

Esta informação encontra-se publicada no sítio da Anacom na Internet em:

<http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=247002>

MERCADO GROSSISTA DE SERVIÇOS DE RADIODIFUSÃO PARA A ENTREGA DE CONTEÚDOS DIFUNDIDOS A UTILIZADORES FINAIS

**Definição dos mercados do produto e mercados geográficos, avaliações de PMS e
imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares**

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	7
INTRODUÇÃO.....	7
1. SERVIÇOS DE RADIODIFUSÃO PARA ENTREGA DE CONTEÚDOS DIFUNDIDOS A UTILIZADORES FINAIS	10
1.1. Definição do Mercado Retalhista de Difusão.....	12
1.1.1. Difusão Analógica Terrestre	17
1.1.1.1. Difusão Televisiva	17
1.1.1.2. Difusão Sonora.....	22
1.1.2. Difusão Digital Terrestre.....	26
1.1.2.1. Difusão Televisiva	26
1.1.2.2. Rádio	29
1.1.3. Difusão por redes de distribuição por cabo	32
1.1.3.1. Ofertas televisivas disponíveis nas redes de distribuição por cabo	35
1.1.3.2. Ofertas de rádio disponíveis nas redes de distribuição por cabo	41
1.1.4. Difusão por Satélite.....	42
1.1.4.1. Serviço de DTH	43
1.1.5. Ofertas de difusão suportadas noutras tecnologias.....	45
1.1.5.1. Tecnologias xDSL/IP.....	45
1.1.5.2. Acesso Fixo via Rádio	49
1.1.5.3. Sistemas Móveis de Terceira Geração	51
1.1.5.4. Powerline Communications	51
1.1.5.5. Fibra Óptica.....	52
1.1.6. Conclusão.....	53
1.2. Definição do mercado de produto	56
1.2.1. Serviços de difusão sonora vs Serviços de difusão televisiva	57
1.2.1.1. Substituibilidade do lado da procura	57
1.2.1.2. Substituibilidade do lado da oferta.....	57
1.2.1.3. Conclusão: Serviços de difusão sonora vs Serviços de difusão televisiva	58
1.2.2. Serviços de difusão televisiva por DTH vs Serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo.....	58
1.2.2.1. Substituibilidade do lado da procura.....	58
1.2.2.2. Substituibilidade do lado da oferta.....	60
1.2.2.3. Conclusão: Serviços de difusão televisiva por DTH vs Serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo.....	60
1.2.3. Serviços de difusão televisiva através de redes de difusão analógica terrestre vs Serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e DTH.....	60
1.2.3.1. Substituibilidade do lado da procura.....	61
1.2.3.2. Substituibilidade do lado da oferta.....	64
1.2.3.3. Conclusão: Serviços de difusão televisiva através de redes de difusão analógica terrestre vs Serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e DTH.....	66
1.2.4. Serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada (FM) vs. Serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada (AM – Onda Média).....	66
1.2.4.1. Substituibilidade do lado da procura.....	66
1.2.4.2. Substituibilidade do lado da oferta.....	67

1.2.4.3.	Conclusão: Serviços de difusão sonora através de redes terrestres analógicas em frequência modulada (FM) vs. Serviços de difusão sonora através de redes terrestres analógicas em AM (Onda Média)	68
1.3.	Conclusão sobre a definição dos mercados de produto retalhistas	68
1.4.	Definição do mercado geográfico	68
1.5.	Conclusão: mercado retalhista de difusão	71
1.6.	Mercados grossistas conexos.....	72
2.	DEFINIÇÃO DO MERCADO GROSSISTA DOS SERVIÇOS DE DIFUSÃO	73
2.1.	Mercado do Produto	74
2.1.1.	Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora vs fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva	75
2.1.1.1.	Substituibilidade do lado da procura	75
2.1.1.2.	Substituibilidade do lado da oferta.....	75
2.1.1.3.	Conclusão: Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora vs Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva.....	77
2.1.2.	Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres vs Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo.....	78
2.1.2.1.	Substituibilidade do lado da procura	78
2.1.2.2.	Substituibilidade do lado da oferta.....	78
2.1.2.3.	Conclusão: Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres vs Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo	78
2.1.3.	Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada (FM) vs. Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada – AM (Onda Média)	79
2.1.3.1.	Substituibilidade do lado da procura	79
2.1.3.2.	Substituibilidade do lado da oferta.....	79
2.1.3.3.	Conclusão: Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em FM vs. Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em AM (Onda Média).....	80
2.2.	Definição do mercado geográfico	80
2.3.	Conclusão.....	80
2.4.	Mercados susceptíveis de regulação <i>ex-ante</i>	81
2.4.1.	Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres.....	81
2.4.2.	Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo.....	82
2.4.3.	Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada	102
2.4.4.	Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada (Onda Média).....	102
2.4.5.	Mercados susceptíveis de regulação <i>ex-ante</i> : Conclusão	102
3.	AVALIAÇÃO DE PMS.....	103
3.1.	Dominância individual	103
3.1.1.	Quotas de mercado	104
3.1.2.	Concorrência entre as empresas instaladas.....	105
3.1.2.1.	Grau de concentração	105
3.1.2.2.	Dimensão e número do(s) líder(es) de mercado.....	105
3.1.2.3.	Barreiras à expansão	107
3.1.2.3.1	Infra-estruturas dificilmente duplicáveis	108
3.1.2.3.2	Economias de escala e/ou gama e investimento na expansão da rede.....	108
3.1.2.3.3	Integração vertical e/ou acordos de exclusividade	108
3.1.2.3.4	Acesso a recursos financeiros/mercados de capitais	109
3.1.2.3.5	Barreiras à expansão: conclusão	110
3.1.2.4.	Rivalidade: preços, rentabilidade, inovação das ofertas e grau de diversificação nos meios empregues	110

3.1.2.5.	Concorrência entre as empresas instaladas: Conclusão.....	111
3.1.3.	Barreiras à entrada e concorrência potencial.....	111
3.1.4.	Contrapoder negocial dos compradores	111
3.1.5.	Dominância individual: Conclusão	112
3.2.	Dominância conjunta.....	112
3.3.	Análise prospectiva	113
3.4.	Avaliação de PMS: Conclusão	113
4.	IMPOSIÇÃO DE OBRIGAÇÕES	114
4.1.	Caracterização dos problemas de concorrência específicos deste mercado	116
4.1.1.	Recusa de negociação e de acesso.....	116
4.1.2.	Problemas associados a comportamentos discriminatórios	116
4.1.3.	Problemas associados a preços.....	117
4.2.	Identificação das obrigações adequadas	118
4.2.1.	Obrigações em vigor	118
4.2.1.1.	Identificação de obrigações adequadas à resolução dos problemas	120
5.	CONCLUSÃO.....	126
ANEXO I – CLARIFICAÇÃO E EXPLICITAÇÃO DOS CONCEITOS UTILIZADOS NO DOCUMENTO		
.....		128
ANEXO II – LISTA DE ACRÓNIMOS E ABREVIACÕES.....		130
ANEXO III – LISTA DE OPERADORES E OUTRAS ENTIDADES		132

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1. Estações Operativas em 2005.....	21
Quadro 2. Operadores de redes de difusão sonora e respectivo número de emissores em modulação FM no final de 2005	24
Quadro 3. Operadores de difusão sonora e respectivo número de emissores em modulação AM no final de 2005	24
Quadro 4. Evolução do número de operadores radiofónicos locais em Portugal.....	25
Quadro 5. <i>Share</i> de audiência durante o 4.º trimestre de 2005	25
Quadro 6. Lançamento e transição para a TDT.....	27
Quadro 7. Desenvolvimento do T-DAB a nível europeu.....	30
Quadro 8. Operadores de redes de difusão digital sonora terrestre e respectivo número de emissores no final de 2005	31
Quadro 9. Principais ofertas de retalho de acesso a “ <i>pacotes</i> ” de serviços de programas difundidos por redes de distribuição por cabo.....	36
Quadro 10. Principais ofertas de retalho de acesso a serviços de programas <i>premium</i> difundidos por redes de distribuição por cabo.....	36
Quadro 11. Serviços de programas radiofónicos disponibilizados na oferta da TV Cabo	42
Quadro 12. Serviços de retalho disponibilizados pelas empresas do Grupo TV Cabo através do serviço de DTH.	45
Quadro 13. Ofertas comerciais de TV suportada em DSL.....	46
Quadro 14. Principais prestadores de IP TV na União Europeia	46
Quadro 15. Serviços de retalho disponibilizados pelo Clix no serviço SmarTV	47
Quadro 16. Oferta de serviços de televisão da AR Telecom.....	50
Quadro 17. Serviços de programas <i>Premium</i> da oferta da AR Telecom.....	50
Quadro 18. Relação entre as obrigações previstas na licença da RDP e as obrigações previstas na Lei n.º 5/2004	54
Quadro 19. Síntese das características dos serviços difusão televisiva do ponto de vista do retalho e sua relevância no período da análise para efeitos de definição do mercado.....	54
Quadro 20. Síntese das características dos serviços de difusão sonora do ponto de vista do retalho e sua relevância no período da análise para efeitos de definição do mercado.....	55
Quadro 21. Comparação das principais características das ofertas retalhistas de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e do serviço de DTH.....	59
Quadro 22. Receitas publicitárias de serviços de programas televisivos	62
Quadro 23. Frequências utilizadas na difusão televisiva.....	77
Quadro 24. Regiões onde apenas existe um operador de rede de distribuição por cabo com clientes activos.....	90
Quadro 25. Quotas de mercado nas regiões onde existe mais do que um operador de redes de distribuição por cabo a fornecer serviços (considerando número de clientes).....	91
Quadro 26. Indicadores de algumas das maiores empresas portuguesas.....	106
Quadro 27. Relação entre as obrigações previstas no contrato de concessão e as obrigações previstas na Lei n.º 5/2004 no âmbito das análises de mercado	120
Quadro 28. Obrigações a impor às empresas identificadas com PMS no mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres	126

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Comparação dos alojamentos com televisão na UE.....	15
Gráfico 2. Comparação dos meios de recepção de televisão na Europa	16
Gráfico 3. Evolução do n.º de assinantes de televisão por cabo e taxa de crescimento	33
Gráfico 4. Evolução do n.º de alojamentos cablados e taxa de crescimento	33
Gráfico 5. Cobertura dos alojamentos cablados (1.º trimestre 2007)	35
Gráfico 6. Evolução do n.º de assinantes de DTH e taxa de crescimento	44
Gráfico 7. Evolução do número de acessos ADSL desagregados.....	48
Gráfico 8. Proporção de casas cabladas relativamente ao total de casas cabladas por operador no final do 1.º Trimestre de 2007	84
Gráfico 9. Evolução das quotas no mercado de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo (considerando número de clientes)	88

Gráfico 10. Variação em cadeia do número de clientes	89
Gráfico 11. Relação entre penetração de tecnologias alternativas e quota de mercado do principal operador de redes de distribuição por cabo em vários países Europeus	89
Gráfico 12. Relação entre penetração da rede de distribuição por cabo e quota de mercado do principal operador	90
Gráfico 13. Relação entre a quota de mercado de cobertura da Grupo PT e a sua quota de mercado em termos de número de clientes (1.º trimestre de 2007).....	92
Gráfico 14. Relação entre quota de mercado de cobertura do segundo maior operador de redes de distribuição por cabo e a sua quota de mercado em termos de acessos (1.º trimestre de 2007).....	93
Gráfico 15. Evolução dos preços dos pacotes da TV Cabo.....	93
Gráfico 16. Comparação das coberturas dos operadores de redes de distribuição por cabo e cobertura potencial da oferta SmarTV	97
Gráfico 17. Penetração das redes de distribuição por cabo	99
Gráfico 18. Quotas de mercado considerando o número de emissores e retransmissores utilizados pelos operadores de televisão	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Os agentes no mercado de difusão televisiva.....	15
Figura 2. Os agentes no mercado de difusão analógica sonora	16
Figura 3. Os agentes no mercado de difusão digital sonora	17
Figura 4. Diagrama ilustrativo da difusão televisiva terrestre.....	18
Figura 5. Esquema simplificado de uma rede de distribuição por cabo	33
Figura 6. Distribuição geográfica dos operadores de redes de distribuição por cabo e dos alojamentos cablados no segundo trimestre de 2006 por concelho e densidade populacional.....	34
Figura 7. Evolução do número de instalações, na RAM, ao abrigo do Protocolo	38
Figura 8. Gráficos relativos à satisfação dos utilizadores com características das ofertas de televisão por cabo	40
Figura 9. Rede da Cabovisão	69
Figura 10. Cadeia de valor do fornecimento grossista de serviços de difusão através de redes de difusão por cabo	83
Figura 11. Estrutura simplificada da PT - Multimédia.....	85

INTRODUÇÃO

A Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro (Lei n.º 5/2004)¹, aprovou o regime jurídico aplicável às redes e serviços de comunicações electrónicas e aos recursos e serviços conexos, definindo as competências da Autoridade Reguladora Nacional (ARN) neste domínio.

Aquele diploma transpõe as Directivas n.ºs 2002/19/CE², 2002/20/CE³, 2002/21/CE⁴, 2002/22/CE⁵, todas do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de Março, e a Directiva n.º 2002/77/CE, da Comissão Europeia, de 16 de Setembro.

Compete à ARN, o ICP-ANACOM, definir e analisar os mercados relevantes, declarar as empresas com poder de mercado significativo (PMS) e determinar as medidas adequadas às empresas que oferecem redes e serviços de comunicações electrónicas (art.º 18.º da Lei n.º 5/2004).

Este processo desenvolve-se de acordo com as seguintes fases (art.ºs 55.º a 61.º da Lei n.º 5/2004)⁶:

- Definição dos mercados relevantes (art.º 58.º da Lei n.º 5/2004)

Compete à ARN definir os mercados relevantes de produtos e serviços do sector das comunicações electrónicas, incluindo os mercados geográficos relevantes, em conformidade com os princípios do direito da concorrência.

Na definição de mercados relevantes deve a ARN, em função das circunstâncias nacionais, ter em conta a *Recomendação sobre Mercados Relevantes de Produtos e Serviços de Comunicações Electrónicas*⁷, da Comissão Europeia, daqui em diante designada por ‘Recomendação’ e as *Linhas de Orientação da Comissão Europeia relativas à análise e avaliação do poder de mercado significativo no âmbito do quadro regulamentar comunitário para as redes e serviços de comunicações electrónicas*⁸, daqui em diante designadas por ‘Linhas de Orientação’.

- Análise dos mercados relevantes (art.º 59.º da Lei n.º 5/2004)

Compete à ARN analisar os mercados relevantes definidos nos termos do ponto anterior, tendo em conta as Linhas de Orientação.

¹ Disponível em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=103282&contentId=159011>.

² Directiva Acesso

³ Directiva Autorização.

⁴ Directiva Quadro.

⁵ Directiva Serviço Universal.

⁶ Cf. Directiva-Quadro, art.ºs 7.º e 14.º a 16.º.

⁷ Disponível em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=55017&contentId=87570>.

⁸ Disponível em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=55015&contentId=87568>.

