta comercial de televisão por subscrição se vê obrigada a suportar”*, e uma desadequação dos seus pressupostos face à realidade do mercado.
564. Relativamente às observações da Vodafone, entende a AdC que as mesmas correspondem, na sua essencialidade, às já transmitidas aquando da primeira Audiência dos Interessados.
565. Assim, atendendo a que foram, já anteriormente, objecto de uma análise aprofundada por parte desta Autoridade, entende a mesma que as considerações por si tecidas no âmbito da primeira Audiência dos Interessados (cfr. pontos 511 e seguintes *supra*) são aplicáveis, na sua integralidade, à segunda Audiência, pelo que para elas se remete.

#### 10.5 Observações da Portugal Telecom

##### 10.5.1 Primeira Audiência dos Interessados – 19 de Setembro

---

<sup>105</sup> Sem prejuízo das observações da Vodafone ao segundo projecto de decisão da AdC terem sido consideradas como extemporâneas, já que o término do prazo da Audiência ocorreu em 18 de Novembro, a AdC, atendendo ao facto da empresa em causa deter o estatuto de contra-interessada no procedimento, entendeu, por motivos de interesse público, não as desconsiderar.

566. A terceira interessada PT centra as suas observações ao projecto de decisão em torno de duas questões:

- a) Existência de efeitos verticais significativos, decorrentes da operação notificada, que conduzirão ao reforço da posição dominante da ZON, nos mercados da televisão por subscrição e nos mercados a montante deste (mercados relativos aos conteúdos e canais cinematográficos e desportivos *Premium*); estes efeitos terão sido desvalorizados pela AdC, que não aproveitou a “oportunidade” para prever compromissos, tendentes à correcção de “problemas referentes à estrutura” daqueles mercados e a “*pôr fim a comportamentos*” da Notificante, que têm vindo a dificultar a emergência de alternativas no mercado da televisão por subscrição;
- b) Insuficiência dos compromissos adoptados relativamente aos efeitos horizontais da Concentração, para solucionar os problemas decorrentes do reforço da posição dominante da ZON no mercado da televisão por subscrição, sobretudo nos concelhos onde a quota desta passará a ser de 100%, por os mesmos não terem “*relação com as preocupações jusconcorrenciais suscitadas pelos efeitos horizontais*” da concentração, nem serem “*susceptíveis de uma execução eficaz a curto prazo*”.

#### *Existência de efeitos verticais*

567. No que refere à alegada existência de efeitos verticais significativos, a PT alerta para o impacto negativo da concentração, decorrente, não só dos efeitos horizontais, mas também dos efeitos verticais, que resultarão:

- a. Da diluição dos custos da ZON referentes à aquisição de conteúdos, os quais são negociados por *flat fee*, por um maior número de subscritores;

- b. Da transferência para a ZON de clientes que poderiam vir a integrar a carteira de outros concorrentes de menor dimensão;
- c. Do facto de, em consequência do aumento do seu número de subscritores, no mercado da televisão por subscrição, a ZON reforçar:
  - 1. O seu poder ao nível das relações de exclusividade que tem com as principais produtoras norte americanas<sup>106</sup>, podendo vir a beneficiar de contrapartidas adicionais de quantidade/escala, relativamente aos conteúdos cinematográficos *premium* usados na produção dos Canais TVCine, que “representam a totalidade da oferta no mercado dos canais cinematográficos Premium em Portugal”;
  - 2. O seu interesse em manter o exclusivo de comercialização de diferentes canais<sup>107</sup>;
- d. Do favorecimento da TV Cabo, pela ZON, ao nível das condições de comercialização dos Canais SIC, dos Canais TVCine e dos Canais Sport TV<sup>108</sup>;
- e. Da vantagem competitiva que lhe advém do modelo de exploração da publicidade nos canais, o qual lhe garante a angariação da publicidade nos canais que distribui e comercializa e a apropriação das receitas de publicidade inerentes aos subscritores dos seus concorrentes.

---

<sup>106</sup> Universal Studios, a Paramount Pictures, a MGM Studios, a Walt Disney/Dreamworks, a Twentieth Century Fox, a MGM e a Warner Bros.

<sup>107</sup> Canais SIC (SIC Notícias, SIC Radical, SIC Comédia, e SIC Mulher); canais de filmes e séries Fox Life, FX, Fox e AXN para DTH; canais de documentários Discovery, Discovery Science e Discovery Civilization, dos canais de desporto Turbo e Caza y Pesca; canais de conteúdos musicais MTV2, MTV Dance, MTV Music VHI Classic e MTV Networks; canal infantil Nickelodeon e, recentemente, canais TVI.

<sup>108</sup> A título de exemplo refere o facto de a ZON: (i) reservar para a TV Cabo o Canal Sport TV HD; (ii) não autorizar a programação dos Canais Sport TV em regime de Catch-up TV gratuito para os assinantes do MEO; (iii) conceder à TV Cabo descontos de quantidade nos Canais TVCine e nos Canais Sport TV; (iv) fazer depender de autorização sua a prática de quaisquer descontos aos subscritores do MEO.

568. Segundo a PT, e em contrapartida, os concorrentes da TV Cabo na televisão por subscrição, com a eliminação de uma base potencial de clientes: (i) verão agravado o risco inerente ao ajustamento dos descontos de quantidade na cedência de conteúdos; (ii) terão mais dificuldade em atingir os *fees* mínimos estabelecidos; e verão comprometida a possibilidade de despoletar um movimento de consolidação.
569. A PT observa, ainda, que a análise dos efeitos verticais, tal como efectuada no projecto de decisão, estará em contradição com a levada a cabo na Decisão Sonaecom/PT, em que a AdC parece ter sido de opinião que, embora a Sonaecom fosse, na altura, totalmente emergente no IPTV e no *triple play*, a entidade resultante daquela concentração teria "a capacidade e o incentivo de dificultar ainda mais a expansão das empresas de menores dimensões e dos concorrentes potenciais ou para restringir a capacidade concorrencial das empresas rivais", uma vez que controlava a maior rede de distribuição nacional de televisão por subscrição e os conteúdos necessários à prestação deste serviço.
570. Esta contradição será, segundo a PT, ainda mais evidente por: (i) a posição da ZON no mercado dos conteúdos para televisão por subscrição se encontrar reforçada, quando comparada com a detida pela mesma empresa em 2006; e (ii) haver o risco suplementar de, dada a importância crescente das ofertas de *triple play*, a distorção da concorrência existente nos mercados da televisão por subscrição se estender a outros mercados, correspondentes aos serviços incluídos nos *bundles*, nomeadamente o serviço telefónico e de banda larga.
571. Face ao exposto, a PT considera que "o controlo de concentrações constitui [...] uma oportunidade para, sem as delongas e incertezas subjacentes a qualquer processo de contra-ordenação" corrigir os "problemas referentes à estrutura de alguns mercados - em particular os relacionados com os conteúdos cinematográficos e desportivos Premium", o que será premente atenta a essencialidade dos conteúdos Premium, para os operadores activos na

distribuição de conteúdos audiovisuais, já reconhecida pela Comissão Europeia<sup>109</sup>, pela OFCOM e na prática decisória anterior da AdC.

572. Neste sentido, a PT sugere a adopção, em alternativa, de um de dois pacotes de compromissos:

- a. O primeiro pacote de compromissos sugerido para suavizar os problemas de acesso aos conteúdos por parte dos concorrentes da TV Cabo pressupõe a imposição das seguintes condições à ZON: (i) renunciar ao exclusivo de comercialização dos canais SIC e a desistência do recurso pendente contra a decisão da AdC de 8.8.2006, que condenou a ZON e a SIC por violação do artigo 4º da Lei da Concorrência; (ii) renunciar a todos exclusivos de distribuição de canais para televisão por subscrição enquanto a sua quota neste mercado for superior a 30%, nos termos do Regulamento (CE) n.º 2790/1999 da Comissão Europeia, de 22.12.1999; (iii) garantir o acesso aos Canais TVCine e aos Canais Sport TV, em igualdade de condições a todos os concorrentes da TV Cabo, o que implicará a revisão do sistema de descontos de quantidade e de mínimos e deverá ser acompanhada de obrigações de não interferência nas condições comerciais de distribuição dos ditos canais, e de orientação dos preços dos conteúdos para os custos.

No entanto, este pacote de compromissos não permitirá, segundo a PT, a resolução de dois problemas: (i) as vantagens que o acréscimo da base de clientes e da escala da TV Cabo continuaria a proporcionar-lhe em termos de negociação de condições de distribuição dos canais para televisão por subscrição; (ii) as vantagens que o modelo de exploração da publicidade proporciona à ZON.

---

<sup>109</sup> No Processo IV/M.2050 – VIVENDI/CANAL+/SEAGRAM e Processo M.2876 Newscorp/Telepiu.

- b. Neste sentido, a PT sugere um segundo pacote de compromissos, que consistiria na imposição de um compromisso de desinvestimento do negócio dos conteúdos, de modo a garantir que *“o acesso aos conteúdos indispensáveis às ofertas de televisão por subscrição por parte da TV Cabo e dos seus concorrentes não é influenciado pelo objectivo de, numa lógica de empresa verticalmente integrada, a ZON favorecer o negócio a jusante”*.