O procedimento de análise de mercado tem como objectivo investigar a existência de concorrência efectiva. Não existe concorrência efectiva, caso se identifiquem empresas com PMS. Note-se que, de acordo com a Lei n.º 18/2003⁹, de 11 de Junho, que aprova o regime jurídico da concorrência, “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 art.º 10.^{os}”¹⁰ da mesma lei¹¹.

Considera-se que uma empresa tem PMS se, individualmente ou em conjunto com outras, gozar de uma posição equivalente a uma posição dominante, ou seja, de uma posição de força económica que lhe permita agir, em larga medida, independentemente dos concorrentes, dos clientes e dos consumidores.

- Imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares (art.ºs 55.º e 59.º da Lei n.º 5/2004)

Caso o ICP-ANACOM conclua que um mercado é efectivamente concorrencial deve abster-se de impor qualquer obrigação regulamentar específica e, se estas existirem, deve suprimi-las.

Caso o ICP-ANACOM determine que o mercado relevante não é efectivamente concorrencial compete-lhe impor às empresas com PMS nesse mercado as obrigações regulamentares específicas adequadas ou manter ou alterar essas obrigações, caso já existam.

⁹ Disponível em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=66942&contentId=107210>

¹⁰ “Artigo 10.º (Quota de mercado e volume de negócios)

1. Para o cálculo da quota de mercado e do volume de negócios previstos no artigo anterior ter-se-ão em conta, cumulativamente, os volumes de negócios:

- (a) Das empresas participantes na concentração;
- (b) Das empresas em que estas dispõem directa ou indirectamente:
 - De uma participação maioritária no capital;
 - De mais de metade dos votos;
 - Da possibilidade de designar mais de metade dos membros do órgão de administração ou de fiscalização;
 - Do poder de gerir os negócios da empresa;
- (c) Das empresas que dispõem nas empresas participantes, isoladamente ou em conjunto, dos direitos ou poderes enumerados na alínea b);
- (d) Das empresas nas quais uma empresa referida na alínea c) dispõe dos direitos ou poderes enumerados na alínea b);
- (e) Das empresas em que várias empresas referidas nas alíneas a) a d) dispõem em conjunto, entre elas ou com empresas terceiras, dos direitos ou poderes enumerados na alínea b)”.

¹¹ Também conforme as Linhas de Orientação (§24), “No âmbito do quadro regulamentar, os mercados serão definidos e o PMS avaliado com metodologias idênticas às do direito da concorrência. (...) e a avaliação da concorrência efectiva pelas ARN devem ser coerentes com a jurisprudência e a prática em matéria de concorrência. Com vista a garantir essa coerência, as presentes orientações baseiam-se em: 1. Jurisprudência do Tribunal de Primeira Instância e do Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias no que diz respeito à definição de mercado e à noção de posição dominante na acepção do artigo 82.º do Tratado CE e do artigo 2.º do regulamento relativo ao controlo das concentrações.”.

As obrigações impostas:

- devem ser adequadas ao problema identificado, proporcionais e justificadas à luz dos objectivos de regulação consagrados no art.º 5.º da Lei n.º 5/2004, devendo (i) promover a concorrência na oferta de redes e serviços de comunicações electrónicas, de recursos e serviços conexos e (ii) contribuir para o desenvolvimento do mercado interno da União Europeia e defender os interesses dos cidadãos.
- devem ser objectivamente justificáveis em relação às redes, serviços ou infra-estruturas a que se referem;
- não podem originar uma discriminação indevida relativamente a qualquer entidade;
- devem ser transparentes em relação aos fins a que se destinam.

Não obstante a presente análise de mercado incidir sobre o mercado grossista (“*de serviços de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais*”), a metodologia aplicada nesta análise decorre da metodologia adoptada na Recomendação¹², segundo a qual o ponto de partida para a definição e identificação de mercados grossistas é uma caracterização dos mercados retalhistas num período temporal e das pressões concorrenciais a que estão sujeitos, do lado da procura e da oferta. Assim, numa primeira fase são definidos os mercados retalhistas de difusão. Posteriormente, são definidos os mercados grossistas conexos e é analisada a eventual existência de PMS nesses mercados. Por último, são analisadas as obrigações regulamentares a impor às empresas com PMS.

Em 11.01.2007, o Conselho de Administração do ICP-ANACOM aprovou o sentido provável da decisão relativo à definição do mercado grossista de serviços de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais, à avaliação de PMS nesse mercado e à imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares.

Foi simultaneamente aprovado o envio desse projecto de decisão à Autoridade da Concorrência, nos termos do art.º 61.º da Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro.

A Autoridade da Concorrência não se opôs à definição dos mercados do produto e geográficos relevantes, nem à avaliação de poder de mercado significativo, considerando que a análise é genericamente coerente com a aplicação da metodologia do direito da concorrência.

O Conselho de Administração deliberou a 22 de Fevereiro de 2007 que o projecto de medidas supra mencionado fosse submetido a consulta pública por um período de 30 dias úteis.

Simultaneamente, e em conformidade com o previsto nos art.ºs 100.º e 101.º do Código do Procedimento Administrativo, os interessados foram notificados para, no prazo de 30 dias úteis, se pronunciarem sobre o sentido provável da decisão acima referido.

¹² Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 3.1.

A consulta decorreu entre os dias 27.02.2007 e 11.04.2007 tendo o ICP-ANACOM recebido respostas das seguintes entidades, que agradece:

- Sociedade Independente de Comunicação, S.A. (SIC)¹³;
- TV Cabo Portugal, S.A.¹⁴ (TV Cabo);
- Grupo PT (Portugal Telecom SGPS, PT Comunicações S.A., TMN S.A., PT Prime S.A. e PT-Multimédia, SGPS)¹⁵;
- Grupo Media Capital, SGPS, S.A.¹⁶ (Media Capital).

Os comentários recebidos neste contexto e o entendimento do ICP-ANACOM foram objecto de um relatório autónomo, que pode ser consultado no sítio do ICP-ANACOM na Internet.

Todos os comentários recebidos foram devidamente ponderados na elaboração do presente documento.

1. SERVIÇOS DE RADIODIFUSÃO PARA ENTREGA DE CONTEÚDOS DIFUNDIDOS A UTILIZADORES FINAIS

De acordo com o quadro regulamentar comunitário aplicável às comunicações electrónicas, que segue o direito comunitário da concorrência, os mercados relevantes definem-se através da intersecção de duas dimensões diferentes: o mercado do produto e o mercado geográfico.

O processo de definição do mercado do produto tem como objectivo identificar todos os produtos e/ou serviços suficientemente permutáveis ou substituíveis, não só em termos das suas características objectivas, graças às quais estão particularmente aptos para satisfazer as necessidades dos consumidores, mas também em termos dos seus preços e da sua utilização pretendida¹⁷.

O exercício de definição do mercado do produto ou serviço relevante inicia-se com o agrupamento dos produtos ou serviços utilizados pelos consumidores para as mesmas finalidades/utilização final¹⁸.

Estes produtos e serviços farão parte do mesmo mercado relevante se o comportamento dos produtores ou fornecedores de serviços em causa estiver sujeito ao mesmo tipo de pressões concorrenciais, nomeadamente, em termos de fixação de preços.

Neste contexto, identificam-se dois tipos principais de pressões da concorrência: (i) a substituíbilidade do lado da procura e (ii) a substituíbilidade do lado da oferta¹⁹.

¹³ Carta da Sociedade Independente de Comunicação, de 28.03.2007, com entrada E18284/2007.

¹⁴ Carta da TV Cabo Portugal, de 02.04.2007, com entrada E19360/2007.

¹⁵ Carta do Grupo PT, de 05.04.2007, com entrada E19574/2007.

¹⁶ Carta do Grupo Media Capital, de 11.04.2007, com entrada E21025/2007.

¹⁷ Cf. Linhas de Orientação §44.

¹⁸ Cf. Linhas de Orientação §44.

Estas pressões concorrenciais poderão, alternativamente ou em conjunto, constituir fundamento para definir o mesmo mercado do produto.

Uma das formas utilizadas na avaliação da existência de substituíbilidade do lado da procura e da oferta consiste na aplicação do denominado “teste do monopolista hipotético” (teste SSNIP – *Small but significant non-transitory increase in price*)²⁰.

O mercado geográfico relevante inclui a área na qual as empresas em causa participam na oferta e procura dos produtos ou serviços relevantes, e onde as condições de concorrência são semelhantes ou suficientemente homogéneas em relação às áreas vizinhas²¹.

A definição do mercado geográfico pressupõe a utilização da mesma metodologia de definição do mercado do produto, i.e., o teste do monopolista hipotético que permite identificar pressões concorrenciais no que respeita à substituíbilidade do lado da procura e à substituíbilidade do lado da oferta.

No caso concreto do “*mercado grossista de serviços de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais*”, a sua definição e análise decorre da metodologia adoptada na Recomendação²², em que se define que o ponto de partida para a definição e identificação de mercados grossistas é uma caracterização dos mercados retalhistas num dado horizonte temporal e das pressões concorrenciais a que estão sujeitos, do lado da procura e da oferta. Tal justifica-se pelo facto da procura dos serviços grossistas ser uma procura derivada, i.e., o nível de procura de produtos e serviços grossistas depende da procura retalhista.

Conforme previsto no n.º 1 do art.º 15.º da Directiva-Quadro, a Comissão Europeia adoptou, no dia 11.02.2003, a Recomendação na qual foram identificados 18 mercados relevantes de comunicações electrónicas cujas características poderão justificar a imposição de obrigações regulamentares *ex-ante*, tendo definido, em particular, o seguinte mercado:

18. Mercado grossista de serviços de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais

Registe-se que a Comissão Europeia, privilegiando a regulação a nível grossista, não identifica na sua Recomendação o mercado retalhista de difusão como um mercado relevante, para efeitos de regulação *ex-ante*.

Verifica-se que a legislação nacional em vigor ou já revogada apresenta, em algumas situações, para o mesmo conceito, denominações diferentes. Também as traduções oficiais da legislação comunitária apresentam algumas diferenças relativamente aos termos constantes na legislação nacional. Note-se por exemplo que na Lei n.º 4/2001, de 23 de Fevereiro, se entende a difusão,

¹⁹ Cf. Linhas de Orientação §38. Existe, também, uma terceira fonte de pressão concorrencial no comportamento do operador que é a concorrência potencial. Esta possibilidade será considerada sempre que relevante.

²⁰ Cf. Linhas de Orientação §40-43.

²¹ Cf. Linhas de Orientação §56.

²² Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 3.1.

como “a transmissão unilateral de comunicações sonoras, por meio de ondas radioelétricas ou de qualquer outra forma apropriada, destinada à recepção pelo público em geral”. Porém o termo “radiodifusão” utilizado no âmbito da Recomendação está associado não só às comunicações sonoras mas também à transmissão de todos os outros conteúdos (e.g. televisivos) que podem ser disponibilizados aos utilizadores finais. Verifica-se igualmente que a Lei n.º 91/97, de 1 de Agosto²³ define as “telecomunicações de difusão ou teledifusão” como “as que se realizam num só sentido, simultaneamente para vários pontos de recepção e sem prévio endereçamento”.

Atendendo ao mencionado, o ICP-ANACOM considera que deve existir, no presente documento, uma explicitação e uniformização prévia dos termos e conceitos que irão ser utilizados ao longo do mesmo. O ICP-ANACOM, sempre que possível e quando não esteja em causa a transcrição de documentos, utilizará sempre as denominações apresentadas em Anexo I.

1.1. Definição do Mercado Retalhista de Difusão

A difusão é entendida como a transmissão unilateral de comunicações televisivas ou sonoras, por meio de ondas radioelétricas ou de qualquer outra forma apropriada, destinada à recepção pelo público em geral. Ou seja, os serviços de difusão caracterizam-se por a comunicação se realizar num só sentido, simultaneamente para vários pontos de recepção, regra geral, sem prévio endereçamento. Sem prejuízo, para efeitos da definição de mercado, consideram-se à partida serviços e tecnologias que, apesar de poderem ter endereçamento, possam ser considerados substitutos dos serviços sem prévio endereçamento e, deste modo, ser englobados no mercado em causa (e.g. serviços xDSL).

A Lei n.º 5/2004, de 10 de Fevereiro menciona²⁴ que “os serviços que prestem ou exerçam controlo editorial sobre conteúdos transmitidos através de redes e serviços de comunicações electrónicas, incluindo os serviços de áudio-texto” encontram-se excluídos do âmbito de aplicação dessa lei²⁵.

Conforme também consta da Recomendação²⁶ “os serviços de comunicações electrónicas incluem serviços de transmissão em redes utilizadas para a radiodifusão, mas excluem os serviços que fornecem ou exercem controlo editorial sobre os conteúdos transmitidos através das redes e serviços de comunicações electrónicas. A oferta de serviços de radiodifusão não se insere, por conseguinte, neste quadro regulamentar, que, pelo contrário, abrange as redes e recursos conexos utilizados para o fornecimento de serviços de radiodifusão”.

É também mencionado pela Comissão Europeia²⁷ que “para entregar aos utilizadores finais serviços de radiodifusão ou interactivos mediante assinatura ou pagamento, a empresa que

²³ Revogada com excepção dos n.ºs 2 e 3 do art.º 12.º com a redacção dada pela Lei n.º 29/2002.

²⁴ Art. 2.º, n.º 1. al. b).

²⁵ O art. 3.º, al. cc) reitera a exclusão mencionada.

²⁶ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 4.4.

²⁷ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 4.4.

fornece tais serviços (a menos que seja proprietária ou explore a sua própria rede de transmissão) necessita normalmente de acesso a serviços técnicos auxiliares de radiodifusão, como os sistemas de acesso condicional, as interfaces de programa de aplicação e os guias electrónicos de programas numa ou mais redes de transmissão”.

A Lei n.º 5/2004 (transpondo a legislação comunitária) dispõe a possibilidade do ICP-ANACOM exigir a todos os operadores de sistemas de acesso condicional que ofereçam acesso em condições justas, razoáveis e não-discriminatórias ou que aplique tais condições de acesso apenas aos operadores que comprovadamente têm PMS no mercado relevante. Neste sentido, a Comissão Europeia entendeu não ser necessário identificar na Recomendação mercados relevantes de produtos e serviços técnicos auxiliares de difusão (incluindo os sistemas de acesso condicional)²⁸. Estes mercados não são, assim, objecto da presente análise.

Ainda segundo a Comissão Europeia, *“actualmente, os utilizadores finais, em função das suas circunstâncias específicas, podem receber emissões de rádio e televisão através de redes de transmissão terrestres, de cabo ou por satélite. No futuro, deverão tornar-se mais comuns outros canais de transmissão, como redes de telecomunicações cuja largura de banda é ampliada utilizando tecnologias DSL ou outras”.*

Estas emissões de rádio e televisão podem realizar-se através de plataformas analógicas ou digitais, reconhecendo a Comissão Europeia que *“a existência e cobertura de plataformas de transmissão por radiodifusão com capacidade digital varia de Estado-Membro para Estado-Membro”*, não tendo sido, em alguns Estados-Membros, *“criadas ou desenvolvidas e generalizadas as redes de cabo”* e, *“em muitos deles, não foram desenvolvidas redes terrestres digitais”.*

Em Portugal, identificam-se, à partida, como redes, tecnologias e serviços vocacionados para o transporte e difusão de sinais difusão os seguintes:

- As redes de transporte e difusão analógica televisiva terrestre (exploradas pela PTC e pela TVI/RETI);

²⁸ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 4.4. No entender da Comissão Europeia, caso um Estado-Membro decida autorizar a sua ARN a realizar uma análise de mercado para determinar se se justifica a aplicação daquelas condições de acesso apenas aos operadores que comprovadamente têm PMS no mercado relevante, possibilidade que está prevista no n.º 3 do art.º 6.º da Directiva Acesso, aplica-se o exposto em seguida.

A Comissão considera que a questão relevante para as empresas que procuram acesso aos serviços técnicos auxiliares de radiodifusão (incluindo sistemas de acesso condicional) é a capacidade de entrega, ou de negociação de acesso, a um número suficiente de utilizadores finais que torne viável a actividade, em vez da negociação do acesso a todas as plataformas de entrega ou a todos os potenciais utilizadores finais. Além disso, os utilizadores finais podem mudar de plataforma de entrega como resposta aos serviços oferecidos e às expectativas quanto aos preços globais. Segundo a Comissão, uma empresa (que pretenda entregar serviços aos utilizadores finais e procure acesso grossista) só não terá possibilidade de substituição se um eventual operador monopolista proceder a um aumento de preços não-transitório em todas as plataformas de entrega. No entanto, se, para uma parte substancial dos utilizadores, os custos da mudança entre plataformas de entrega alternativas forem suficientemente elevados, a Comissão entende que poderá afirmar-se que o mercado relevante será o dos serviços técnicos auxiliares de radiodifusão numa dada plataforma de entrega.

- As redes de transporte e difusão analógica sonora terrestre (exploradas pela empresa concessionária do serviço público de radiodifusão, a RDP, e pelos restantes operadores radiofónicos);
- A plataforma de televisão digital televisiva terrestre (cujo modelo de desenvolvimento se encontra a ser analisado pelo ICP-ANACOM);
- As redes de FWA²⁹ para aplicações específicas de difusão televisiva celular na faixa dos 27,5-29,5GHz, para a entrega de emissões ao utilizador final (encontrando-se a AR Telecom a prestar serviços de difusão suportados nestas redes);
- As redes de distribuição por *Cabo Coaxial*³⁰, para o sinal de televisão e rádio (exploradas pelos vários operadores de redes de distribuição por cabo);
- A tecnologia “*Multipoint Microwave Distribution System*” (MMDS), utilizada como complemento ao cabo coaxial, nomeadamente, pela Cabo TV Madeirense na difusão televisiva.
- A rede digital de difusão sonora T-DAB³¹ (explorada pela RDP);
- Os serviços via satélite, para o transporte e difusão de sinais de televisão e rádio (incluindo-se aqui o serviço de DTH³² explorado pela TV Cabo, uma vez que se suporta, em parte, na mesma infra-estrutura);
- As infra-estruturas suportadas em pares metálicos, através das tecnologias xDSL³³ (conforme publicitado, por exemplo, pelo Clix³⁴, se bem que ainda em fase experimental).

De uma forma esquemática e simplificada, e para o caso da difusão televisiva, temos:

²⁹ *Fixed Wireless Access* – Tecnologia de acesso fixo via rádio que permite aos operadores fornecerem aos clientes ligação directa à sua rede de telecomunicações através de uma ligação rádio fixa das instalações deste à central local do operador.

³⁰ Doravante designadas apenas por redes de distribuição por cabo.

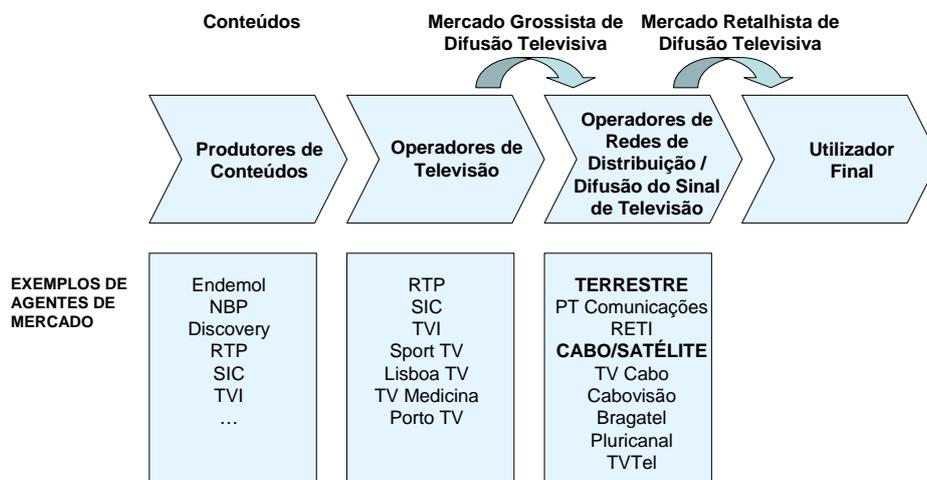
³¹ *Terrestrial Digital Audio Broadcast*.

³² *Direct – To – Home*.

³³ *X Digital Subscriber Line* – Conjunto de tecnologias de linha digital de assinante, genericamente denominadas DSL, capazes de transformar linhas de cobre (por exemplo, das linhas telefónicas vulgares) em linhas digitais de alta velocidade, passíveis de suportar serviços avançados de maior largura de banda, como acesso rápido à Internet e video-on-demand. ADSL (*Asymmetric DSL*), HDSL (*High data rate DSL*) e VDSL (*Very high data rate asymmetric DSL*) são algumas das suas variantes.

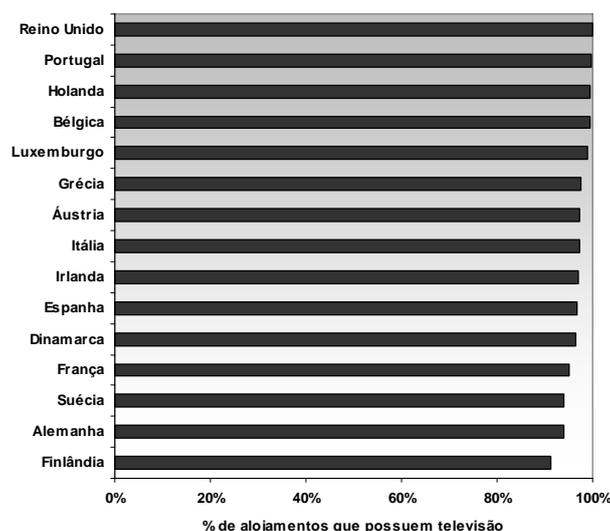
³⁴ Vide <http://smartv.clix.pt/>. No final de 2005 ocorreu a fusão da empresa CLIXGEST - Internet e Conteúdos, S.A. na NOVIS TELECOM, SA., sendo o CLIX a marca da NOVIS para o segmento residencial.

Figura 1. Os agentes no mercado de difusão televisiva



O serviço de distribuição e difusão do sinal de televisão tem uma grande repercussão social e é bastante relevante no contexto global do desenvolvimento da Sociedade de Informação, apresentando os alojamentos com receptor de televisão uma penetração próxima dos 100%, como se comprova pelos dados apresentados no **Gráfico 1**.

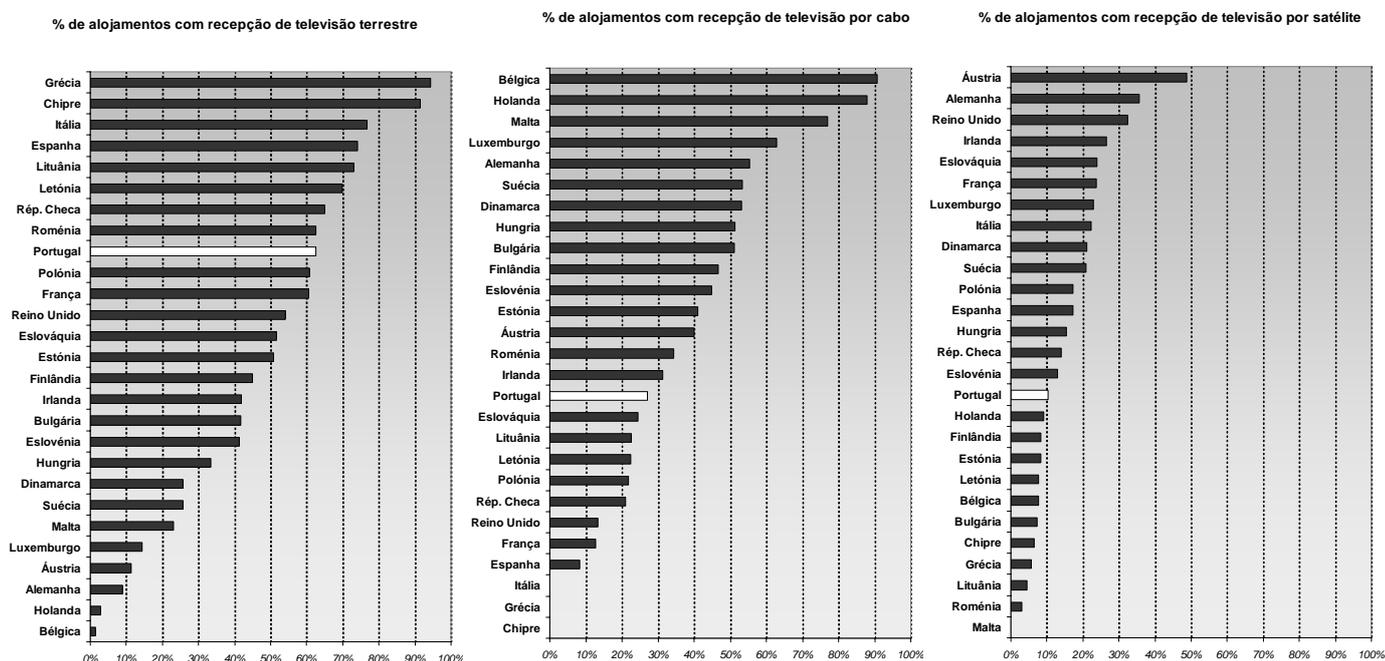
Gráfico 1. Comparação dos alojamentos com televisão na UE



Fonte: OCDE Communications Outlook 2005 (com dados relativos a 2002)

No **Gráfico 2** apresenta-se uma análise comparativa da percentagem de alojamentos que recebem televisão através de (i) redes de difusão terrestre (ii) redes de distribuição por cabo e (iii) através do serviço de satélite, em vários países da Europa.

Gráfico 2. Comparação dos meios de recepção de televisão na Europa

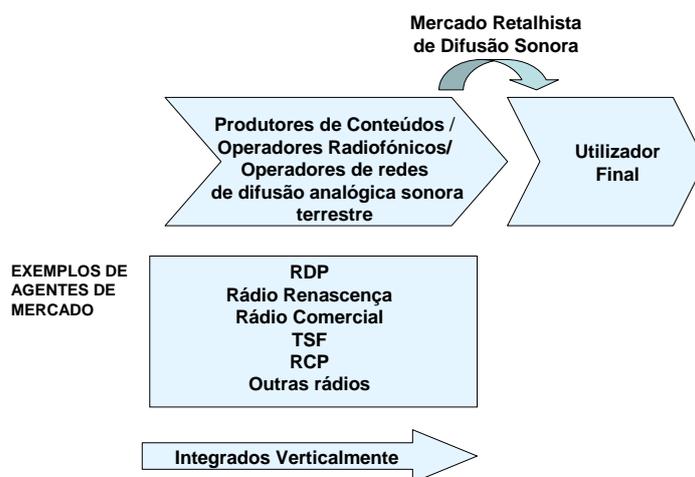


Fonte: Digital Television Data – Dataxis (dados referentes ao 3.º trimestre de 2005)

Verifica-se, por exemplo, que na Holanda, na Bélgica e no Luxemburgo, o principal meio de difusão televisiva são as redes de distribuição por cabo. Nestes países, a percentagem de alojamentos que têm apenas recepção de televisão terrestre é bastante reduzida.

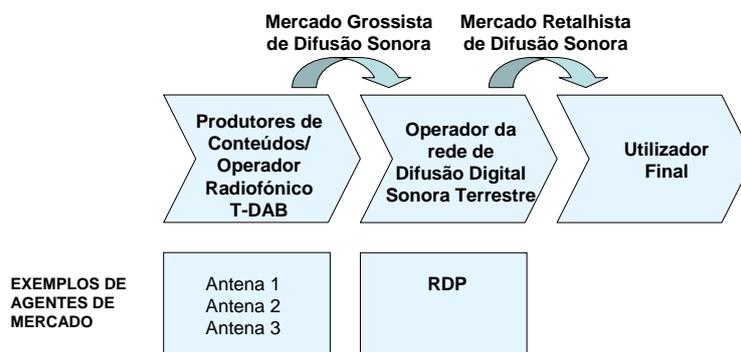
No caso da difusão analógica sonora terrestre os operadores são, normalmente, verticalmente integrados.

Figura 2. Os agentes no mercado de difusão analógica sonora



Na difusão digital sonora existe também um operador da rede de difusão terrestre (a RDP), verticalmente integrado.

Figura 3. Os agentes no mercado de difusão digital sonora



Não obstante a definição do mercado de produto se suportar nos tipos de serviço oferecidos, e não nos meios tecnológicos utilizados, como ponto prévio analisam-se, de seguida, as características e o estado actual de implementação das diferentes plataformas e infra-estruturas de suporte ao serviço de difusão, tendo em vista a definição do mercado retalhista.

1.1.1. Difusão Analógica Terrestre

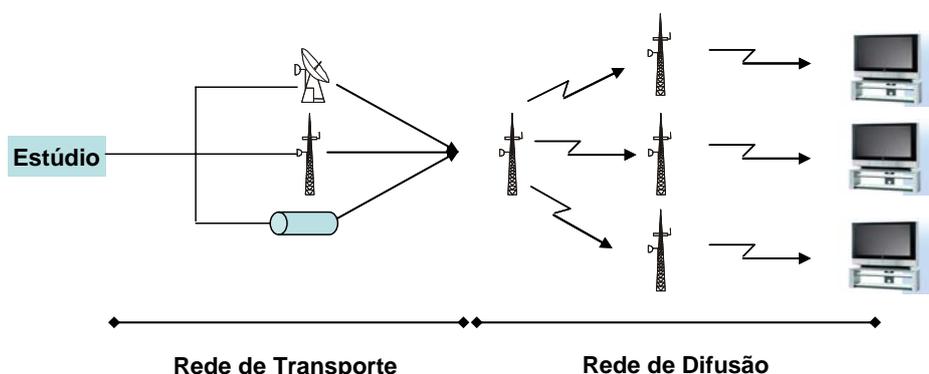
1.1.1.1. Difusão Televisiva

De acordo com o estudo da Dataxis, em 2005, em Portugal, 64% dos lares com equipamento de televisão tinham a difusão analógica televisiva terrestre como único meio de acesso a conteúdos televisivos³⁵, constituindo, assim, àquela data, o meio privilegiado para acesso generalizado da população portuguesa a conteúdos televisivos (vide **Gráfico 2**).