***Análise específica dos compromissos assumidos pela notificante***

573. No que concerne às invocadas insuficiência e inadequação dos compromissos adoptados, relativamente aos efeitos horizontais da concentração, a PT considera que os compromissos previstos no projecto de decisão se revelam insuficientes para solucionar os problemas jusconcorrenciais identificados, a nível horizontal, no mercado da televisão por subscrição, pelas seguintes razões:

a) Quanto ao compromisso de desinvestimento de uma parte das redes de cabo

574. A PT coloca em dúvida que *“os activos a alienar, ainda que complementados com a libertação de espaço em determinadas infra-estruturas de rede [terceiro compromisso], possam corresponder por si só a um negócio viável”*, considerando que um *“compromisso com tais características de nada serve, nem isoladamente nem conjugado com outros”* para solucionar o *“problema de monopolização dos mercados de Braga e Santarém”*, ficando os subscritores apenas com *“a alternativa do satélite que, (...), não permitindo o triple play, é comparativamente desvantajosa”*.

575. Neste sentido, não compreende que não se tenha identificado um *“comprador firme para os activos predefinidos a alienar”*, sobretudo por haver o risco de *“não existir sequer interessados na aquisição de células”*.

576. Alerta também para a não previsão das condições de nomeação do mandatário.

b) O compromisso de abstenção de práticas de customer win-back e de fidelização

577. A PT constata que, dada a natureza instrumental deste compromisso relativamente ao anterior, este está contaminado pelo risco de ineficácia daquele.

578. Acresce que, segundo a PT, como as campanhas de *win-back* e de fidelização específicas podem, em determinadas circunstâncias, ser qualificadas como abuso de posição dominante, quanto praticadas por um operador como a TV Cabo, este compromisso acaba por não ser mais que uma “*promessa de que a ZON não abusará da posição dominante que sai reforçada da concentração*”.

c) Compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede, através da remoção dos cabos coaxiais da ZON quando existam cabos da adquirida

579. Relativamente a este compromisso, a PT estende a este compromisso as críticas tecidas relativamente ao primeiro compromisso.

d) O compromisso de oferta grossista de televisão por satélite

580. A PT considera que o acesso à plataforma tecnológica de satélite da ZON não permite, isoladamente, “*a emergência de uma alternativa viável*”, aos operadores de televisão por subscrição por cabo, dadas “*as desvantagens do satélite face ao cabo*”.

581. Entende, ainda, a PT que, em Portugal, a oferta de satélite se apresenta como complementar relativamente à prestação de serviços de televisão por subscrição com recurso a outras plataformas, concluindo, nestes pressupostos, que “*nenhum operador que pretenda prestar apenas serviços via satélite vai entrar no mercado português baseado apenas numa oferta grossista da ZON*” e que a oferta satélite não oferecerá “*nenhuma complementaridade nos mercados infra-nacionais monopolizados após a Concentração*”.

582. A PT refere também que este compromisso não configurará uma alternativa a operadores que pretendam sustentar toda a sua oferta DTH na oferta grossista da ZON, em que o sinal apenas é descriptado pelos cartões de acesso condicional da ZON, uma vez que, muito dificilmente, o equipamento (i.e. uma *set-top box*) é compatível com dois cartões diferentes, i.e., com dois sistemas de acesso condicional diferentes.
583. Por último, em termos transversais, a PT recorda que “qualquer oferta grossista pressupõe uma orientação para os custos e exige consequentemente uma monitorização permanente destinada a garanti-la constantemente”, o que, segundo esta, não é compatível com os princípios que devem orientar a configuração de compromissos.

#### *Posição da AdC*

584. Como ponto prévio, e antes de proceder à análise das observações apresentadas pela PT no âmbito da Audiência dos Interessados, cumpre clarificar que, ao nível do controlo de concentrações de empresas, a apreciação da Autoridade da Concorrência apenas deve incidir sobre as alterações jusconcorrenciais na estrutura de mercado, decorrentes da operação de concentração em análise.
585. Tal como a Comissão Europeia<sup>110</sup>, a AdC compara as condições de concorrência resultantes da concentração notificada com as condições que se verificariam se a concentração não fosse realizada. Nas circunstâncias da presente operação de

---

<sup>110</sup> Comunicação da Comissão sobre as medidas de correcção passíveis de serem aceites nos termos do Regulamento (CEE) n.º 139/2004 do Conselho e do Regulamento (CE) n.º 802/2004 da Comissão, no ponto 4:

*“Nos termos do Regulamento das concentrações, a Comissão aprecia a compatibilidade de uma concentração notificada com o mercado comum em função do seu efeito sobre a estrutura da concorrência na Comunidade. O critério para determinar a compatibilidade nos termos dos n.ºs 2 e 3 do artigo 2.º do Regulamento das concentrações consiste em apurar se uma concentração entravaria significativamente uma concorrência efectiva, no mercado comum ou numa parte substancial deste, em particular em resultado da criação ou do reforço de uma posição dominante.”*

concentração, devem ser tomadas em consideração futuras alterações do mercado que possam ser previstas de forma razoável<sup>111</sup>.

586. Neste sentido, a AdC pode e deve levar em consideração todas e quaisquer características do mercado, mas sempre enquadrando-a nos eventuais efeitos anti-concorrenciais decorrentes de uma determinada operação de concentração.
587. No entanto, da leitura das observações da contra - interessada, resulta que a PT pretendia que a Autoridade da Concorrência “aproveitasse” a “oportunidade para [...] corrigir problemas referentes à estrutura” daqueles mercados e a “pôr fim a comportamentos” da Notificante, que têm vindo a dificultar a emergência de alternativas no mercado da televisão por subscrição.
588. Este entendimento encontraria suporte num “requisito geral dos compromissos”, segundo o qual “os compromissos devem assegurar mais do que o *statu quo ante*, ou seja, devem garantir a manutenção da concorrência efectiva”, referindo o parágrafo 348 do primeiro projecto de decisão, como ilustrativo de que a AdC partilhará deste entendimento.
589. Sucede, porém, que no mencionado parágrafo, a AdC se limita a constatar que “o conjunto de Compromissos propostos pela Notificante são suficientes e adequados à resolução dos problemas concorrenciais resultantes da presente operação, no mercado da televisão por subscrição, dessa forma assegurando a manutenção de uma concorrência efectiva, nos termos previstos no n.º 3 do artigo 35.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.

### ***Existência de efeitos verticais***

---

<sup>111</sup> Neste sentido, ver, por exemplo, Decisão 98/526/CE da Comissão no processo IV/M.950 — *Hoffmann La Roche/Boehringer Mannheim*, JO L 234 de 21.8.1998, p. 14, ponto 13; processo IV/M.1846 — *Glaxo Wellcome/SmithKline Beecham*, pontos 70-72; processo COMP/M.2547 — *Bayer/Aventis Crop Science*, pontos 324 e seguintes.

590. No que se refere à análise dos efeitos verticais, as críticas da PT ao projecto de decisão apenas assumiria relevância se esta demonstrasse que da presente operação de concentração resultariam efeitos verticais significativos.
591. Sucede que a PT apenas se limita a descrever a actual circunstância do mercado, sem estabelecer qualquer relação directa de substância entre a concretização da operação de concentração projectada, e um eventual agravamento dos problemas jusconcorrenciais de natureza vertical por ela enunciados.
592. Na verdade, na sua argumentação, a PT refere como efeitos verticais resultantes da operação de concentração determinados aspectos que constituem potenciais sinergias da mesma, associados essencialmente a economias de escala e ao aumento do poder de negociação (*buyer power*) com o fornecedor a montante. Esses aspectos, decorrentes nomeadamente da diluição dos custos da ZON referentes à aquisição de conteúdos e do aumento do seu poder negocial (*“buyer power”*) face às principais produtoras norte americanas, não constituem, *per se*, elementos conducentes ao agravamento das actuais condições de mercado.
593. No que concerne ao *“favorecimento da TV Cabo, pela ZON, ao nível das condições de comercialização dos Canais SIC, dos Canais Cine e dos Canais Sport TV<sup>112</sup>”*, refira-se, desde logo, que, quanto aos Canais SIC, relativamente aos quais a PT chega a sugerir como compromisso a cessação da exclusividade da ZON, a cláusula que lhe assegurava a exclusividade da comercialização dos referidos canais SIC já terá, segundo a ZON, sido revogada.

---

<sup>112</sup> A título de exemplo refere o facto de a ZON: (i) reservar para a TV Cabo o Canal Sport TV HD; (ii) não autorizar a programação dos Canais Sport TV em regime de Catch-up TV gratuito para os assinantes do MEO; (iii) conceder à TV Cabo descontos de quantidade nos Canais TVCine e nos Canais Sport TV; (iv) fazer depender de autorização sua a prática de quaisquer descontos aos subscritores do MEO.