A transmissão de conteúdos televisivos, quando suportada em redes terrestres, envolve 1) o transporte de sinais de televisão entre os estúdios e os vários emissores e retransmissores das redes de difusão terrestres, 2) bem como a ligação dos locais exteriores de reportagem ou de transmissão de outros acontecimentos aos estúdios dos operadores de televisão, os quais contratam os serviços grossistas para posteriormente possibilitar a recepção do sinal pelo utilizador final (vide **Figura 4**).

³⁵ Estudo da Dataxis disponível em: http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomms/doc/info_centre/studies_ext_consult/digital_tv_final_report_cec.pdf.

Figura 4. Diagrama ilustrativo da difusão televisiva terrestre



O transporte entre os estúdios e os vários emissores das redes de difusão terrestres envolve geralmente comunicações ponto a ponto até ao início (nó) da rede de transmissão terrestre, e podem ser utilizados vários meios para esse transporte (fibra óptica, satélite, feixes hertzianos, ou uma combinação de tecnologias). No caso dos operadores nacionais de televisão que utilizam redes de difusão terrestres, para o transporte do sinal entre os estúdios e os vários emissores das redes terrestres (comunicações ponto a ponto) não tem sido utilizado o satélite, dado as redes terrestres terem sido concebidas com sistemas próprios de transporte de sinal, via feixes hertzianos ou fibra óptica, facto a que não terá sido alheia a pequena dimensão, em termos geográficos e de quantidade de estações, das redes de difusão terrestres nacionais. Considera-se uma excepção, por razões óbvias, o transporte de sinal entre o território continental e as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.

A rede que efectua a transmissão dos sinais entre os estúdios e os vários emissores das redes de difusão terrestres assegura não só a distribuição do sinal de programa pelos diversos emissores das redes de difusão, mas também a interligação com os estúdios dos operadores de televisão a partir de locais exteriores de reportagem ou de transmissão de outros acontecimentos.

Assim, uma vez que as redes de transmissão supramencionadas foram já consideradas no documento de análise do mercado retalhista de circuitos alugados e dos mercados grossistas dos segmentos terminais e de trânsito de circuitos alugados³⁶, o transporte do sinal até ao início da rede de transmissão terrestre encontra-se fora do âmbito da presente análise. A este respeito, refira-se que o tarifário de circuitos alugados da PTC prevê o fornecimento de circuitos para radiodifusão e comando de emissores.

Para as transmissões de reportagens em directo, os operadores de televisão recorrem:

- aos seus próprios meios de comunicações de reportagem;
- a entidades habilitadas para a prestação de serviços de satélites (prestadores e operadores) que prestam esses serviços de transporte de sinais de televisão.

³⁶ Disponível em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=156882>.

A PTC, para além de disponibilizar serviços de transporte e transmissão televisiva via satélite (ponto a ponto), oferece ainda serviços de teledifusão directa via satélite.

Actualmente, encontram-se habilitados para o exercício da actividade de televisão hertziana terrestre os seguintes operadores de televisão (serviço de programas televisivos generalistas):

- RTP – Radiotelevisão Portuguesa, S.A. (operador de serviço público)
 - ✓ RTP1
 - ✓ RTP2
 - ✓ RTP MADEIRA
 - ✓ RTP AÇORES
- SIC – Sociedade Independente de Televisão, S.A.
- TVI – Televisão Independente, S.A.

O exercício da actividade de difusão televisiva carece de atribuição de licença, por concurso público, quando envolve a utilização do espectro radioelétrico. Quando não existe utilização do espectro radioelétrico, sendo utilizada a rede de distribuição por cabo ou serviços de satélite é necessário a existência de uma autorização atribuída pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)³⁷.

A RTP e a SIC, enquanto operadores de televisão que utilizam o espectro hertziano, recorrem no território nacional à rede de transporte e difusão terrestre concessionada à PTC³⁸, para o exercício da sua actividade de televisão. Note-se que os direitos de utilização das frequências são atribuídos aos operadores de televisão e não a operadores de redes de difusão terrestre. Estes últimos responsabilizam-se por efectuar o serviço de difusão televisiva aos operadores de televisão.

A TVI, também na qualidade de operador de televisão que utiliza espectro hertziano terrestre, adquiriu em 1992 o estatuto de operador da sua própria rede de difusão ao optar, nos termos do regulamento do concurso para a concessão de licença para o exercício da actividade de televisão, pela alternativa de usar meios próprios ou alheios, autónomos dos do operador então criado, a Teledifusora de Portugal, S.A. (TDP), posteriormente integrada na PTC. Assim e com o objectivo de concentrar a actividade de difusão numa estrutura empresarial própria, a TVI formou a RETI, transferindo para esta última sociedade, a partir de 1995, todas as actividades relacionadas com a operação e exploração técnico-administrativa da rede de difusão.

³⁷ Vide Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro que cria a ERC e aprova os seus Estatutos (<http://www.ics.pt/verfs.php?fscod=837&lang=pt>).

³⁸ Portugal Telecom, SGPS, S.A., à data da assinatura do contrato de concessão.

A TVI, além de difundir essencialmente através da sua própria rede de transmissão e difusão, também recorre à rede de difusão terrestre da PTC. Em 31 de Dezembro de 2005, a utilização da rede da PTC por parte da TVI ocorria com o recurso a trinta e três retransmissores da PTC, não existindo utilização de emissores daquela empresa.

De acordo com a legislação em vigor³⁹, os operadores de televisão licenciados, conjuntamente com o operador de rede de suporte, devem garantir que as suas emissões cubram, no prazo de cinco anos contados da data da atribuição da licença, 95% do território nacional. Sem prejuízo do mencionado, verifica-se que as condições gerais constantes dos alvarás atribuídos à SIC e à TVI para o exercício da actividade de televisão referem que constitui um dever destes operadores respeitar, *“desde o momento em que o transporte e difusão do sinal lhe seja assegurado, as seguintes fases de cobertura:*

- Primeira fase: mínimo de 65% da população, no prazo de 15 meses;
- Segunda fase: mínimo de 85% da população, no prazo de 30 meses;
- Terceira fase: mínimo de 95% da população, de acordo com o programa apresentado pelos operadores”.

Deve-se também atender ao facto de o contrato de concessão geral de serviço público de televisão⁴⁰ determinar que constitui obrigação do concessionário do serviço (Rádio e Televisão de Portugal, S.G.P.S., S.A.) assegurar, junto da entidade responsável pela difusão do sinal, progressivamente, a integral cobertura do território nacional.

De acordo com a RTP⁴¹, *“a cobertura no território nacional pela rede de emissores terrestres da RTP1 e dois:⁴² está em permanente evolução”* considerando que, em termos macro *“a rede cobre a totalidade do território”* existindo, em termos micro, *“locais específicos em que há dificuldades de recepção, que vão sendo resolvidos gradualmente à medida que são identificados”*. Estes casos específicos são remetidos para a PTC para análise e proposta de solução técnica.

No **Quadro 1** apresenta-se o número de emissores e de retransmissores usados por cada um dos operadores de televisão e dos respectivos serviços de programas difundidos através das redes de difusão terrestres da PTC e da RETI.

³⁹ Decreto-Lei n.º 237/98, de 5 de Agosto, disponível em <http://www.ics.pt/verfs.php?fscod=204&lang=pt>.

⁴⁰ Contrato de concessão celebrado, em 22 de Setembro de 2003, entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, S.A, disponível em http://www.ics.pt/Ficheiros/Legisl/CCG_SP RTP.pdf.

⁴¹ Relatório e contas de 2004, disponível em http://www.rtp.pt/wportal/grupo/pdf/relatorio_contas_2004.pdf.

⁴² A denominação “a dois:” foi alterada no decorrer do ano de 2007 para RTP2.

Quadro 1. Estações Operativas em 2005 [Início de informação confidencial – doravante IIC]

Estação	Rede PTC		Rede RETI	
	Emissores	Retransmissores	Emissores	Retransmissores
Portugal Continental				
RTP1				
A DOIS:				
SIC				
TVI				
Região Autónoma dos Açores				
RTP1 Açores				
RTP Açores				
Região Autónoma da Madeira				
RTP Madeira				
RTP1 Madeira				

[Fim de informação confidencial – doravante FIC]

Fonte: ICP-ANACOM

A PTC (então Portugal Telecom, S.A.) tornou-se operador de redes de teledifusão como consequência do processo de fusão, entre a Telecom Portugal, S.A., os Telefones de Lisboa e Porto, S.A. e a Teledifusora de Portugal, SA (TDP), em 1994, passando a deter a universalidade dos direitos e obrigações que integravam a esfera jurídica da TDP – que até então e desde o prenúncio do surgimento das televisões privadas, em 1991, desempenhava essa missão –, estando esta actividade abrangida pelo contrato de concessão celebrado com o Estado⁴³.

Nos termos da concessão (celebrada por um período de trinta anos, a contar da data da sua assinatura), constitui obrigação da PTC, para além de outros aspectos, assegurar, nos termos da lei, às entidades concessionárias do serviço público de difusão sonora e televisiva, e às demais entidades licenciadas para exercício da actividade de difusão sonora e televisiva, em condições de igualdade, não discriminação e orientação dos preços para os custos, o acesso às redes de transporte e difusão de sinal necessário à realização das respectivas coberturas.

A política de preços praticada pela PTC para o transporte e difusão dos sinais de televisão encontrava-se definida, desde 1997, por via de Convenção assinada entre a PTC, o Instituto da Comunicação Social (ICS), o ICP-ANACOM (na altura, ICP) e a Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência (DGCC). A existência da referida Convenção ficou definida no Decreto-Lei n.º 122/94, de 14 de Maio, tendo existido uma actualização de preços em 1998. Esta decisão suportou-se na análise, realizada pelo ICP-ANACOM, da evolução da estrutura de custos da PTC face ao disposto no n.º 2 da cláusula 2.ª da Convenção de Preços que estipulava que “na

⁴³ Decreto-Lei n.º 31/2003, de 17 de Fevereiro, disponível em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=96899&contentId=86629>.

prossecação do princípio de orientação para os custos [...] os preços máximos objecto de convenção devem ser validados pelo sistema de contabilidade analítica”. Posteriormente o tarifário manteve-se sem alterações entre 1999 e 2002.

Em 17 de Fevereiro de 2003 foi publicado o Decreto-Lei n.º 31/2003 (Acordo modificativo do contrato de concessão do serviço público de telecomunicações), estabelecendo o n.º 3 do art.º 16.º desse Decreto-Lei que compete ao ICP-ANACOM, ouvindo o ICS, assegurar que o regime de preços de acesso à rede de transporte e difusão do sinal de televisão respeita os princípios da transparência, não discriminação e orientação para os custos. A Convenção de preços deixou de produzir efeitos a partir desse momento.

É já ao abrigo do Decreto-Lei supramencionado e tendo em conta os princípios definidos para os preços de acesso à rede de transporte e difusão do sinal de televisão que, em 2003 e em 2005, o ICP-ANACOM decidiu reduzir o preço do serviço de distribuição e difusão do sinal de televisão terrestre prestado pela PTC.

Na referida deliberação de 2003, o ICP-ANACOM decidiu que a PTC deveria comprovar que a alteração introduzida por iniciativa da PTC no tarifário durante esse ano representava uma redução nominal anual de 14,06% face ao tarifário em vigor em 2002 e, adicionalmente, realizar uma redução real adicional dos preços não inferior a 1,2%⁴⁴. Em 2005 foi deliberado que a PTC deveria reduzir o preço de cada uma das prestações individuais que integram o serviço de distribuição e difusão do sinal de televisão, num montante mínimo de 17%⁴⁵.

Um elemento importante a ter em conta relativamente à difusão analógica televisiva terrestre passa pelo facto de a Comissão Europeia ter proposto que a transição da difusão analógica para a digital estivesse concluída no início de 2012⁴⁶. Ou seja a partir dessa data, deverá cessar o serviço de difusão analógica televisiva terrestre, sendo substituído pela difusão digital terrestre.

1.1.1.2. Difusão Sonora

À semelhança do exercício da actividade de difusão televisiva, o exercício da actividade de difusão sonora carece de atribuição de licença ou de autorização, conferidas pela ERC, salvaguardados os direitos já adquiridos por operadores devidamente habilitados. A atribuição de licença, por concurso público, é necessária quando envolve a utilização do espectro radioeléctrico, i.e., a atribuição de frequências para exercer a actividade de difusão sonora, e a autorização, quando a actividade for desenvolvida via satélite ou por redes de distribuição por cabo.

⁴⁴ Vide <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=206245>.

⁴⁵ Vide <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=208644>.

⁴⁶ Vide Comunicação da CE relativa ao processo de aceleração da transição da radiodifusão analógica para a digital - COM(2005) 204, de 24/05/2005, em http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site/en/com/2005/com2005_0204en01.pdf.

De acordo com a Lei n.º 4/2001, de 23 de Fevereiro⁴⁷, ao nível da cobertura, os serviços de programas⁴⁸ podem ser de âmbito nacional, regional ou local, consoante abrangam, com um determinado nível de sinal recomendado, respectivamente:

- a generalidade do território nacional;
- um conjunto de distritos no continente ou um conjunto de ilhas nas Regiões Autónomas, ou uma ilha com vários municípios;
- um município e eventuais áreas limítrofes, de acordo com as exigências técnicas à necessária cobertura daquele.

A transmissão pode ser efectuada em amplitude modulada (AM) ou frequência modulada (FM).

As redes de difusão analógica sonora terrestre (ou os emissores, no caso das estações locais) são normalmente exploradas directamente pelos próprios operadores de difusão. As ligações entre os estúdios e os emissores podem ser efectuadas através de infra-estrutura própria (quer através de cabo de ligação – nomeadamente nas estações locais em que os estúdios e os emissores se encontram no mesmo edifício – quer através de ligações hertzianas terrestres) ou de infra-estrutura disponibilizada por operadores de redes públicas ou por prestadores de serviços de comunicações via satélite para transmissões ponto a ponto de sinais de rádio.

A actividade dos operadores radiofónicos, inserida no âmbito das comunicações electrónicas, reporta-se ao estabelecimento e gestão das suas próprias estações radioeléctricas de emissão e retransmissão de sinais de rádio.

No final de 2005 existiam mais de três centenas de operadores de redes de difusão analógica sonora terrestre, sendo a esmagadora maioria, conforme consta do quadro nacional de atribuição de frequências (QNAF)⁴⁹, estações licenciadas de âmbito local (vide Quadro 2 e Quadro 3).

⁴⁷ Disponível em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=2483&contentId=12657>.

⁴⁸ Definidos, na Lei n.º 4/2001, como o conjunto dos elementos da programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador radiofónico e como tal identificado no título emitido na sequência de um processo administrativo de licenciamento ou de autorização.

⁴⁹ Vide QNAF 2005-2006 em http://www.anacom.pt/streaming/QNAF2.pdf?categoryId=183362&contentId=337400&field=ATTACHED_FILE.