594. Por outro lado, e tal como se demonstra nos projectos de decisão e na presente decisão, atendendo a que os canais Cine é produzido pela ZON e o canal Sport TV pela SportTV<sup>113</sup>, a capacidade desta para proceder a input *foreclosure* recusando ou dificultando o acesso dos concorrentes àqueles canais não se altera na sequência da operação de concentração. O mesmo se pode afirmar relativamente aos incentivos para o fazer: a ZON já tinha estes incentivos numa situação pré operação, e estes não serão distintos num cenário pós-operação de concentração.
595. Assim, no que se refere à análise dos eventuais efeitos verticais sugeridos pela PT, apenas importa avaliar, à semelhança do efectuado *supra* aquando da análise dos efeitos verticais, se em resultado da presente operação de concentração, se poderia verificar um eventual efeito de *customer foreclosure*, que se traduziria na redução da base de potenciais clientes dos concorrentes de menor dimensão (via, nomeadamente, a aquisição da adquirida por outros concorrentes da ZON na televisão por subscrição).
596. Na sua argumentação, a PT não distingue, quando se refere ao analisado efeito de *customer foreclosure*, entre os canais produzidos pela ZON (TVCine) e pela SportTV<sup>114</sup> (Sport TV) e os restantes canais de que apenas detém o exclusivo de comercialização.
597. Relativamente aos canais produzidos pela ZON e pela SportTV<sup>115</sup>, um eventual efeito de *customer foreclosure* apenas poderia ocorrer, caso em resultado da operação de concentração se reduzisse a base de clientes de um potencial concorrente da ZON que viesse a entrar a montante, desafiando a posição de monopólio da ZON.
598. Ora, no que diz respeito à Sport TV, a operação não se traduzirá numa redução da probabilidade de entrada a montante, já que esta não é passível, actualmente, ou num futuro próximo, de se verificar, tendo em conta que a ZON – através da SportTV, S.A. -

---

<sup>113</sup> Empresa controlada conjuntamente pela ZON (cfr. ponto 14).

<sup>114</sup> Empresa controlada conjuntamente pela ZON (cfr. ponto 14).

<sup>115</sup> Empresa controlada conjuntamente pela ZON (cfr. ponto 14).

detém a exclusividade dos conteúdos desportivos necessários à produção daquele canal, não existindo substitutos para aqueles conteúdos.

599. Já no caso da TVCine, a Lusomundo detém a exclusividade de conteúdos cinematográficos das principais *majors*. Não obstante, não é de excluir, *a priori*, a existência de substitutos, mesmo que imperfeitos, para os conteúdos cinematográficos *premium* necessários à produção daquele canal. Todavia, não se afigura como provável que, caso a operação não se concretizasse, se viesse efectivamente a verificar uma entrada naquele mercado ou, inversamente, que a realização da presente operação condicione, *per se*, a entrada no mercado, dada a importância e características dos conteúdos relativamente aos quais a Lusomundo detém o exclusivo.
600. Poderá ainda equacionar-se um efeito vertical ao nível dos restantes canais de que a ZON apenas detém o exclusivo de comercialização. Neste caso, o mesmo poderia decorrer de uma redução de potenciais clientes de um hipotético concorrente daqueles canais e o benefício da ZON estaria antes associado à dificuldade acrescida dos seus concorrentes na televisão por subscrição em obter uma base de clientes que lhe conferisse um poder comercial junto dos produtores de canais estrangeiros, para obter um canal concorrente àqueles de que a ZON detém o exclusivo.
601. No entanto, e como reconhece a PT, um eventual efeito de *customer foreclosure* (em qualquer dos casos identificados *supra*), apenas poderia decorrer da operação indirectamente, e associados a um hipotético processo de consolidação entre um concorrente da ZON e a adquirida. Assim, a análise da contra – interessada é desenvolvida assumindo que, caso a operação de concentração projectada não fosse concretizada, os clientes dos dois operadores objecto da transacção passariam a integrar, no futuro, a carteira de clientes de um outro concorrente, que com a aquisição desses clientes reforçaria a sua posição face à ZON.

602. Ora, na apreciação da operação, a AdC deve contrapor a situação decorrente da realização da operação face à situação em que a mesma não se realiza. Ou seja, o cenário que se deve contrapor na análise da operação, não é o de uma eventual aquisição alternativa dos activos em causa, mas simplesmente o de ausência da realização da operação de concentração.
603. O *supra* exposto, conjugado com a reduzida representatividade dos clientes a adquirir no contexto da operação face à base de clientes de televisão por subscrição, a nível nacional, bem assim como o facto de que alguns desses canais relativamente aos quais a ZON detém o exclusivo não integram os pacotes de base, sendo apenas subscritos por uma parte dos clientes, reduz a expressividade daquele efeito.
604. Por outro lado, o invocado efeito de *customer foreclosure* – que *per se* se afigura diminuto ou quase inexistente –, será anulado pelos compromissos assumidos no âmbito da presente operação de concentração, que, ao promover a entrada/expansão de um concorrente, através da alienação das células, da redução das barreiras físicas à entrada, e da oferta grossista de satélite, aumentam as condições de contestabilidade relativamente às áreas envolvidas e facilitam a captação dos clientes objecto da operação (alguns dos quais, não serão, aliás, migrados para a rede da ZON).
605. Deste modo, é incorrecto afirmar que a AdC, *“depois de admitir que existe um problema a nível vertical no mercado, ignora (...) o problema [dos efeitos verticais] com base numa abordagem de minimis, sem paralelo na prática Comunitária, para não se opor à concentração, nem tão pouco exigir compromissos para solucionar o problema”*.
606. A verdade é que a AdC não confunde:
- (i) os problemas concorrenciais que, presentemente, se verificam nos mercados da televisão por subscrição e nos mercados a montante relativos aos conteúdos, decorrentes das relações de integração vertical e direitos de exclusividade de

conteúdos/canais e que não serão agravados pela presente operação de concentração,

- (ii) com o que efectivamente consubstanciará um efeito vertical de *customer foreclosure*, decorrente da operação, o qual se considera, de acordo com critérios de razoabilidade e suficiência, não ser significativo ao ponto de justificar que o mesmo seja objecto de um compromisso específico, desde logo porque os previstos relativamente ao efeitos horizontais da concentração, o atenuarão, ou mesmo anularão.

607. Mais, a AdC não deixará de, no quadro das suas competências, acompanhar os mercados em causa, e as questões de natureza vertical, ao nível dos conteúdos, considerando, porém, que no âmbito do controlo prévio de concentrações, deve ater-se às preocupações da operação em análise. Refira-se a este propósito, que a recente análise sectorial recentemente elaborada pela OFCOM, não foi desenvolvida no âmbito de um processo de concentração.

608. Assim, a AdC, com a presente decisão, não visa concluir pela inexistência de preocupações quanto ao actual funcionamento destes mercados, em termos concorrenciais, nem contrariar o entendimento da Comissão Europeia quanto à essencialidade dos conteúdos *Premium*, nem os princípios pelos quais a Comissão Europeia pautou a sua análise de efeitos verticais nas decisões citadas pela PT. Sucede que os factos subjacentes às duas operações de concentração referidas, processos M.2876 *Newscorp/Telepiu* e IV/M.2050 – *VIVENDI/CANAL+/SEAGRAM*, são substancialmente distintos daqueles que caracterizam a operação ora em análise.

609. De facto, o primeiro desses casos implicava que um produtor/fornecedor de conteúdos, não presente na televisão por subscrição, adquire os dois únicos operadores de televisão por subscrição em Itália, criando integração vertical. No segundo caso, estava em causa

uma concentração entre dois importantes fornecedores de conteúdos, sobrepondo-se as actividades das partes, ao nível do mercado a montante, o que, estando uma das empresas participantes também activa no mercado da televisão por subscrição, reforçaria a capacidade para *input* e *customer foreclosure*, da entidade resultante da operação de concentração.

610. Refira-se ainda, que a análise dos efeitos verticais efectuada no primeiro projecto de decisão, não está, como alega a PT, em contradição com a levada a cabo na Decisão Sonaecom/PT, atendendo a que aquela concentração implicava a agregação de operadores em diversos outros mercados onde a PT reforçaria a sua posição em consequência da operação – *v.g.*, os mercados da telefonia móvel e de acesso à internet de banda larga –, o que obviamente não sucede no presente caso, sendo que era também espectável que a Sonae, apesar da sua qualidade de entrante recente, viesse a representar uma pressão concorrencial efectiva particularmente dinâmica.
611. Face a todo o exposto, não se percebe como poderia a PT esperar que a Autoridade impusesse como compromisso necessário a uma não oposição à presente oposição, o desinvestimento do negócio dos conteúdos, o que se revelaria seguramente desproporcional face à avaliação dos efeitos verticais da operação, a não ser que, como parece pretender a PT, se procurasse solucionar todos e quaisquer problemas verticais que caracterizam a situação prévia à operação.

#### *Análise específica dos compromissos assumidos pela notificante*

612. No que concerne às observações da PT, relativamente à insuficiência e inadequação dos compromissos, cumpre referir, desde logo, que as alterações introduzidas pela

Notificante, aos compromissos inicialmente propostos, reforçaram o grau de certeza e exequibilidade do primeiro e do terceiro compromisso.

613. No entanto, importa clarificar que apenas se poderia entender que a entidade resultante da operação de concentração teria uma posição de monopólio em Lisboa e no Porto, se a abordagem se restringisse à plataforma de cabo, em dissonância com a seguida pela AdC na definição do mercado da televisão por subscrição, uma vez que, pelo menos, a própria PT, segundo a Notificante, está presente nessas áreas através do MEO.
614. No que se refere às observações da PT relativamente à obrigação de abstenção de práticas específicas de fidelização e de *customer win back*, esclareça-se que esta se aplica, não só relativamente ao primeiro compromisso, mas também relativamente ao compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede (segundo compromisso).
615. Além do mais, esta obrigação não é apenas *“uma promessa de que a ZON não abusará da posição dominante que sai reforçada da concentração”*, uma vez que, impedindo políticas específicas de fidelização e de *customer win back* dirigidas aos clientes do concorrente que venha a adquirir as células elegíveis, vai além do que a ZON, enquanto operador dominante, estaria impedido de fazer por força do artigo 6.º da Lei da Concorrência. Acresce que esta obrigação será objecto de monitorização pelo mandatário.
616. Adicionalmente, refira-se que no seguimento da Audiência dos Interessados, aquela obrigação foi reforçada com a possibilidade de os clientes migrados para a rede da ZON, que com esta celebrem novo contrato, poderem, a qualquer momento, mudar de operador, sem qualquer penalização.
617. Ainda sobre este tema, as preocupações da PT são, em larga medida, consentâneas com as apresentadas pela Cabovisão pelo que se remete para a secção respectiva à Posição da

AdC sobre os comentários às Observações da Cabovisão, quanto ao compromisso de promoção da entrada de um concorrente na distribuição de televisão por cabo.

618. Quanto às críticas tecidas pela PT, relativamente ao âmbito do compromisso de libertação de espaço em infra-estruturas de rede (segundo compromisso), para obstar a quaisquer dúvidas quanto à sua aplicação aos cabos instalados pela TVTel nas infra-estruturas da PTC, a redacção do mesmo foi alterada pela Notificante, de modo a torná-lo mais abrangente, deixando a sua aplicação de estar dependente do regime ao abrigo do qual os cabos em causa tenham sido instalados.
619. Ainda sobre este tema, as preocupações da PT são, em larga medida, consentâneas com as apresentadas pela Cabovisão pelo que se remete para a secção respectiva à Posição da AdC sobre os comentários às Observações da Cabovisão, quanto ao compromisso de libertação de espaço em infra-estrutura de rede.
620. No que concerne às observações da PT, quanto à oferta grossista de satélite, a afirmação de que a mesma não possibilita *“a emergência de uma alternativa viável”*, aos operadores de televisão por subscrição por cabo, dadas *“as desvantagens do satélite face ao cabo”*, carece de fundamento, desde logo por a plataforma cabo e DTH integrarem, segundo a AdC, o mesmo mercado do produto relevante, o que não foi contestado pela PT.
621. Também não demonstra a PT porque entende que *“nenhum operador que pretenda prestar apenas serviços via satélite vai entrar no mercado português baseado apenas numa oferta grossista da ZON”*. Não obstante, a *“atractividade” per se* da oferta grossista de satélite foi melhorada, com a garantia de que a ZON a continuará a disponibilizar, enquanto receber sinal satélite, prevendo-se, ainda, a diminuição dos custos de saída.
622. Por outro lado, a crítica de que muito dificilmente uma *set-top box* é compatível com dois cartões diferentes, i.e., com dois sistemas de acesso condicional diferentes, apenas se justificaria caso se tivesse demonstrado que a oferta grossista de satélite da ZON só será

viável para um operador que também preste serviços de televisão de subscrição noutra plataforma, o que a PT não logrou demonstrar, e que não se afigura verdadeiro, face, designadamente, às alterações efectuadas ao compromisso em análise, referidas no parágrafo anterior. Não se compreende, ainda, que esta questão possa relevar na opção de um operador em aderir à oferta grossista.

623. Por último, recorde-se que, não sendo a oferta grossista de satélite a disponibilizar pela ZON, uma oferta grossista de referência, imposta pelo regulador sectorial, a mesma não *“pressupõe uma orientação para os custos”*. No entanto, cumpre salientar que o compromisso em análise foi alterado no sentido de estabelecer *fees* de referência, podendo estes preços, em todo o caso e por mútuo acordo, ser negociados com as entidades interessadas nessa oferta, comprometendo-se ainda a ZON a aplicar os preços então acordados de forma não discriminatória, ou seja, a todos os contratos em vigor e a revelá-los a todos e quaisquer futuros interessados na oferta grossista.
624. Ainda sobre este tema, as preocupações da PT são, em larga medida, consentâneas com as apresentadas pela Vodafone pelo que se remete para a secção relativa à Posição da AdC sobre os comentários às Observações da Vodafone, quanto ao compromisso de disponibilização de uma oferta grossista de televisão por satélite de âmbito nacional.

#### **10.5.2 Segunda Audiência dos Interessados – 4 de Novembro**

625. Em 18 de Novembro, veio a PT apresentar as suas observações ao segundo projecto de decisão da AdC.
626. Nos seus comentários, a PT reitera grande parte dos já por si anteriormente tecidos, aquando do primeiro projecto de decisão, apenas desenvolvendo alguns aspectos.
627. Quando à suficiência e adequação dos compromissos propostos, a PT argumenta que, não obstante o aumento do número de células elegíveis para alienação, persiste o risco de

parte das células não virem a ser alienadas, designadamente por subsistirem dúvidas quanto à viabilidade económica daqueles activos.

628. Em sua opinião, tal problema apenas seria ultrapassado através da previsão de um *up-front buyer*, uma vez que, mesmo na decorrência da revisão dos compromissos, não vislumbra, ainda, como poderá ter aumentado a probabilidade de as células serem efectivamente alienadas.
629. No caso do segundo e do terceiro compromissos, a PT limita-se a remeter para as observações apresentadas quanto ao primeiro projecto de decisão, salientando que as mesmas se encontram em consonância com as considerações do ICP-ANACOM.
630. Já no que concerne os efeitos verticais, considera a PT que ficam por acautelar problemas verticais identificados pelos (contra)-interessados que se manifestaram no âmbito do primeiro projecto de decisão.
631. A PT reitera o argumento da existência de problemas verticais que afectam diversos mercados, sobretudo com reflexos no mercado da televisão por subscrição.
632. Neste sentido, esclarece que o enfoque da sua análise, relativamente ao primeiro projecto de decisão, incidiu não tanto sobre o efeito de *customer foreclosure*, mas antes sobre o efeito da transacção no acesso dos concorrentes da TV Cabo aos conteúdos indispensáveis para concorrer no mercado – *input foreclosure*.
633. Quanto ao efeito do *customer foreclosure*, considera, no parágrafo 6.13 das suas Observações, que tal é manifesto, não dependendo de qualquer movimento de consolidação alternativo levado a cabo pelos concorrentes da ZON, e que não se deverá excluir tal efeito com base num standard *de minimis*.
634. Já quanto ao efeito de *input foreclosure*, a PT insiste num paralelismo da presente operação com aquela, objecto de análise e de Decisão, no âmbito da *Ccent. 8/2006* -

*Sonaecom/PT*, sem, contudo (realce-se), acrescentar quaisquer argumentos adicionais ou rebater a avaliação desenvolvida pela AdC aquando do primeiro Projecto de Decisão de 19 Setembro, no que diz respeito à ausência de um impacto da operação de concentração ao nível dos incentivos e da capacidade da ZON em proceder a *input foreclosure*.

635. Em suma, a PT qualifica a análise dos efeitos verticais desenvolvida pela AdC, nos Projectos de Decisão, como sendo redutora, argumentando que, não obstante o facto de os contratos de exclusividade existirem numa situação prévia à operação de concentração, a AdC teria base para exigir a cessação dos mesmos.

#### ***Posição da Autoridade da Concorrência***

636. A AdC entende que as considerações da PT relativamente ao segundo projecto de decisão, acima sumariadas, não justificam uma alteração ao mesmo, no sentido de alterar a estrutura dos compromissos previstos quanto aos efeitos horizontais e/ou de introduzir compromissos específicos para alegados efeitos verticais.
637. No que concerne aos efeitos horizontais, a solução apontada pela PT como adequada para garantir a exequibilidade do primeiro compromisso – a previsão de um *up-front buyer* – apresentaria inconvenientes uma vez que tal solução poderia, num cenário em que se perspectiva um número reduzido de potenciais interessados, estar associada a problemas de “*buyer power*” por parte de um possível comprador.
638. No que se refere à exequibilidade do primeiro compromisso, a AdC entende que as alterações estruturais introduzidas garantem um grau de certeza adequado quanto à entrada ou expansão de um novo operador no mercado da televisão por subscrição.
639. No que respeita às considerações da PT quanto à não previsão de compromissos para os alegados efeitos verticais, considera-se que a análise desenvolvida pela AdC, na respectiva secção, permitiu concluir que esses efeitos seriam pouco expressivos, e que

seriam ainda mitigados com os compromissos previstos para solucionar os problemas de natureza horizontal. Assim, conclui a AdC que, ao contrário do que pretende a PT, não se justifica a previsão de compromissos específicos para a resolução dos alegados efeitos verticais.