Quadro 2. Operadores de redes de difusão sonora e respectivo número de emissores em modulação FM no final de 2005

Operadores de Difusão Sonora	Número de Estações (emissores e retransmissores)				
	Continente	Açores	Madeira	Regional Norte	Regional Sul
Cobertura Nacional					
RDP - Antena 1	37	23	12		
RDP - Antena 2	35	12	5		
RDP - Antena 3	33	-	12		
Rádio Renascença - Canal 1	24	-	-		
Rádio Renascença – RFM	22	-	-		
Rádio Comercial	18	-	-		
Cobertura Regional					
TSF				13	-
RCP				-	7
Cobertura Local					
Rádios Locais	347	35	19		

Fonte: ICP-ANACOM⁵⁰

Na distribuição dos operadores radiofónicos locais ao longo do país, verificam-se algumas assimetrias. De forma coincidente com a densidade populacional existente, verifica-se que as zonas do litoral apresentam um índice mais elevado de rádios locais do que as áreas do interior ou as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.

Quadro 3. Operadores de difusão sonora e respectivo número de emissores em modulação AM no final de 2005

Operadores de Difusão Sonora	Número de Emissores		
	Continente	Açores	Madeira
Cobertura Nacional			
RDP – Antena 1	18	4	4
Rádio Renascença – Canal 1	13	-	-
Rádio Comercial – Rádio Nacional	10	-	-
Outras Rádios	1	3	1

Fonte: ICP-ANACOM⁵¹

⁵⁰ Vide <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=1729>

⁵¹ Vide <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=1729>.

O número de rádios locais autorizadas a emitir, conforme demonstra o quadro seguinte, atingiu o máximo em 2001, tendo-se mantido relativamente constante nos últimos anos:

Quadro 4. Evolução do número de operadores radiofónicos locais em Portugal

Rádios Locais			
Anos	N.º de Estações	Anos	N.º de Estações
1989	314	1998	322
1990	319	1999	322
1991	318	2000	330
1992	316	2001	360
1993	324	2002	354
1994	325	2003	353
1995	325	2004	351
1996	325	2005	355
1997	325		

Fonte: ICS⁵²

De acordo com os dados da Markttest (Bareme Rádio) referentes ao 4.º trimestre de 2005, o *share* de audiência das principais estações de rádio corresponde aos valores apresentados no quadro seguinte:

Quadro 5. Share de audiência durante o 4.º trimestre de 2005

RÁDIO	SHARE DE AUDIÊNCIA	GRUPO	SHARE DE AUDIÊNCIA DO GRUPO
RFM	21,1%		
Rádio Renascença	15,2%	Renascença	38,3%
Mega FM	2%		
Rádio Comercial	8,9%		
Cidade FM	6,4%	Media Capital	21,7%
RCP – Rádio Clube Português	4,7%	Rádio	
Best Rock FM	1,3%		
TSF / Press	5,9%	-	5,9%
Antena 1	5,1%		
Antena 3	5,5%	RDP	11,9%
Antena 2	0,7%		
Outras estações	20,7%	-	20,7%
Não sabe estação	2,6%	-	2,6%

Fonte: Markttest – Bareme Rádio – Resultados de audiência 4.º Trimestre de 2005⁵³

⁵² Vide <http://www.ics.pt/index.php?op=cont&lang=pt&Pid=78&area=329>.

1.1.2. Difusão Digital Terrestre

1.1.2.1. Difusão Televisiva

A Comissão Europeia encara a mudança para o sistema digital como uma possibilidade de beneficiar os consumidores e proporcionar vantagens económicas decorrentes da capacidade de espectro adicional libertada, conduzindo também a um estímulo à inovação e ao crescimento do mercado dos equipamentos de consumo. É neste sentido que a Comissão refere⁵⁴ que “*a substituição da radiodifusão analógica por um sistema baseado em técnicas digitais apresenta grandes vantagens em termos de eficiência de utilização do espectro e de capacidade de transmissão, o que conduzirá a novos serviços, uma maior escolha para o consumidor e uma maior concorrência*”. É também mencionado que a intervenção das autoridades públicas para acelerar a transição e/ou influenciar de qualquer outro modo o processo justifica-se caso esteja em causa o interesse geral ou se as forças de mercado, por si só, não conseguirem ser eficientes em termos de bem-estar. No entendimento da Comissão Europeia, em qualquer das situações, a existir intervenção, esta deve ser transparente e proporcionada no que se refere aos objectivos políticos existentes, aos obstáculos existentes no mercado e aos pormenores da implementação.

A Comissão considera que quanto mais cedo se iniciar a transição da difusão analógica para a digital a nível nacional e quanto mais curto for o período de transição, maiores serão os benefícios decorrentes, sendo importante coordenar as intervenções e medidas tomadas a nível interno dos Estados-Membros e entre os vários Estados-Membros.

É neste contexto que, como foi já referido, a Comissão Europeia propôs que a transição da difusão analógica para a digital estivesse concluída em todos os países da União Europeia no início de 2012.

Em vários Estados-Membros o lançamento da televisão digital terrestre já ocorreu estando também já prevista a conclusão da transição da difusão analógica para a digital (vide **Quadro 6**).

⁵³ Disponível em http://www.marktest.pt/produtos_servicos/Bareme_Radio/default.asp?c=1014&n=1476&f=1011&a=1014.

⁵⁴ Vide Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões relativa à transição da radiodifusão analógica para a digital (da transição para o digital ao fim do analógico) - COM(2003) 541, de 17.09.2003, em: http://europa.eu.int/eur-lex/pt/com/cnc/2003/com2003_0541pt01.pdf.

Quadro 6. Lançamento e transição para a TDT

País	Ano de lançamento da TDT	Ano previsto para a finalização do <i>Switch-off</i>
Áustria	2006	2010
Bélgica	2004	2012
Dinamarca	2006	2009
Finlândia	2001	2007
França	2005	2010
Alemanha	2002	2007
Grécia	2005	2010
Irlanda	2006-2008 (teste piloto)	Não decidido
Itália	2003	2008
Luxemburgo	Não decidido	Não decidido (o mercado decidirá)
Holanda	2003 (cobertura total)	2007 ⁵⁵
Espanha	2000	2010
Suécia	1999	2007
Reino Unido	1998	2012

Fonte: COCOM05-51FINAL corrigendum⁵⁶

A norma DVB-T (*Digital Video Broadcasting for Terrestrial Television*), ao proporcionar uma utilização mais eficiente e, por conseguinte, uma substancial economia do espectro radioelétrico, possibilita que a parte deste que venha a ser libertada com a (consequente) cessação do serviço de difusão analógica televisiva terrestre venha a ser canalizada para a disponibilização de outro tipo de serviços de comunicações electrónicas, ou mesmo para incremento da própria oferta de televisão (ao nível do número de programas), reforço da qualidade da mesma (por exemplo, televisão de alta definição) e introdução de novas funcionalidades, nomeadamente no âmbito da mobilidade e interactividade.

Em Portugal, actualmente, a difusão digital terrestre ainda não está disponível, apesar de em 2001 ter sido atribuída uma licença para estabelecer uma plataforma de televisão digital terrestre. De facto, por despacho do Ministro do Equipamento Social (MES), de 17 de Agosto de 2001, na sequência de concurso público, foi atribuída à Plataforma de Televisão Digital Portuguesa, S.A. (PTDT) uma licença de âmbito nacional para o estabelecimento e exploração de uma plataforma de televisão digital terrestre, de acordo com a norma e recomendações que definem o sistema tecnológico DVB-T.

O início da exploração comercial, por parte da PTDP, esteve previsto para 31 de Agosto de 2002, tendo o prazo sido prorrogado até 1 de Março de 2003, por Despacho do Ministro da

⁵⁵ Para o serviço público de televisão

⁵⁶ Information from Member States regarding roll out of digital terrestrial TV and switch off of analogue terrestrial TV.

Economia n.º 20095/2002, de 22 de Agosto. O alargamento do prazo foi fundamentado nos atrasos que, comprovadamente, se verificaram ao nível da normalização da norma MHP⁵⁷ e do correspondente processo de certificação (baseado na auto-certificação), inibindo aos fabricantes a possibilidade de colocarem o logótipo MHP nos terminais⁵⁸, o que seria vantajoso para a adesão e expansão da TDT e para a redução do preço final do produto.

Contudo,

- (a) avaliado o estado de desenvolvimento do projecto de exploração da PTDP;
- (b) reconhecidas as dificuldades objectivas da oferta massificada dos equipamentos terminais necessários ao início da exploração comercial da referida plataforma;
- (c) analisado o modelo de negócio em que assentou o lançamento do concurso público, através do qual foi atribuída a licença;
- (d) tendo o operador admitido a solução de extinção dos direitos e obrigações inerentes à licença que lhe foi concedida; e
- (e) tendo sido ponderada a defesa do interesse público em presença;

foi proposta pelo ICP-ANACOM, ao então Ministro da Economia, a revogação da licença de exploração à PTDP⁵⁹.

No seguimento do proposto, a licença foi revogada⁶⁰ por Despacho do Ministro da Economia de 25 de Março de 2003 por, entre outras razões, não se encontrar assegurada, em regime de oferta massificada, a disponibilidade no mercado nacional e internacional de equipamentos indispensáveis ao lançamento e entrada em funcionamento da plataforma de TDT, situação determinante da impossibilidade objectiva do lançamento da plataforma nos prazos estabelecidos.

O processo tem desde então vindo a ser acompanhado, perspectivando-se o seu relançamento em 2007.

Adicionalmente, tendo como objectivo acompanhar os ensaios e aceder aos resultados dos mesmos e podendo tirar algumas conclusões importantes relativamente a aspectos tecnológicos e de potencial de mercado de serviços assentes em tecnologias de televisão digital terrestre, o ICP-ANACOM autorizou, nos termos do n.º 3, do art.º 5.º do Decreto-Lei n.º 151-A/2000, de 20 de Julho, a Siemens, a SGC Telecom e o Grupo Media Capital a realizarem ensaios técnicos das tecnologias de televisão digital terrestre (DVB-T), de televisão digital para recepção em

⁵⁷ *Multimedia Home Platform.*

⁵⁸ *Set-top boxes.*

⁵⁹ Por deliberação do Conselho de Administração do ICP-ANACOM, de 13 de Março de 2003.

⁶⁰ Despacho n.º 6973/2003 (2.ª Série) publicado em 9 de Abril de 2003, disponível em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=61471&contentId=97334>.

terminais móveis (DVB-H: *Digital Video Broadcasting: Handheld*⁶¹) e do formato de compressão MPEG-4⁶², na sequência dos pedidos efectuados por estas empresas.

A SGC Telecom revelou que “a excelente qualidade dos resultados e a adesão dos utilizadores envolvidos permitem antever que os serviços de DVB-H poderão criar um novo mercado para os conteúdos de TV que passarão a dispor de um potencial de 10 milhões de novos clientes móveis”.

Desta autorização não resulta qualquer vínculo, obrigação ou condicionante à autorização posterior do ICP-ANACOM em relação à futura atribuição dos direitos de utilização de frequências reservadas para a TDT, em Portugal.

1.1.2.2. Rádio

O T-DAB – *Terrestrial Digital Audio Broadcasting* – é um sistema de rádio digital desenvolvido para substituir o actual sistema analógico que possui capacidade de difusão de programas radiofónicos com qualidade equiparável à dos CD mesmo em situações de deslocação, bem como capacidade para a prestação de outros tipos de serviços (e.g. transmissão de dados).

O T-DAB encontra-se em diferentes estádios de desenvolvimento em termos de cobertura nos vários Estados-Membros. Existe informação escassa sobre o número de receptores comercializados em cada País, sendo que no Reino Unido existem já cerca de 1 milhão e trezentos mil receptores T-DAB (vide **Quadro 7**).

⁶¹ DVB – H.

⁶² *Moving Picture Experts Group-4*: constitui um standard tecnológico que permite a integração da produção, distribuição e controlo do acesso a conteúdos associados à televisão digital, a aplicações gráficas interactivas e multimédia interactiva.

Quadro 7. Desenvolvimento do T-DAB a nível europeu

País	Cobertura da População
Áustria	19%
Bélgica	98%
Dinamarca	99%
Finlândia	40%
França	25%
Alemanha	82%
Grécia	Em testes
Irlanda	30%
Itália	65%
Luxemburgo	n.d.
Holanda	70%
Portugal	75%
Espanha	50%
Suécia	37%
Reino Unido	85%

Fonte: Sítio na Internet do World DAB Fórum (recolhida em Maio de 2006)

Em Portugal, está em funcionamento uma rede de T-DAB, sendo a RDP titular de uma licença de operador de redes públicas de telecomunicações⁶³, com cobertura de âmbito nacional, para o estabelecimento e fornecimento de uma rede de difusão digital sonora terrestre (T-DAB).

Com a atribuição desta licença, a RDP ficou habilitada a estabelecer e fornecer uma rede T-DAB, envolvendo a digitalização, codificação, multiplexagem, transporte e difusão do sinal de difusão sonora na generalidade do território nacional. Para as Regiões Autónomas, aquela empresa ficou autorizada a efectuar o transporte de sinal via satélite, em transpositor dedicado, a partir do Centro de Produção de Lisboa.

Para além de obrigações de carácter mais genérico que resultam do cumprimento do disposto na legislação aplicável, a RDP encontra-se vinculada, quer pelo Regulamento de Exploração das redes de radiodifusão digital terrestre aprovado pela Portaria n.º 470-C/98, de 31 de Julho⁶⁴, quer pela licença atribuída àquela entidade⁶⁵, a obrigações de cobertura, de acordo com o faseamento indicado na licença, e a reservar três dos seis canais secundários DAB para os programas do serviço público de radiodifusão sonora, devendo assegurar a repartição de cada

⁶³ Licença n.º ICP-004/99-RPT, emitida em 8 de Junho de 1999, na sequência de concurso limitado.

⁶⁴ Disponível em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=1729>.

⁶⁵ Licença n.º ICP-004/99-RPT, disponível em http://www.anacom.pt/streaming/licenca04_99rpt.pdf?categoryId=2032&contentId=11381&field=ATTACHED_FILE.

um dos restantes três canais secundários pelos radiodifusores T-DAB⁶⁶ em condições de igualdade, não discriminação e proporcionalidade.

Note-se que, de acordo com o n.º 5 do art.º 121.º da Lei n.º 5/2004, mantêm-se aplicáveis “*todas as obrigações assumidas pelas empresas licenciadas em concursos realizados antes da publicação da presente lei, pelo que se mantêm em vigor na parte relevante os respectivos instrumentos de concurso*”.

A RDP disponibiliza através da rede T-DAB os seus programas de serviço público. No futuro, conforme consta da licença atribuída, deverá disponibilizar, para além dos programas de serviço público, três outros programas de radiodifusão privada. No **Quadro 8** apresenta-se o número de emissores T-DAB da RDP no final do terceiro trimestre de 2005.

Quadro 8. Operadores de redes de difusão digital sonora terrestre e respectivo número de emissores no final de 2005

Operadores de Radiodifusão Sonora Digital Terrestre	Número de Emissores		
	Continente	Açores	Madeira
Cobertura Nacional			
RDP	30	9	7

Fonte: ICP-ANACOM⁶⁷

Actualmente, ainda não existem outros radiodifusores T-DAB que se suportem na rede da RDP, não tendo sido estabelecidas as regras de acesso a esta rede⁶⁸. Sem prejuízo, a RDP está obrigada nos termos da sua licença a garantir a uniformidade tarifária e o cumprimento do princípio da orientação dos preços para os custos e a não discriminação.