640. Já no que se refere à argumentação desenvolvida pela PT na tentativa de demonstrar a existência de *customer foreclosure*, lembre-se, a propósito das críticas tecidas, no ponto 6.13 das suas observações à análise de AdC (e reproduzidas no ponto 633 *supra*), que é a própria PT que, no âmbito da análise dos efeitos verticais, no ponto 3.9 das suas observações ao primeiro projecto de decisão, coloca a questão em termos de um processo de consolidação alternativo, dando-lhe um realce que a AdC não dá, quando afirma que *“é evidente que o impacto mais negativo da concentração[...] é o de que transfere para a ZON clientes que poderiam vir a integrar a carteira de outros concorrentes de menor dimensão, designadamente através de um processo de consolidação alternativo, compondo o deficit de escala dos concorrentes”*.
641. Saliente-se, ainda, que a PT não afirma que a perspectiva da AdC quanto ao efeito de *customer foreclosure* é incorrecta, classificando-a antes como redutora, o que se justificará, parece, pela posição de base desta contra-interessada de que a AdC deveria aproveitar *“esta oportunidade”* para resolver os problemas estruturais existentes no mercado, ainda que estes não sejam decorrentes da operação de concentração. Esta posição encontra-se devidamente analisada e tratada em sede da primeira audiência dos interessados (cfr. pontos 584 a 589).
642. Na verdade, só esta posição justifica que a PT continue a afirmar que a AdC teria base para colocar termo às exclusividades referidas no ponto 567c. da presente decisão, não obstante o facto de serem prévias à operação de concentração. Invoca, nesse sentido, um parágrafo da Comunicação da Comissão relativa às soluções passíveis de serem aceites, em que é evidente que o remédio que a PT sugere só poderá ser aplicado em resultado de

*“uma alteração da estrutura de mercado resultante da concentração projectada”* (conforme a própria PT transcreve no ponto 6.37 das suas observações).

643. No que se refere à análise efectuada pela PT quanto ao eventual efeito de *input-foreclosure*, refira-se que esta não questionou quaisquer dos elementos da análise técnica desenvolvida pela AdC, limitando-se a apontar alegadas inconsistências com a abordagem aos efeitos verticais, seguida por esta Autoridade, na decisão relativa à operação *Ccent n.º 8/2006 - Sonaecom/PT*.
644. A este propósito, não é de esquecer que no âmbito da referida operação de concentração, e tal como já se fez antes referência no ponto 610 *supra*, apesar de, naquela altura, e numa perspectiva estática, a Sonaecom deter uma posição pouco expressiva, esta afigurava-se como um potencial concorrente dinâmico, atendendo às suas características de operador global, com capacidade para beneficiar das economias de gama inerentes à prestação de um leque variado de serviços de telecomunicações, inclusivamente extensíveis à operação de redes móveis.
645. Foi neste contexto específico que a Sonaecom apresentou o compromisso de desinvestimento dos conteúdos – que foi aceite pela AdC –, antecipando eventuais problemas verticais que se viessem a identificar no âmbito da análise daquela operação; algo que a Notificante TV Cabo não fez, aquando da formalização da notificação da operação *Ccent. 56/2007* – num momento que, saliente-se, ainda era controlada pela PT, quando, presentemente, parece tão certa da existência daqueles problemas.
646. Relembre-se, ainda, que aquando da operação *Ccent n.º 8/2006 - Sonaecom/PT*, alegava a PT que a solução [de desinvestimento dos conteúdos] era *“jusconcorrencialmente inexigível”*, afirmando que a *“autonomização dos conteúdos seria mais do interesse da*

*Sonaecom do que do interesse do consumidor”<sup>116</sup> e que não via “qualquer necessidade da medida de desinvestimento em causa”.*

647. Ainda no que refere a eventuais efeitos de *input foreclosure*, a PT, ao tomar conhecimento da revogação da cláusula de exclusividade relativa aos canais SIC, facto com o qual se congratulou, deveria, para ser coerente com o que argumentou no âmbito das suas observações ao Projecto de Decisão *Sonaecom/PT*, apresentadas em 27 de Outubro de 2006, concluir que o mesmo resolveria quaisquer eventuais problemas verticais do mercado por ela identificados, naquela sede.
648. De facto, nessa altura, a PT defendia que, de entre os canais de que a PT Conteúdos detinha o exclusivo de comercialização, apenas o canal SIC Notícias se poderia considerar um “canal de referência”, essencial à constituição do pacote básico de um operador de televisão por subscrição (parágrafo 321 das referidas Observações de 27 de Outubro de 2006).
649. Por último, não se pode deixar de referir que a PT, quando enuncia o entendimento da AdC relativamente aos efeitos verticais da presente operação, não o faz com exactidão quando refere, no ponto 3.10 das suas observações, que “a AdC entende que não é razoável apontar o modelo de gestão publicitária em vigor como obstáculo adicional de entrada naqueles mercados [mercados Premium]”. O que a AdC afirmou é que não faria sentido, no presente contexto do mercado (em que a entrada se encontra inviabilizada por outros factores), valorizar aquele elemento enquanto obstáculo adicional à entrada de eventuais concorrentes da ZON nos mercados dos canais Premium.

---

<sup>116</sup> Face a este entendimento, que a PT expôs nas suas observações de 27 de Outubro de 2006, no âmbito do processo Ccent. 8/2006 – *Sonaecom/PT*, é no mínimo estranho que a mesma empresa reconheça agora que “Foi obviamente devido aos problemas no mercado da televisão por subscrição que a AdC impôs então o compromisso de desinvestimento no negócio dos conteúdos (...)”.

650. Atendendo ao acima exposto, bem como ao facto de o conjunto das observações apresentadas pela PT já terem sido objecto de uma análise aprofundada no segundo projecto de decisão, conclui a AdC que os elementos coligidos, nesta fase, pela PT não justificam qualquer alteração ao sentido do segundo projecto de decisão.

## XI. CONCLUSÃO

651. 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, decide adoptar uma decisão de não oposição nos termos da alínea a) do n.º 1 e n.º 2 do artigo 37.º da Lei nº 18/2003, de 11 de Junho, acompanhada da imposição das condições e obrigações seguintes, destinadas a garantir o cumprimento do conjunto de compromissos assumidos pela Notificante, que se passam a descrever:

### A. Definições

**AdC:** Autoridade da Concorrência

**Bragatel:** Bragatel – Companhia de Televisão por Cabo de Braga, S.A.

**Compromisso de Promoção de Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo:** compromisso descrito no ponto C. 1 infra.

**Compromisso de Desocupação de Espaço em Infra-Estruturas das Redes Secundária e Terciária:** compromisso descrito no ponto C. 2 infra.

**Compromisso de Disponibilização de uma Oferta Grossista de Televisão por Satélite de Âmbito Nacional:** compromisso descrito no ponto C. 3 infra.

**Compromissos:** compromissos assumidos pela ZON no âmbito do presente documento.

**Data da Decisão:** Data da tomada da Decisão.

**Decisão:** Decisão a adoptar pela AdC no âmbito do processo n.º *Ccent. 56/2007 - CATVP / Bragatel, Pluricanal Leiria, Pluricanal Santarém*, nos termos do artigo 37.º, n.º 1, alínea a), e n.º 2 da Lei da Concorrência, acompanhada da imposição de condições e obrigações destinadas a garantir o cumprimento de compromissos assumidos pelos autores da notificação com vista a assegurar a manutenção de uma concorrência efectiva.

**Empresas Adquiridas:** Bragatel, Pluricanal Leiria e Pluricanal Santarém

**Empresas Participantes:** ZON TV CABO e Empresas Adquiridas

**ICP-ANACOM:** ICP - Autoridade Nacional de Comunicações

**Lei das Comunicações Electrónicas** - Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro, bem como, com as necessárias adaptações, lei de idêntico objecto que a revogue ou altere.

**Lei da Concorrência:** Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei 219/2006, de 2 de Novembro, e pelo Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de Janeiro, bem como, com as necessárias adaptações, lei de idêntico objecto que a revogue ou altere.

**Mandatário:** Pessoa singular ou colectiva, independente da ZON e das Empresas Adquiridas (*a contrario*, com o teor dado pelo artigo 2.º, n.º 2 da Lei da Concorrência), aprovada pela AdC e nomeada pela ZON, para acompanhar e fiscalizar o cumprimento do Compromisso de Promoção de Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo e do Compromisso de Desocupação de Espaço em Infra-Estruturas das Redes Secundária e Terciária.

**Operação:** negócio jurídico notificado à AdC em 14 de Agosto de 2007, objecto do processo *Ccent. N.º 56/2007 - CATVP / Bragatel, Pluricanal Leiria, Pluricanal Santarém*, que visa a aquisição, pela ZON, do controlo exclusivo sobre a Bragatel, Pluricanal Leiria e Pluricanal Santarém.

**ORAC:** Oferta de Referência a Acesso a Condutas, da PT Comunicações

**Pluricanal Leiria:** Pluricanal Leiria – Televisão por Cabo, S.A.

**Pluricanal Santarém:** Pluricanal Santarém – Televisão por Cabo, S.A.

**PT Comunicações:** PT Comunicações, S.A.

**Rede secundária:** rede constituída por cabos coaxiais para ligação do nó óptico da célula de distribuição até às habitações abrangidas por essa célula, instalada em condutas e infraestrutura associada da PT Comunicações, no âmbito da ORAC.

**Rede terciária:** rede constituída pelos cabos coaxiais de ligação da rede secundária a uma habitação ou a habitações colectivas, instalados em colunas montantes (no caso dos prédios com instalações RITA ou ITED) ou tubos de subida, começando na última caixa de visita e terminando no equipamento terminal de rede (tap).

**ZON:** a notificante ZON TV CABO Portugal, S.A. e o grupo de empresas de que faz parte, de acordo com o disposto no artigo 2.º, n.º 2 da Lei da Concorrência.

## **B. Interpretação e Lei aplicável**

O presente documento, e os Compromissos nele expostos, regem-se pela lei portuguesa e devem ser interpretados tendo em conta o disposto na Lei da Concorrência e na Decisão.

O presente documento em nada prejudica o exercício de competências atribuídas a outras instituições, designadamente entidades reguladoras sectoriais.

## **C. Compromissos**

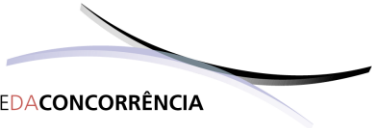
### **1. Compromisso de Promoção da Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo**

- 1.1 A ZON compromete-se a alienar 50% do conjunto de células das Empresas Adquiridas, onde se verifique o maior grau de sobreposição, em termos de casas cabladas por cabo coaxial, com células da ZON, abrangendo a infra-estrutura da rede secundária e terciária (cabos coaxiais, equipamentos activos e equipamentos passivos), o nó óptico (incluindo os armários onde estes nós ópticos estiverem instalados) e os clientes nessa célula à data de entrega da mesma.
- 1.2 Para efeitos do presente compromisso, a entidade que venha a adquirir o conjunto de células a que se refere o número anterior deverá ser jurídica e economicamente independente das empresas participantes, e destine a utilização dos referidos activos à prestação de serviços de, pelo menos, distribuição de televisão por subscrição.
- 1.3 Para determinar as células elegíveis para alienação no âmbito deste compromisso, será elaborada uma lista das células das Empresas Adquiridas abrangidas na concentração notificada, na qual essas células serão ordenadas pelo grau de sobreposição de casas cabladas por cabo coaxial.
- 1.4 As células a alienar corresponderão às células com maior grau de sobreposição da lista de células das Empresas Adquiridas até perfazer um número correspondente ao inteiro de 50% do número total de células dessa lista. O grau de sobreposição será calculado como o número de casas cabladas pela ZON na área geográfica da célula de distribuição das Empresas Adquiridas a dividir pelo número de casas cabladas pelas Empresas Adquiridas nessa mesma célula.
- 1.5 O preço desta venda será determinado em função do número de casas cabladas e do número de clientes activos à data de entrega dessa célula ao comprador, uma vez que até essa data, poderá haver celebração de novos contratos de prestação de serviços de, pelo menos, televisão por subscrição, quer com a ZON, quer com outros operadores, ou rescisão de contratos que poderá alterar o número de clientes das Empresas Adquiridas nas células em causa. [CONFIDENCIAL].
- 1.6 Num prazo máximo de 6 meses após a Data da Decisão, a ZON terá concluído a elaboração do plano de venda o qual incluirá as listas, por concelho, das células nas

condições de venda acima referidas, o preço de cada célula, a sua localização georeferenciada, o número de clientes activos à Data da Decisão, o número de casas cabladas e a data prevista de disponibilização dessa célula. As células das Empresas Adquiridas abrangidas pelo presente compromisso permanecerão disponíveis para venda por um período de 6 meses subsequentes.

- 1.7 As condições de venda serão comunicadas à AdC/Mandatário no prazo de 3 meses após a Data da Decisão, designadamente no que respeita às formas de pagamento e de salvaguarda da manutenção da intenção de compra por parte dessas empresas. As aludidas condições de venda incluirão ainda a minuta do acordo de confidencialidade referido no número 1.8 *infra*.
- 1.8 A ZON compromete-se a publicitar a existência da oferta a que se refere o presente compromisso. As empresas que manifestem uma intenção firme na compra destes activos terão acesso, por solicitação à ZON e após terem celebrado, com esta, um acordo de confidencialidade, à informação referida em 1.6 *supra*, a qual será fornecida concelho a concelho, bem como eventualmente a outra informação que venha a ser solicitada que não ponha em causa os segredos de negócio das empresas participantes.
- 1.9 Sem prejuízo do disposto na parte final do número 1.6 *supra*, a disponibilização das células decorrerá no prazo máximo de 6 meses após a manifestação firme do interesse de uma empresa terceira em comprar essa ou essas células. [CONFIDENCIAL].
- 1.10 [CONFIDENCIAL].
- 1.11 [CONFIDENCIAL].
- 1.12 [CONFIDENCIAL].
- 1.13 A partir da data do termo do período de alienação das células abrangidas por este compromisso a ZON iniciará a integração de todas as células para as quais não houve nenhuma manifestação de interesse por parte do mercado.

- 1.14 A ZON compromete-se a não desenvolver políticas de *customer win-back* dos clientes adquiridos por terceiras empresas nos termos dos números 1.4 e seguintes *supra*, entendendo-se por políticas de *customer win-back* a implementação de quaisquer práticas de venda activa aos referidos clientes. Esta limitação de políticas de *customer win-back* deverá manter-se durante um período de 12 meses após o início da prestação de serviços a esses clientes pela empresa adquirente.
- 1.15 A ZON compromete-se, ainda, a não implementar políticas de fidelização específicas direccionadas às zonas onde haverá células elegíveis para alienação, entendendo-se como políticas de fidelização específicas aquelas políticas que sejam fundamentalmente distintas das adoptadas para o resto do território nacional. Esta inibição de implementar políticas de fidelização específicas deverá manter-se desde a Data da Decisão até 12 meses decorridos da efectiva alienação das células, quando tal ocorra, ou até ao termo do período de venda das células, no caso de células que não tenham sido alienadas nesse período.
- 1.16 A ZON compromete-se, também, a, nas células alienadas no âmbito do presente compromisso, não aplicar penalidades por rescisão antecipada do contrato de prestação de serviços com fidelização aos clientes que, à Data da Decisão, mantinham contratos de prestação de serviços com as Empresas Adquiridas e que, após essa data, celebraram novos contratos de prestação de serviços com a ZON, desde que essa rescisão seja efectuada para celebração de novo contrato de prestação de serviços sobre a infraestrutura da célula alienada.
- 1.17 A ZON compromete-se a ter todas as autorizações, licenças ou documentação legal ou contratual necessária para a concretização da alienação das células abrangidas pelo compromisso.
- 2. Compromisso de Desocupação de Espaço em Infra-Estruturas das Redes Secundária e Terciária**
- 2.1 A ZON compromete-se, durante 5 anos após a Data da Decisão e a pedido de um ou mais operadores a:

- 
- (i) autorizar a remoção por esse(s) operador(es), com o acompanhamento dos trabalhos pela ZON, de um cabo coaxial, indicado pela ZON, instalado em infra-estruturas da PT Comunicações abrangidas pela ORAC, independentemente da sua instalação ter sido realizada ao abrigo da referida oferta ou de outro regime legal ou contratual, e/ou em infra-estruturas da rede terciária, sempre que se verificar a existência simultânea, nessas infra-estruturas, de cabos coaxiais da ZON e de cabos coaxiais de qualquer uma das Empresas Adquiridas ou a
  - (ii) alienar, a esse (s) operador(es), um dos cabos coaxiais instalados em infra-estruturas da rede terciária que sejam da sua propriedade ou da propriedade das Empresas Adquiridas, sempre que se verificar a existência simultânea, nessas infra-estruturas, de cabos coaxiais da ZON e de cabos coaxiais de qualquer uma das Empresas Adquiridas e desde que a utilização do cabo a adquirir se destine à prestação de serviços de, pelo menos, distribuição de televisão por subscrição por cabo, cobre ou fibra óptica, e desde que esse ou esses operadores não se encontrem, ainda, a prestar qualquer serviço de televisão por subscrição por cabo nessas mesmas infra-estruturas.
- 2.2 Num prazo máximo de 6 meses após a Data da Decisão, a ZON elaborará um cadastro detalhado por concelho de cabos disponibilizados ao abrigo deste compromisso – v.g., localização georeferenciada, tipo de instalação, tipo de cabo e outras especificações técnicas relevantes – que não estão abrangidos pelo Compromisso de Promoção de Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo. Nos casos das células abrangidas por este compromisso e que não hajam sido alienadas, a ZON disponibilizará igualmente um cadastro detalhado por concelho dos respectivos cabos no final do período de venda daquelas células.
- 2.3 Este cadastro será fornecido às empresas que o solicitem à ZON, concelho a concelho, para o que terão de celebrar um acordo de confidencialidade com a ZON e as Empresas Adquiridas, o qual abrangerá toda a informação relevante para a segurança e integridade da rede, bem como a informação prestada por terceiras entidades, em particular a PT Comunicações, ao abrigo de contratos que incluam cláusulas de confidencialidade.