Nesse sentido, a RDP ficou obrigada a implementar, desde o início da actividade de instalação das infra-estruturas, uma contabilidade separada para a rede de T-DAB. Ficou também definido que a RDP deve implementar um sistema de contabilidade analítica que permita a determinação dos custos (directos e indirectos) para cada serviço prestado, podendo tal sistema incluir uma desagregação de custos com base regional. A competência de aprovação da metodologia a utilizar na implementação e utilização do sistema de contabilidade analítica pertence ao ICP-ANACOM.

⁶⁶ De acordo com o Regulamento de Exploração das Redes de Radiodifusão Sonora Digital Terrestre, aprovado pela Portaria n.º 470-C/98, de 31 de Julho: (i) Os radiodifusores T-DAB são entidades legalmente habilitadas para o exercício da actividade de radiodifusão sonora e para a transmissão das suas emissões através da rede T-DAB (alínea e) do art.º 2.º), de acordo com as regras fixadas em diploma próprio (art.º 11.º); (ii) Têm o direito de aceder à rede T-DAB, através da utilização dos seus canais secundários DAB, nos termos definidos no título que os habilita à utilização daquela rede e respectiva legislação aplicável (art.º 5.º, n.º 1).

⁶⁷ Vide <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=1729>.

⁶⁸ Vide art.º 11.º do Regulamento de Exploração das Redes de Radiodifusão Sonora Digital Terrestre, aprovado pela Portaria n.º 470-C/98, de 31/07.

Para além da existência de um número ainda muito reduzido de receptores T-DAB em utilização (facto a que não será alheio o seu elevado preço para o utilizador final), parece também continuar a existir alguma passividade relativamente ao interesse no T-DAB, quer por parte dos operadores radiofónicos quer dos fabricantes, o que se traduz nomeadamente, na reduzida oferta de serviços adicionais a ele associados.

Esta situação pode condicionar e limitar a expansão do mercado associado ao T-DAB.

Importa ainda referir que em simultâneo com o concurso, do qual resultou a atribuição da referida licença à RDP, foi também aberto concurso para atribuição de uma licença de âmbito nacional para o estabelecimento e fornecimento de redes de difusão digital sonora terrestre que assegurassem a realização de 14 coberturas regionais definidas⁶⁹. Esta licença, e as respectivas frequências associadas, não foram atribuídas, dado não ter havido candidatos ao concurso.

1.1.3. Difusão por redes de distribuição por cabo⁷⁰

A difusão realizada através de redes de distribuição por cabo apresenta uma penetração relevante no mercado, contando com cerca de 1 milhão e 400 mil clientes no final do 1.º trimestre de 2007 (vide **Gráfico 3**)⁷¹ e existindo mais de 4 milhões de casas cabladas (vide **Gráfico 4**).

⁶⁹ Para o estabelecimento e fornecimento destas redes T-DAB estavam reservadas determinadas faixas de frequências (219,584-221,120 MHz, 221,296-222,832 MHz, 223,168-224,704 MHz, 226,592-228,128 MHz e 228,304-229,840 MHz).

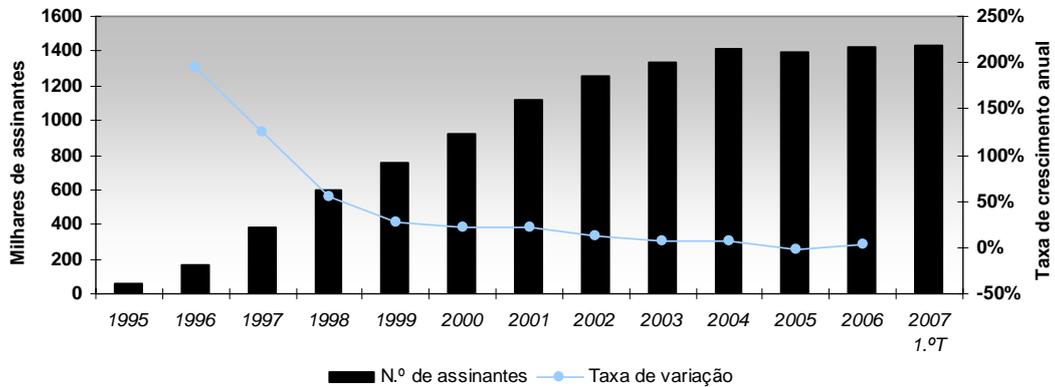
⁷⁰ Nesta secção apenas se inclui os serviços prestados nas redes de distribuição por cabo, suportados em redes de distribuição por cabo e MMDS, não se incluindo o DTH, que é tratado numa secção subsequente. Sem prejuízo, deve-se ter em atenção que os Protocolos celebrados entre:

- (a) o Governo da República, o Governo Regional da Madeira, o ICP-ANACOM e a Cabo TV Madeirense, S.A.;
- (b) o Governo da República, o Governo Regional dos Açores, o ICP-ANACOM, e a Cabo TV Açoreana, S.A.,

permitindo que os habitantes da RAM e da RAA possam ter acesso às emissões dos canais generalistas de acesso não condicionado disponíveis no Continente incluem o serviço de DTH.

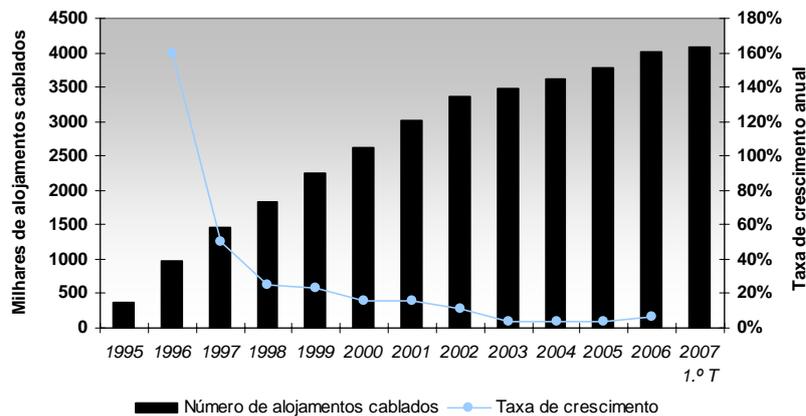
⁷¹ A TV Cabo Portugal, SA. procedeu à actualização das suas bases de dados de clientes, tendo corrigido o número de assinantes desde o final de 2004. No entanto, o ICP-ANACOM não recebeu valores corrigidos referentes ao fim de 2004.

Gráfico 3. Evolução do n.º de assinantes de televisão por cabo e taxa de crescimento



Fonte ICP-ANACOM

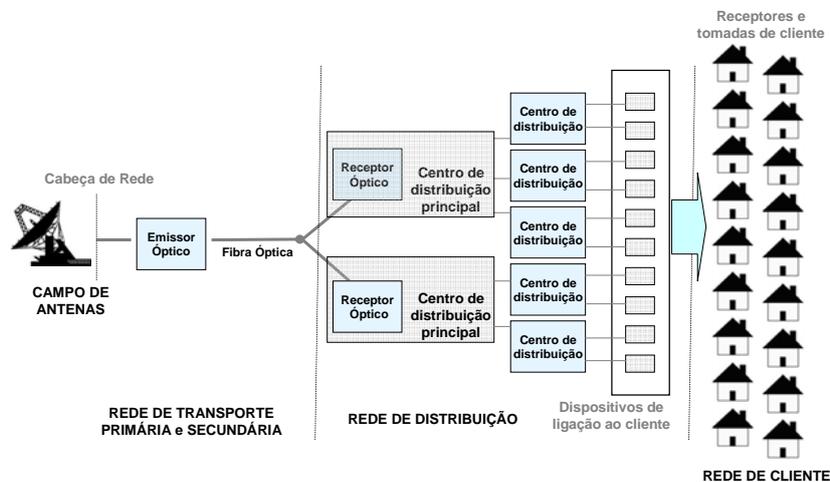
Gráfico 4. Evolução do n.º de alojamentos cablados e taxa de crescimento



Fonte ICP-ANACOM

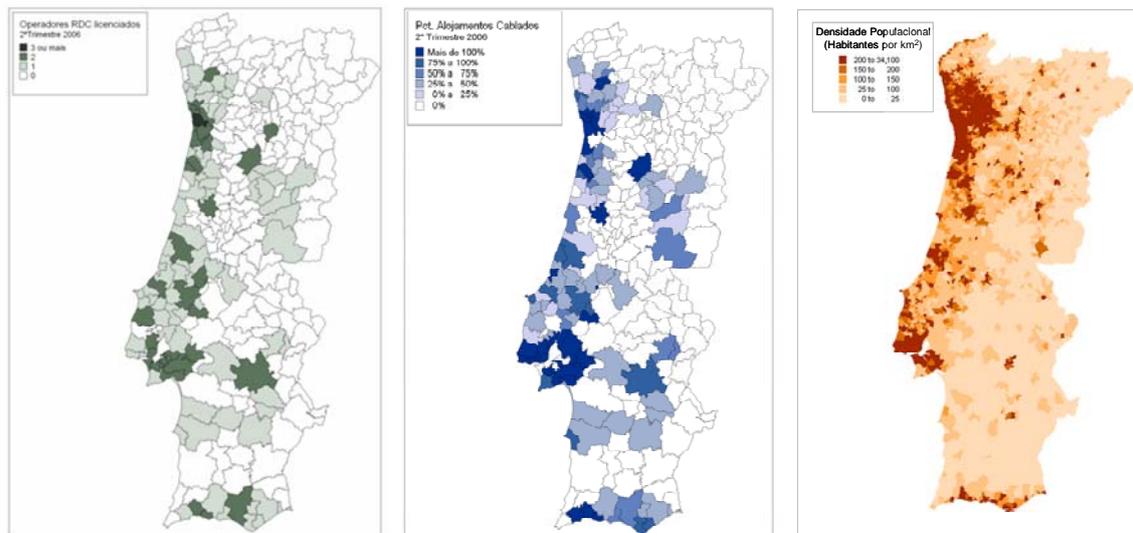
A figura seguinte apresenta um esquema simplificado de uma rede de distribuição por cabo.

Figura 5. Esquema simplificado de uma rede de distribuição por cabo



Encontravam-se, em Março de 2007, a prestar serviços de difusão de programas através de redes de distribuição por cabo as seguintes empresas⁷²: Bragatel, Cabo TV Açoreana, Cabo TV Madeirense, Cabovisão, CATVP – TV Cabo Portugal (TV Cabo), Entrónica, Pluricanal Leiria, Pluricanal Santarém e TVTEL Grande Porto. Note-se que a Cabo TV Açoreana e Cabo TV Madeirense são detidas pela CATVP que por sua vez pertence ao Grupo PT.

Figura 6. Distribuição geográfica dos operadores de redes de distribuição por cabo e dos alojamentos cablados no segundo trimestre de 2006 por concelho e densidade populacional



Fonte: ICP-ANACOM

Nota: Por motivos de mais fácil leitura, apenas se apresentam dados relativos a Portugal Continental. No entanto, a cobertura destas redes nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira é significativa.

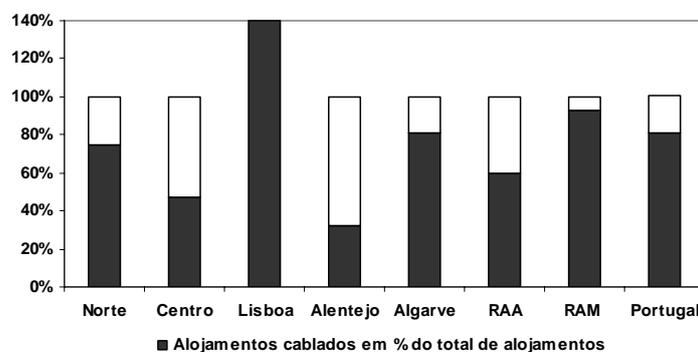
No final do primeiro trimestre de 2007, a percentagem média de alojamentos cablados (i.e. preparados para ligação de um assinante) face ao total de alojamentos no país era de cerca de 81%, registando-se todavia diferenças significativas entre as várias regiões (NUTS⁷³ II) – vide **Figura 6** e **Gráfico 5**. Estas diferenças estão associadas ao nível de densidade populacional existente, i.e. as zonas com maior densidade populacional apresentam maiores taxas de cobertura dos alojamentos e um maior número de operadores de televisão por cabo em actividade. Destaca-se que a oferta do serviço por mais do que um operador na mesma região pode implicar a múltipla cablagem de um mesmo alojamento. Este facto tem vindo a ganhar importância, nomeadamente na região de Lisboa, dando origem a valores superiores a 100%,

⁷² Encontravam-se também a prestar serviços, embora como redes não acessíveis ao público, a Associação de Moradores de Almancil e a Associação de Moradores da Quinta da Boavista.

⁷³ NUTS – Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos.

para este indicador⁷⁴. Atendendo ao mencionado, o valor da cobertura face ao total de alojamentos existentes deve ser encarado como o limite máximo teórico para este indicador⁷⁵.

Gráfico 5. Cobertura dos alojamentos cablados (1.º trimestre 2007)



Fonte: ICP-ANACOM

Assinala-se ainda que, na Região Autónoma da Madeira, desde 1997, é utilizada na rede de distribuição e em paralelo com a instalação de meios físicos, a tecnologia MMDS, como suporte de transmissão para ligação entre o nó de hierarquia mais baixa da rede e a infraestrutura de recepção radioelétrica. No território continental, apesar de tal utilização ser também permitida em moldes muito semelhantes (embora exclusivamente para a realização de níveis residuais de cobertura), os operadores não têm recorrido a sistemas MMDS.

1.1.3.1. Ofertas televisivas disponíveis nas redes de distribuição por cabo

No que respeita às ofertas de acesso a “pacotes” de serviços de programas televisivos disponíveis no retalho, identificaram-se as seguintes ofertas representativas:

⁷⁴ As taxas de penetração referentes aos alojamentos cablados são calculadas de acordo com o rácio alojamentos cablados (informação prestada pelos operadores) / alojamentos familiares clássicos (informação disponibilizada pelo INE).

⁷⁵ Também se considera importante referir que os estabelecimentos comerciais (cafés, lojas, consultórios médicos, etc.), contabilizados pelos operadores como alojamentos cablados, não são considerados pelo INE como alojamentos familiares clássicos. É também relevante mencionar que os novos edifícios/construções que não estão classificados como alojamentos familiares clássicos pelo INE são incluídos nas contagens dos operadores.

Quadro 9. Principais ofertas de retalho de acesso a “pacotes” de serviços de programas difundidos por redes de distribuição por cabo

Oferta	Número de “Canais”	Mensalidade
TV Cabo – Serviço Funtastic Life	65	22,12
TV Cabo – Serviço Clássico	40	17,98
TV Cabo – Serviço Selecção	16	12,56
Cabovisão TV	48	17,94
Cabovisão TV Light	41	13,74
TVTEL – Pacote Clássico	46	15,62
TVTEL – Pacote Selecção	23	13,14
Bragatel – BTV 50	50	17,60
Bragatel – BTV 29	29	16,20
Bragatel – BTV 19	19	13,72
PluriTV	50	17,60

Fonte: Sítio dos operadores na Internet (informação recolhida em Janeiro de 2006).

Nota: Os preços encontram-se em Euros e não incluem IVA.

Quadro 10. Principais ofertas de retalho de acesso a serviços de programas *premium* difundidos por redes de distribuição por cabo

Canal Premium	TV Cabo	Cabovisão	Pluricanal	Bragatel	TV Tel
Sport TV	17,19	17,19	17,19	16,93	17,19
Disney Channel	4,20 ⁷⁶	5,88	5,79	n.d.	4,13
Zee TV	9,21	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Sony	n.d.	8,40	n.d.	n.d.	n.d.
Canais para adultos ⁷⁷	5,80 - 10,00	6,40 - 8,10	5,88	3,19	6,36

Fonte: Sítio dos operadores na Internet (informação recolhida em Janeiro de 2006).

Nota: Os preços encontram-se em Euros e não incluem IVA.

Note-se que as ofertas de retalho incluem várias facilidades e serviços adicionais que não foram apresentados para efeitos da presente análise (e.g., “pacotes” de serviços de programas *premium*, diferentes modalidades de pagamento da instalação do serviço e pagamento do equipamento, etc.), que podem justificar diferenças nos preços das ofertas referenciadas. Refira-se ainda que estes “pacotes” de serviços de programas não incluem a difusão de emissões de rádio.

⁷⁶ Preço promocional válido até 30/06/06 para clientes que adiram até 31/03/06.

⁷⁷ Inclui os canais “Playboy TV”, “Venus”, “Hustler TV” e “Private Gold”.

É importante mencionar que existem operadores de redes de distribuição por cabo que disponibilizam ofertas de *dual-play* (TV + Internet em banda larga ou TV + Telefone) e serviços de *triple-play* (TV + Internet em banda larga + Telefone) cujo preço é definido de forma global para essas ofertas.

Em Portugal, os operadores de redes de distribuição por cabo estavam obrigados, pelo Decreto-Lei n.º 241/97, de 18 de Setembro, a distribuírem os canais de serviço público de televisão (obrigação de *must-carry*). Este diploma foi revogado pela Lei n.º 5/2004 que estabelece, no art.º 43.º que, quando necessário para a realização de objectivos de interesse geral claramente definidos, o ICP-ANACOM pode impor, às empresas que oferecem redes de comunicações electrónicas utilizadas para a distribuição de emissões de rádio e televisão ao público, obrigações de transporte de canais e serviços de rádio e televisão, especificados nos termos da lei pelas autoridades competentes, quando um número significativo de utilizadores finais dessas redes as utilize como meio principal de recepção de emissões de rádio e televisão. Esta obrigação não se encontra prevista no âmbito das análises de mercado, não sendo assim, objecto da presente análise.

Por fim, é de assinalar que, considerando que a difusão dos serviços de programas generalistas, por via hertziana analógica, para a Região Autónoma da Madeira (RAM) e para a Região Autónoma dos Açores (RAA), apresenta custos elevados e não constitui, no quadro dos recursos orçamentais disponíveis, uma solução viável e com o intuito de criar as condições necessárias para que os cidadãos daquelas regiões possam ter acesso às emissões dos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado disponíveis no Continente – nomeadamente, a RTP1, a RTP2, a SIC e a TVI – foram celebrados Protocolos⁷⁸ entre:

- (a) o Governo da República, o Governo Regional da Madeira, o ICP-ANACOM e a Cabo TV Madeirense, S.A.⁷⁹;
- (b) o Governo da República, o Governo Regional dos Açores, o ICP-ANACOM, e a Cabo TV Açoreana, S.A.⁸⁰,

Os protocolos preconizam conceder acesso gratuito naquelas regiões, aos referidos serviços de programas, contemplando adicionalmente a gradual migração da tecnologia analógica para a digital.

Neste contexto, a Cabo TV Madeirense e a Cabo TV Açoreana passaram a proporcionar o acesso gratuito, através da sua rede de cabo e do serviço de DTH da TV Cabo Portugal, aos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado, disponíveis no Continente, ao canal regional RTP/Madeira e RTP/Açores (respectivamente na RAM e na RAA), bem como ao canal Mosaico, o qual consubstancia um serviço de divulgação da programação.

⁷⁸ Conforme será indicado os protocolos abrangem a plataforma de satélite da TV Cabo Portugal (i.e. o serviço de DTH).

⁷⁹ Assinado no dia 6 de Agosto de 2004, tendo entrado em vigor no dia 6 de Setembro (30.º dia após a assinatura do protocolo) – vide <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=146223&contentId=220184>.

⁸⁰ Assinado no dia 5 de Novembro de 2005, e cessa a sua vigência passado um ano daquela data, ou seja, a 5 de Novembro de 2006 – vide <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=170582&contentId=308866>.

Os Protocolos estabelecem um programa para a efectiva concretização das acções previstas, tendo sido definida uma contribuição única, que ascende a 50 euros, aplicável a cada cidadão beneficiário do programa. O Governo da República e os Governos Regionais assumem o financiamento do remanescente custo associado ao programa nos termos seguintes.

- (a) Compete ao Governo da República assegurar o pagamento dos custos do programa com a aquisição e instalação do equipamento por cidadãos que não sejam subscritores dos serviços de distribuição por cabo (Pacote Zero), bem como o financiamento para a aquisição e instalação de equipamento por cidadãos que sendo subscritores dos serviços de distribuição por cabo, pretendam deixar de o ser para passar a aceder exclusivamente aos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado (*Downgrades*);
- (b) Os Governos das Regiões Autónomas suportam o pagamento dos custos da renovação do parque tecnológico analógico, relativos à aquisição e instalação de equipamento digital pelas pessoas singulares que disponham de tecnologia analógica (*Upgrades*), desde que tais custos não representem mais do que 30% do custo total do programa e até ao limite de 1,5 milhões de euros, no caso da RAM e 1,2 milhões de euros, no caso da RAA;
- (c) Caso os custos envolvidos com a renovação do parque tecnológico analógico sejam superiores aos montantes supra referidos, o Governo da República suportará o excedente, mesmo que tal implique assumir uma percentagem superior a 70% do custo total dos respectivos programas.

Enquanto entidade reguladora, compete ao ICP-ANACOM, ao abrigo das cláusulas oitava e nona do Protocolo referente à RAM e das cláusulas décima e décima primeira do Protocolo referente à RAA, respectivamente, determinar os montantes a financiar e a compensar e fiscalizar o cumprimento dos Protocolos.

Na figura seguinte apresenta-se a evolução temporal do número de instalações, na RAM, ao abrigo do respectivo Protocolo.

Figura 7. Evolução do número de instalações, na RAM, ao abrigo do Protocolo [IIC]

[FIC]

Qualidade do serviço

A existência de eventuais problemas concorrenciais a nível retalhista pode evidenciar-se não só através de aumentos significativos, não justificados, no preço das ofertas mas também pela degradação da qualidade de serviço oferecido pelos operadores, indiciando que estes se comportam de modo independente dos seus concorrentes e utilizadores finais. De facto, as empresas concorrem não só em preços mas também na qualidade do serviço prestado e, uma reduzida pressão concorrencial, poderá conduzir à inexistência de incentivos suficientes à manutenção dos níveis de qualidade de serviço a níveis elevados. A degradação do nível de qualidade de serviço na difusão retalhista de televisão por cabo pode resultar de problemas relacionados com a interrupção ou suspensão não justificada do serviço, com falta de qualidade da imagem difundida, com problemas na facturação efectuada e nos serviços de apoio ao cliente ou mesmo nas condições contratuais apresentadas aos utilizadores finais.

Os dados disponíveis indiciam a existência de alguns problemas relativos à qualidade do serviço prestado ao utilizador final. De facto, atendendo à síntese dos resultados de 2005 do Índice Nacional de Satisfação do Cliente⁸¹, o subsector da televisão por cabo foi um dos sectores que registou um maior distanciamento negativo relativamente aos restantes sectores na generalidade dos índices⁸² que consideraram a satisfação global dos consumidores. O subsector da televisão por cabo foi mesmo o sector com piores resultados no que diz respeito à imagem e à lealdade dos clientes. É de relevar que no Índice Nacional de Satisfação do Cliente⁸³ de 2006, o subsector da televisão por cabo mantém um posicionamento negativo relativamente aos outros subsectores analisados.

O ICP-ANACOM tem também recebido várias queixas relativas aos serviços de televisão por cabo prestados, não só pela CATVP – TV Cabo Portugal, S.A.⁸⁴, mas também pela Cabovisão – Televisão por cabo, S.A.⁸⁵, maioritariamente relacionadas com problemas na facturação efectuada, na qualidade do serviço prestado e também nas condições contratuais disponibilizadas ao utilizador final.

Também de acordo com dados da Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor (DECO), a empresa sobre a qual são dirigidas mais reclamações àquela associação é a TV Cabo. Segundo a DECO, as queixas mais frequentes relativas aos serviços prestados pela TV Cabo estão relacionadas com a reduzida qualidade dos serviços prestados, má qualidade da emissão e enganos na facturação. Nos gráficos seguintes apresentam-se dados relativos a um

⁸¹ Disponível em http://www.ipq.pt/backFiles/Sintese_Resultados_ECSI05.pdf.

⁸² Imagem; Expectativas, Qualidade; Valor; Satisfação (ECSI); Reclamações e Lealdade.

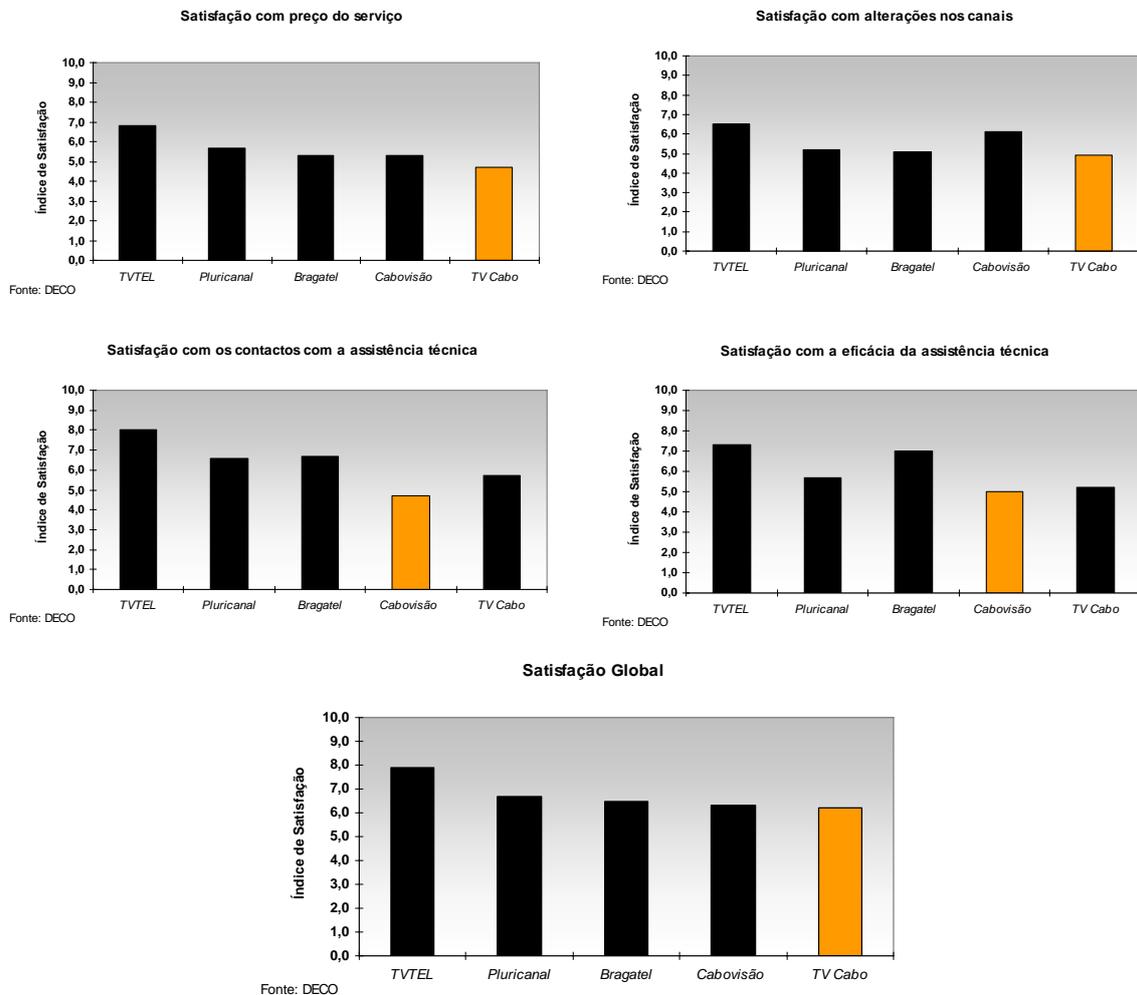
⁸³ Elaborado no âmbito do projecto ECSI-Portugal (European Customer Satisfaction Index - Portugal). O ECSI-Portugal é desenvolvido desde 1999 pelas instituições APQ (Associação Portuguesa para a Qualidade), IPQ (Instituto Português da Qualidade) e o ISEGI/UNL (Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação da Universidade Nova de Lisboa).

⁸⁴ De Julho de 2005 a Janeiro de 2006 foram recebidas [IIC] [FIC] denúncias e, ao abrigo do Decreto-Lei n.º 156/2005, de 15 de Setembro, foram recebidas [IIC] [FIC] folhas de reclamação relativas a serviços de televisão por cabo prestados pela TV Cabo.

⁸⁵ De Julho de 2005 a Janeiro de 2006 foram recebidas [IIC] [FIC] denúncias e [IIC] [FIC] folhas de reclamação relativas a serviços de televisão por cabo prestados pela Cabovisão.

estudo efectuado pela DECO⁸⁶ sobre a satisfação dos utilizadores com algumas das características das ofertas de televisão por cabo.

Figura 8. Gráficos relativos à satisfação dos utilizadores com características das ofertas de televisão por cabo



Atendendo ao mencionado, sem prejuízo dos investimentos realizados pelos novos operadores de redes de distribuição por cabo e do potencial de algumas tecnologias que já começam a estar disponíveis no mercado retalhista (e.g. FWA e IPTV), a manutenção de um controlo significativo do mercado retalhista por parte da TV Cabo parece ainda estar a afectar negativamente a qualidade dos serviços prestados por essa empresa ao utilizador final.

A TV Cabo informou esta Autoridade que, desde 2004, tem realizado vários investimentos com o objectivo de melhorar a qualidade de serviço prestada aos seus clientes e que o ano de 2005 se caracterizou por ter sido um ano atípico relativamente a esse aspecto, embora, segundo essa empresa, tenha sido nesse mesmo ano que concluiu muitas das medidas para melhorar a

⁸⁶ Proteste 245 – Março de 2004 – Estudo realizado entre Fevereiro e Março de 2003 através de um questionário realizado a uma amostra representativa da população, tendo sido consideradas 1967 respostas.

qualidade dos seus serviços. De facto, os dados do Índice Nacional de Satisfação do Cliente de 2006 indicam que, relativamente a 2005, a TV Cabo melhorou o seu posicionamento em relação ao conjunto dos outros operadores de televisão por cabo na maioria dos indicadores de qualidade apercebida, satisfação e lealdade do cliente, mantendo contudo um resultado inferior do que o conjunto de outros operadores de televisão por cabo. Sem prejuízo, apesar do referido, verifica-se igualmente que a TV Cabo, relativamente a 2005, apresenta em termos absolutos variações negativas nesses mesmos indicadores.