- 2.4 Em caso de solicitação, por parte de um operador, no sentido da remoção de cabos, quer na rede secundária, quer na rede terciária, e que demonstre a necessidade de instalar cabos nessas infra-estruturas e não tenha espaço disponível para tal, a ZON compromete-se a efectuar, no prazo máximo de 2 meses após recepção do pedido, os procedimentos necessários à remoção física do(s) cabo(s) em questão, nos termos da ORAC, quando aplicável, e desde que o pedido abranja um número máximo de, respectivamente, 100 troços de condutas consecutivos ou 50 casas cabladas localizadas numa mesma rua ou em ruas adjacentes. A ZON só aceitará e dará seguimento a um máximo de 10 pedidos por semana e por operador.
- 2.5 Nos casos em que seja recusado o pedido de viabilidade de remoção dos cabos da rede secundária, nos termos da ORAC, a ZON efectuará, junto da PT Comunicações, todas as diligências adequadas para que seja encontrada uma solução que permita a remoção dos cabos.
- 2.6 A remoção dos cabos será realizada pelos operadores que a solicitaram, em nome da ZON e com o devido acompanhamento, por parte desta, devendo esses operadores, no caso da remoção de cabos em infra-estrutura da PT Comunicações, estar conformes com os requisitos definidos na ORAC. Os operadores que solicitarem a remoção de cabos deverão igualmente contratar seguros de responsabilidade civil que cobram eventuais prejuízos causados pelos seus meios ou pelo pessoal ao seu serviço durante os trabalhos de remoção dos cabos, previamente à sua realização.
- 2.7 O custo da remoção dos cabos será suportado pelas empresas que solicitem à ZON essa remoção. Para tal, essas empresas terão de pagar à ZON um valor correspondente aos custos incorridos no âmbito da ORAC, quando aplicável, e aos custos administrativos e de acompanhamento dos trabalhos – de forma a que esses custos sejam iguais aos custos em que a ZON incorreria se fosse ela própria a promover a remoção dos cabos por sua livre iniciativa. Os custos associados à ORAC corresponderão aos preços desta oferta em vigor na data da remoção dos cabos. Os custos administrativos serão de € 250 por pedido para a remoção de cabos na rede secundária e de € 5 por casa cablada para remoção de cabos na rede terciária. Os custos de acompanhamento dos trabalhos

corresponderão aos preços unitários definidos na ORAC para o mesmo tipo de serviço, mas sem valor máximo acumulado.

- 2.8 No caso de um operador que, tendo solicitado e efectuado a remoção dos cabos em infra-estrutura da PT Comunicações e ainda solicitado um pedido de viabilidade para os troços em causa, imediatamente após a aceitação, por aquela empresa, do pedido de remoção, não conseguiu posteriormente utilizar o espaço que ficou disponível nessa infra-estrutura, por tal ter sido considerado inviável pela PT Comunicações, ao abrigo da ORAC (e desde que essa inviabilidade resulte da ocupação dos troços em causa), a ZON ressarcirá esse operador dos custos incorridos pelo mesmo no âmbito da ORAC e dos trabalhos de remoção dos cabos.
- 2.9 A ZON poderá, a pedido do(s) operador(es) a que se refere o número 2.4 *supra*, e por mútuo acordo, efectuar a remoção dos cabos, suportando esse(s) operador(es), para além dos valores acima referidos, o custo incorrido pela ZON na operação de remoção efectiva do cabo.
- 2.10 Em caso de pedido de alienação de cabos em infra-estruturas da rede terciária, por parte de um operador, a ZON compromete-se a entregar o(s) cabo(s) solicitados no prazo máximo de 3 meses após recepção desse pedido, devendo cada pedido abranger um número máximo de 200 casas cabladas, localizadas numa mesma rua ou em ruas adjacentes. A ZON só aceitará e dará seguimento a um máximo de 10 pedidos por semana e por operador.
- 2.11 O preço de alienação dos cabos instalados na rede terciária será de € 60 por casa cablada, salvo acordo entre as partes que determine um preço inferior por casa cablada.
- 2.12 O mandatário para a monitorização da execução deste compromisso será o mesmo mandatário já seleccionado para a monitorização do Compromisso de Promoção de Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo.
- 2.13 Aplicam-se aos casos previstos no ponto 2.1(ii), o disposto no ponto 1.15, com as necessárias adaptações.

### 3. **Compromisso de Disponibilização de uma Oferta Grossista de Televisão por Satélite de Âmbito Nacional**

- 3.1 A ZON compromete-se a disponibilizar a outras entidades – operadores de redes ou prestadores de serviços de comunicações electrónicas, nomeadamente de televisão por subscrição – uma oferta grossista de televisão por satélite que permita àquelas entidades aceder ao sinal dos canais distribuídos pela plataforma tecnológica de satélite da ZON (Hispasat), para criação de pacotes próprios com ofertas de televisão por subscrição. A ZON compromete-se a efectuar todas as diligências necessárias junto do ICP-ANACOM fim de que a referida oferta possa estar disponível à Data da Decisão, nos termos dos procedimentos de autorização geral definidos na Lei das Comunicações Electrónicas.
- 3.2 Para o efeito, a ZON compromete-se a emitir um sinal de descriptação adicional (*simulcrypt*) a fim de permitir às entidades que adiram a esta oferta a implementação das suas plataformas de acesso condicionado do serviço de televisão por subscrição.
- 3.3 O acesso ao sinal dos canais distribuídos pela plataforma tecnológica de satélite (Hispasat) da ZON por parte de quaisquer entidades nele interessadas pressupõe o acordo entre tais entidades e os titulares desses canais para distribuição destes aos seus clientes e para utilização do sinal de satélite referido.
- 3.4 Os preços máximos de acesso a esta oferta têm quatro componentes principais:
- (i) Um valor de entrada pela adesão à oferta (*Setup Fee*) de € [800-850] mil;
  - (ii) Um valor anual (*Base Fee* de Gestão) de € [180-200] mil, ao qual será aplicado um desconto em função do número de contratos adicionais que vierem a ser celebrados para esta oferta. A ZON compromete-se a aplicar a todos os contratos, na proporção do tempo em que vigorarem simultaneamente, um desconto de 30%, no caso de 2 adesões à oferta grossista, um desconto de 40% no caso de existirem 3 adesões à oferta grossista ou de 50% sempre que existam 4 ou mais aderentes à referida oferta;

- (iii) Um valor anual fixo de € [600-650] mil por cada múltiplo de 20 canais transmitidos (Base Fee de Serviço), independentemente da tecnologia de transmissão ser em SD ou em HD;
  - (iv) Um valor mensal por cliente para a disponibilização de apenas um pacote de canais (independentemente do número de canais incluído no pacote em questão), por cliente, de: €[4,00-4,50] até 50 mil clientes; €[2,50-3,00] para 50 a 75 mil clientes; €[1,50-2,00] para 75 a 100 mil clientes e de €[1,00-1,50] para mais de 100 mil clientes. No caso de disponibilização de uma oferta comercial de vários pacotes de canais ou de pacotes com acesso a canais *Premium*, o valor a aplicar será o dobro, mantendo-se os mesmos escalões. A remuneração mensal incidirá sempre sobre um número mínimo de clientes médios anuais, mesmo que não alcançados pelo operador, o qual será de 5 mil no 1.º ano, 10 mil no 2.º e 3.º anos e 15 mil no 4.º e 5.º anos de duração do contrato.
- 3.5 Estes preços podem ser negociados com as entidades interessadas nesta oferta, comprometendo-se a ZON a aplicar os preços então acordados de forma não discriminatória, ou seja, a todos os contratos em vigor e a apresentá-los a todas e quaisquer futuras interessadas nessa oferta.
- 3.6 O contrato será celebrado com a duração de 5 anos, podendo ser renovado por períodos de, no mínimo, 3 anos. Caso o operador pretenda terminar antecipadamente o contrato – por facto que lhe seja imputável –, terá de indemnizar a ZON no valor dos *Base Fees* (de Gestão e de Serviço) que venceriam até final dos 5 anos de contrato. Este valor da indemnização será reduzido em 75% no caso do operador em causa não deter nenhuma outra oferta de televisão por subscrição em Portugal ou não venha a disponibilizar tais ofertas no prazo de 3 meses após a data da rescisão.
- 3.7 No âmbito desta oferta, o operador será responsável pela negociação dos canais constantes da sua oferta comercial directamente com os detentores dos direitos, sendo também responsável pela definição das suas ofertas comerciais. A publicidade, comercialização, facturação, cobrança e apoio ao cliente serão também da

responsabilidade do operador, disponibilizando a ZON um serviço de *help-desk* técnico acessível a funcionários do operador para resolução de problemas técnicos.

- 3.8 O equipamento do cliente (*set-top boxes* e antenas) será da responsabilidade do operador, o qual será também responsável pelo desenvolvimento do *software*. A compatibilidade entre esse equipamento e *software* e o sistema [CONFIDENCIAL] de acesso condicional e autenticação da ZON terá de ser homologada pela ZON, de forma a garantir a interoperabilidade do serviço. Quanto aos cartões de acesso condicional, serão propriedade da ZON, não podendo, os mesmos, ostentar ou conter visualmente qualquer insígnia, marca, logótipo, ou qualquer outro direito de propriedade intelectual, susceptível de ser associado à actividade comercial da ZON. Os cartões de acesso condicional poderão ser customizados pelo operador, o qual suportará custos inerentes.
- 3.9 A oferta grossista de televisão por satélite a que se refere o presente compromisso será disponibilizada de forma transparente, ou seja, a informação relativa às condições comerciais, técnicas e operacionais, bem como a minuta de contrato - os quais serão comunicados à AdC -, serão disponibilizados às empresas que demonstrem uma vontade firme em prestar serviços de distribuição por televisão. Será igualmente disponibilizada de forma não discriminatória, ou seja, a ZON fornecerá o serviço grossista de televisão por satélite a todas as empresas que demonstrem estar devidamente habilitadas para prestar esses serviços em Portugal, ter capacidade técnica e financeira para cumprir as obrigações decorrentes da contratualização desta oferta e estar em situação de cumprimento das suas obrigações legais e fiscais.
- 3.10 No prazo de 1 mês a contar da Data de Decisão, a ZON comunicará à AdC a minuta de contrato, bem como as versões finais dos manuais operacional e de remuneração.
- 3.11 A ZON compromete-se a manter a oferta grossista ora em causa durante 3 anos, após a Data de Decisão, para contratos com duração de 5 anos, assegurando a renovação dos contratos enquanto detiver, até ao termo da duração contratual, directamente o direito de utilização de *transponders* em sistemas de satélites com cobertura do território nacional.

## **D. Acompanhamento e Fiscalização dos Compromissos**

### **1. Disposições Gerais**

- 1.1 A ZON compromete-se a manter a AdC regularmente informada sobre o cumprimento dos compromissos, respondendo a todos os pedidos de informação que esta lhe dirigir.
- 1.2 Os termos do contrato de mandato reconhecerão à AdC o direito de, por iniciativa própria ou a pedido da ZON ou do Mandatário, dar a este último as instruções que a AdC repute necessárias ao cumprimento dos Compromissos, embora sem dispensar o Mandatário de ter sempre em consideração o interesse da ZON.
- 1.3 A ZON obriga-se a tomar todas as medidas que possam ser razoavelmente necessárias para a boa e rápida execução por parte do Mandatário das funções que lhe são cometidas no âmbito do contrato de mandato, nomeadamente para dar cumprimento aos pedidos que a AdC lhe tenha efectuado.
- 1.4 O contrato de mandato incluirá, relativamente à ZON, as obrigações de fornecer à entidade que vier a ser mandatada para executar os compromissos assumidos de toda a informação de que esta razoavelmente necessite para cumprir o mandato que lhe foi confiado, com excepção daquela que esteja legal ou contratualmente impedida de fornecer e daquela que reputar irrelevante para o cumprimento do mandato; a invocação de qualquer causa que legitime a escusa de prestação de informação solicitada deverá ser enviada, com indicação dos fundamentos em que se baseou tal escusa, à AdC que decidirá de forma fundamentada.
- 1.5 Considerar-se-á como justa causa de resolução do contrato, designadamente, a inobservância ou desobediência do Mandatário às instruções que este receba da AdC.
- 1.6 No que respeita ao Compromisso de Promoção da Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo A ZON e o Mandatário manterão a AdC regularmente informada de todas as ocorrências relevantes que digam respeito ao seu cumprimento, nomeadamente quanto ao estado de elaboração do cadastro, entidades

que hajam manifestado um interesse sério em adquirir as células, abrangidas por este compromisso.

- 1.7 A ZON obriga-se ainda a comunicar as condições de venda das células à AdC e ao Mandatário, designadamente no que respeita às formas de pagamento e de salvaguarda da manutenção da intenção de compra por parte dessas empresas. As aludidas condições de venda incluirão ainda a minuta do acordo de confidencialidade anteriormente referido.
- 1.8 No que respeita ao Compromisso de Desocupação de Espaço em Infra-Estruturas das Redes Secundária e Terciária a ZON e o Mandatário manterão a AdC regularmente informada de todas as ocorrências relevantes que digam respeito ao seu cumprimento.
- 1.9 Em especial, serão comunicados à AdC e ao Mandatário os valores associados aos custos administrativos e aos custos de acompanhamento dos trabalhos de remoção dos cabos, juntamente com o cadastro de cabos disponibilizados ao abrigo deste compromisso.
- 1.10 Quanto ao Compromisso de Disponibilização de uma Oferta Grossista de Televisão por Satélite de Âmbito Nacional, a ZON compromete-se a, no prazo de 1 mês a contar da Data da Decisão, comunicar à AdC a minuta de contrato, bem como as versões finais dos manuais operacional e de remuneração.
- 1.11 A ZON compromete-se a informar a AdC dos contratos aplicáveis, em condições transparentes e não discriminatórias, bem como de quaisquer revisões das condições que, por mútuo acordo, sejam aplicáveis aos contratos que vierem a ser celebrados com terceiro, com uma antecedência de 1 mês face à sua entrada em vigor.
- 1.12 A ZON dará ainda conhecimento à AdC de todas as diligências que efectuou ou virá a efectuar junto do regulador sectorial com o objectivo de iniciar a oferta grossista em questão.

## **2. Mandato**

- 2.1 A ZON compromete-se a outorgar a favor de entidade independente da ZON, escolhida nos termos do procedimento previsto abaixo e em conformidade com as condições e prazos ali estipulados, pertinente Mandato, conferido no interesse da AdC e irrevogável por iniciativa unilateral do mandante para, a suas expensas monitorizar a execução do Compromisso de Promoção da Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo e para a alienação das células, nas condições indicadas em C.1 supra.
- 2.2 O Mandatário deverá ainda ser responsável pela monitorização da execução do Compromisso de Desocupação de Espaço em Infra-Estruturas das Redes Secundária e Terciária.
- 2.3 O Mandatário será escolhido pela ZON de uma *shortlist* de 3 a 5 entidades, dotadas de *know-how* e idoneidade reconhecida, nomeadamente Bancos de investimento ou outras entidades comprovadamente especializadas em transacções de empresas. Para além da identificação sumária das entidades propostas, a lista deverá ser acompanhada, relativamente a cada uma das entidades propostas, pelo seguinte: (i) descrição dos serviços que estiverem a ser prestados ou que foram prestados, nos últimos (3) três anos, indicando especificamente os serviços prestados à ZON; (ii) com os pertinentes planos de execução do Mandato; e (iii) documento onde se descreva a experiência da entidade em causa na área de transacções de empresas.
- 2.4 Depois de receber a lista elaborada pela ZON, a AdC aprovará todas as entidades propostas que considere idóneas para desempenhar as funções em causa, podendo recusar, fundamentadamente, todas ou alguma das entidades propostas pela ZON.
- 2.5 Caso a AdC aprove duas ou mais entidades (para além da minuta de Mandato), a ZON iniciará de imediato negociações com alguma ou com todas as entidades aprovadas pela AdC com vista a obterem um acordo sobre o Mandato.
- 2.6 Caso a AdC não aprove mais do que uma entidade, ou não aprove nenhuma das propostas, a ZON deverá, em alternativa, e consoante cada uma dessas situações:

- (i) Negociar com a entidade aprovada com vista a obter um acordo sobre o Mandato, ou
  - (ii) propor, nos 10 (dez) dias úteis seguintes, o nome de novas entidades, aplicando-se o disposto supra.
- 2.7 A minuta de contrato de mandato deverá ser negociada e acordada no prazo de 3 meses após a Data da Decisão.
- 2.8 Após aprovação dessa minuta de contrato pela AdC, o contrato deverá ser celebrado o mais rapidamente possível para que o Mandatário possa iniciar as suas funções. [CONFIDENCIAL].
- 2.9 No que diz respeito à monitorização dos compromissos relativos a políticas de fidelização e de *customer win-back* referidos em C 1.14, C 1.15, C 1.16 e C 2.13, a mesma será efectuada através da realização de inquéritos a amostras, estatisticamente significativas, de clientes da ZON localizados nas zonas onde haverá células elegíveis para alienação. Deverão ser realizados dois inquéritos, um deles a meio do período de duração do período de inibição das políticas de fidelização supra referidas e o outro após a conclusão desse período.
- 2.10 O Mandatário deverá manter a AdC regularmente informada de todas as diligências e acontecimentos relevantes que ocorram desde a sua efectiva entrada em funções, assim como de todas as ocorrências relevantes que digam respeito ao cumprimento do Compromisso de Promoção da Entrada de um Concorrente na Distribuição de Televisão por Cabo, em especial quanto ao estado de elaboração do cadastro das células abrangidas por este compromisso, e do Compromisso de Desocupação de Espaço em Infra-Estruturas das Redes Secundária e Terciária.

**E. Entrada em vigor dos compromissos**

- 1.1 Os Compromissos são oferecidos no contexto da operação de concentração notificada, sendo vinculativos em relação à ZON.
- 1.2 Os Compromissos produzirão efeitos a partir da Data da Decisão.
- 1.3 Estes Compromissos deixarão automaticamente de ser aplicáveis, caso a Operação não seja implementada, entendendo-se como implementação da Operação a transmissão à ZON (directa ou indirectamente, através de uma sua participada detida integralmente) das participações sociais representativas da maioria do capital social das empresas Adquiridas, ou qualquer outra ocorrência susceptível de conferir àquela Controlo sobre a estas, nos termos da definição de Controlo prevista na Lei da Concorrência [CONFIDENCIAL].

Lisboa, 21 de Novembro de 2008

O Conselho da Autoridade da Concorrência,

---

Manuel Sebastião  
(Presidente)

---

Jaime Andrez  
(Vogal)

---

João Noronha  
(Vogal)