Esta Autoridade entende que, com a expansão de redes alternativas de distribuição por cabo, com o crescimento e desenvolvimento das plataformas e serviços de difusão alternativos já referenciados, podem existir incentivos para as empresas de distribuição por cabo resolverem e atenuarem estes problemas. Contudo, essencialmente no curto prazo, não é de descurar a possibilidade de intervenção do ICP-ANACOM através de uma maior supervisão do mercado retalhista suportada em ferramentas de “*soft law*”, nomeadamente através de (i) um maior controlo das condições contratuais disponibilizadas ao utilizador final, (ii) acções de auditoria e fiscalização direccionadas à protecção do consumidor e (iii) acções que publicitem os preços e a qualidade dos serviços prestados pelos vários operadores.

1.1.3.2. Ofertas de rádio disponíveis nas redes de distribuição por cabo

Em 15 de Março de 2006 a TV Cabo passou a disponibilizar uma oferta de rádio gratuita aos utilizadores finais daquela empresa que possuem descodificador digital. A oferta foi introduzida disponibilizando treze serviços de programas radiofónicos.

Quadro 11. Serviços de programas radiofónicos disponibilizados na oferta da TV Cabo

Rádio	Grupo
Antena 1 Antena 2 Antena 3 RDP África	RDP
Rádio Clube Best Rock FM 41 Rádio Comercial Cidade FM	Media Capital Rádio
Rádio Capital Oxigénio Marginal Radar	Luso Canal
Rádio Europa Lisboa	Radiofranceinternationale

Fonte: Sítio da TV Cabo na Internet e sítios dos serviços de programas radiofónicos disponibilizados na oferta (informação recolhida em Março de 2006).

Segundo a TV Cabo esta trata-se de uma oferta inicial, tendo já sido estabelecidos contactos e negociações de forma a incluir mais serviços de programas radiofónicos na oferta.

O ICP-ANACOM verifica que a difusão de conteúdos radiofónicos através de redes de distribuição por cabo encontra-se actualmente numa fase inicial, tendo uma importância marginal no mercado da transmissão de conteúdos rádio.

1.1.4. Difusão por Satélite

A difusão por satélite consiste: (i) no *uplink*⁸⁷ de sinais para um repetidor⁸⁸ localizado num satélite (propriedade do difusor ou onde o difusor adquiriu direito a utilizar o canal espacial), sendo convertidos para uma frequência que permita a sua recepção por uma antena terrestre e (ii) na retransmissão do sinal para estas antenas.

Assim, por forma a receber o sinal de televisão, os utilizadores têm de adquirir uma antena parabólica, normalmente com cerca de 60 a 80 centímetros de diâmetro e conversor associado. É de relevar que os sinais difundidos por satélite podem ser encriptados ou transmitidos sem qualquer encriptação. Caso os sinais sejam encriptados a recepção não autorizada de conteúdos

⁸⁷ Transmissão da estação terrena para o satélite.

⁸⁸ Normalmente designado por *transponder*, sendo habitual que cada satélite disponibilize entre 24 e 32 *transponders*.

encontra-se inviabilizada, sendo necessário adquirir um cartão de acesso. Quando os conteúdos são difundidos sem encriptação basta possuir a antena parabólica para poder visualizá-los.

Conforme se apresentou no **Gráfico 2**, o sinal televisivo transmitido por satélite era recebido, em 2005, por cerca de 11% dos agregados familiares do território nacional. Existem vários satélites que possibilitam a cobertura (de partes) do território português e, simultaneamente, de outros países. Entre estes destacam-se os satélites da Eutelsat/Eurobird, da Intelsat, da Hispasat e da Astra, que permitem a recepção de serviços de programas nacionais e internacionais.

Sendo possível a recepção de conteúdos rádio difundidos por satélite, a sua utilização não se encontra generalizada.

As empresas detentoras dos vários satélites têm a sua sede fora do território nacional, não se encontrando, assim, sob a jurisdição portuguesa. Deste modo, e também em linha com o entendimento de outras ARN que já efectuaram a análise de mercado, o ICP-ANACOM considera que um eventual mercado relevante de serviços grossistas de difusão por satélite será um mercado transnacional, tal como previsto no n.º 5 do art. 59.⁸⁹ da Lei n.º 5/2004. Tal facto não impede, obviamente, que se identifique qual o mercado retalhista onde estão incluídos os serviços retalhistas de difusão por satélite, especialmente o serviço de DTH, dada a relevância que este adquiriu em Portugal.

Acresce que caso a Comissão Europeia venha a tomar uma decisão identificando mercados transnacionais e venham a ser dadas orientações sobre como tratar o mercado da difusão por satélite, as ARN devem efectuar a análise deste mercado em conformidade.

1.1.4.1. Serviço de DTH⁹⁰

O serviço de DTH consiste na compressão digital, encriptação e difusão através de satélites de uma quantidade variável de serviços de programas. O sinal difundido é recebido através de antenas parabólicas, normalmente entre 45 a 60 cm de diâmetro, instaladas nos edifícios dos utilizadores finais, não existindo grande necessidade de espaço e/ou infra-estruturas para a colocação das mesmas.

A utilização do serviço de DTH permite aos operadores a introdução de aplicações interactivas associadas a um número significativo de programas de entretenimento. Acresce que, sendo uma tecnologia digital, possibilita uma exploração mais eficiente do espectro, permitindo que, relativamente às tecnologias de difusão analógicas, o número de serviços de programas televisivos difundidos aumente significativamente e seja possível satisfazer a procura de alguns nichos de mercado (e.g. espectadores de programas culturais, musicais, desportivos, históricos).

⁸⁹ “Caso a Comissão Europeia identifique, mediante decisão tomada nos termos da Directiva n.º 2002/21/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de Março, mercados transnacionais, a ARN deve proceder, juntamente com as demais autoridades reguladoras nacionais envolvidas, a uma análise conjunta do mercado ou mercados em causa, tendo em conta as linhas de orientação, de modo a pronunciarem-se sobre a imposição, manutenção, alteração ou supressão das obrigações previstas no presente título”.

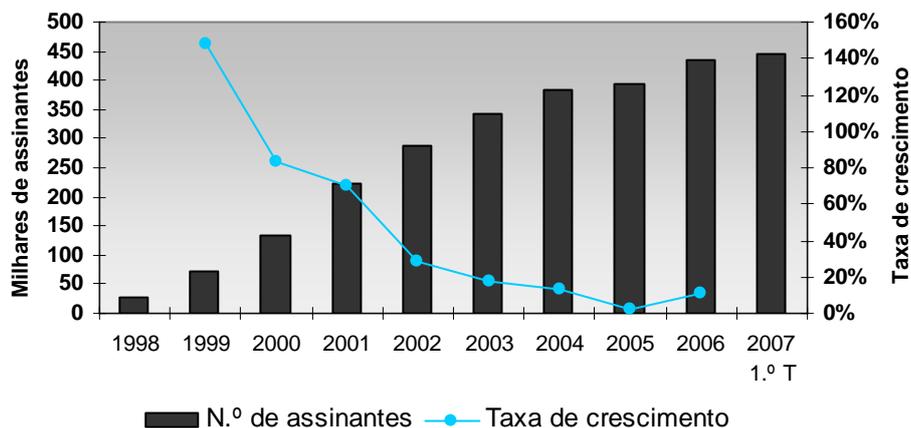
⁹⁰ DTH – Direct to Home.

No que diz respeito a Portugal verifica-se que o sítio na Internet da HISPASAT⁹¹ refere que “a HISPASAT é o operador que difunde e distribui em exclusivo os canais da TV Cabo, a maior plataforma portuguesa, que inclui tanto difusão directa para as residências como televisão por cabo”.

De facto, o serviço de DTH é essencialmente usado de forma complementar à rede de distribuição por cabo da TV Cabo, especialmente em algumas zonas menos densamente povoadas (vide **Figura 6**), permitindo assegurar uma cobertura praticamente total do território nacional (incluindo as regiões autónomas dos Açores e da Madeira) e, conseqüentemente, de praticamente todos os alojamentos, excluindo os situados em áreas de sombra.

A difusão realizada através do serviço de televisão por DTH apresenta uma penetração relevante no mercado, contando com perto de 450 mil clientes no final do primeiro trimestre de 2007.

Gráfico 6. Evolução do n.º de assinantes de DTH e taxa de crescimento



Fonte: ICP-ANACOM

Identificam-se as ofertas de retalho mais representativas disponibilizadas pelas empresas do Grupo TV Cabo através da utilização deste serviço:

⁹¹ Vide sítio da Internet em <http://www.hispasat.com/Detail.aspx?SectionsId=26&lang=pt>.

Quadro 12. Serviços de retalho disponibilizados pelas empresas do Grupo TV Cabo através do serviço de DTH

Oferta	Número de “Canais”	Mensalidade
Serviço Funtastic Life	65	22,12
Serviço Clássico Digital	40	17,98
Serviço Selecção Digital	16	12,56

Fonte: Sítio da TV Cabo na Internet (informação recolhida em Janeiro de 2006).

Nota: Os preços encontram-se em Euros e não incluem IVA.

Comparando o **Quadro 9** e o **Quadro 12** conclui-se que os serviços de difusão televisiva por cabo e de DTH comercializados pela TV Cabo são indistinguíveis do ponto de vista da oferta de serviços e das mensalidades, pelo que, de forma compatível com o princípio da neutralidade tecnológica, se considera adequado analisar se estes serviços se encontram no mesmo mercado retalhista.

1.1.5. Ofertas de difusão suportadas noutras tecnologias

1.1.5.1. Tecnologias xDSL/IP

Tal como é referido pela Comissão Europeia, as redes que suportam as tecnologias xDSL constituem uma plataforma que apresenta potencial para a difusão de conteúdos áudio e vídeo ao utilizador final.

A utilização desta tecnologia para a prestação de serviços de difusão tem recebido impulsos positivos em resultado da redução dos (i) custos de aquisição dos terminais (set-top boxes), (ii) custos de agregação e transporte de tráfego e custos de aquisição de DSLAMs. Outro ponto positivo a considerar passa pela evolução registada ao nível dos *codecs*⁹² utilizados, permitindo, para os mesmos conteúdos, utilizar uma largura de banda inferior. Estas evoluções permitem inferir que o número de serviços de programas a explorar em ofertas de difusão suportadas nesta tecnologia é praticamente ilimitado.

Existem, em vários Estados-Membros, ofertas comerciais de televisão suportadas em ofertas DSL (vide **Quadro 13**), tendo alguns operadores um número significativo de clientes (vide **Quadro 14**).

⁹² Um codec consiste num programa ou dispositivo através do qual é possível codificar e decodificar um fluxo de dados ou um sinal.

Quadro 13. Ofertas comerciais de TV suportada em DSL

País	Principais operadores	Acesso por PC ou por TV set-top box
Áustria	Aon (subsidiária de ISP da Telecom Austria) + Infotech	PC
Bélgica	Belgacom TV	TV set-top box
Dinamarca	TDC TV	TV set-top box
Finlândia	Song Networks (operador LLU) em combinação com Maxinet + Finnet	PC e TV set-top box
	Elisa TV (apenas Vídeo on demand)	PC
França	France Telecom + Neuf Telecom + Free + Alice	TV set-top box
Alemanha	T-Online Vision (Deutsch Telekom) + Alice Home TV	PC e TV set-top box
Grécia	Não existem ofertas	
Irlanda	Magnet Networks + Smart Telecom	PC e TV set-top box
Itália	Fast Web	PC e TV set-top box
	Alice Home TV (Telecom Itália)	TV set-top box
Luxemburgo	Não existem ofertas	
Holanda	KPN (Mine TV) + Tele2 TV	TV set-top box
Espanha	Imagenio (Telefónica)	PC e TV set-top box
Suécia	TeliaSonera + Bredbandsbolaget (com Viasat) + FastTVnet (SkyCom) + Canal Digital (Telenor)	TV set-top box
Reino Unido	HomeChoice (Video Networks) + BT Vision	TV set-top box

Fonte: Cullen International, Agosto de 2006

Quadro 14. Principais prestadores de IP TV na União Europeia

Operador	País	Assinantes IPTV (Junho de 2006) (em milhares)	Porcentagem de assinantes de IP TV face ao total de assinantes de BL do operador
France Télécom	França	306	5,9%
Free (1)	França	273	14,3%
Telefónica	Espanha	267	8,3%
FastWeb	Itália	170	23,2%
Neuf Télécom	França	100	7,1%
Belgacom	Bélgica	72	7,0%
Video Networks	Reino Unido	45	100,0%

(1) Apenas clientes de serviços Premium.

Fonte: e-Media Institute

Note-se que, em 2004, o ICP-ANACOM considerando que seria expectável o desenvolvimento de ofertas de difusão de conteúdos suportadas em xDSL/IP, determinou à PTC que

disponibilizasse, no âmbito da oferta “Rede ADSL PT”, condições técnicas que permitissem aos prestadores oferecerem, querendo, serviços de difusão de vídeo no retalho⁹³.

A esse respeito, e no caso específico de Portugal, é de assinalar que o Clix lançou, no final de 2005, um serviço de televisão digital sobre ADSL, suportado em lacetes locais desagregados, disponível, numa fase inicial, para os clientes ADSL, residentes em zonas Clix, com o serviço de Internet + Telefone, tendo anunciando nessa oportunidade que a comercialização para o público em geral ocorreria em 2006⁹⁴.

Desde então o serviço tem vindo a sofrer algumas alterações sendo que, neste momento, o serviço de IP-TV fica imediatamente disponível para os clientes do Clix que subscrevem o serviço Clix ADSL até 12 Mb ou o Clix ADSL até 24 Mb, disponibilizando 21 canais.

Assim, actualmente, o serviço, designado de SmarTV, é disponibilizado em quatro “pacotes”:

Quadro 15. Serviços de retalho disponibilizados pelo Clix no serviço SmarTV

Oferta	Número de “Canais”	Mensalidade
Clix SmarTV Free	21 fixos	0,00
Clix SmarTV Best of 45	40 fixos + 5 opcionais	15,29
Clix SmarTV Best of 65	56 fixos + 10 opcionais	19,42
Clix SmarTV Total	172	28,51

Fonte: Sítio do Clix na Internet (informação recolhida em Maio de 2007).

Nota: Os preços encontram-se em Euros e não incluem IVA.

Está também disponível através da subscrição dos serviços referenciados a possibilidade de ter acesso a quatro rádios: Rádio Comercial, Rádio Clube; Best Rock FM e Cidade FM. Existe ainda a possibilidade de subscrever serviços de programas extra ou serviços de programas *premium* por um valor adicional, existindo, em Maio de 2007, cerca de 180 serviços de programas à disposição dos utilizadores, tendo a Sonaecom mencionado que já havia alcançado acordos relativamente aos “conteúdos mais importantes, incluindo a maioria dos conteúdos controlados pela PT”, “garantindo assim os canais de televisão para a oferta inicial”.

Note-se que este é um serviço *triple-play*, oferecendo, além do serviço de televisão, os serviços de acesso à Internet e de voz.

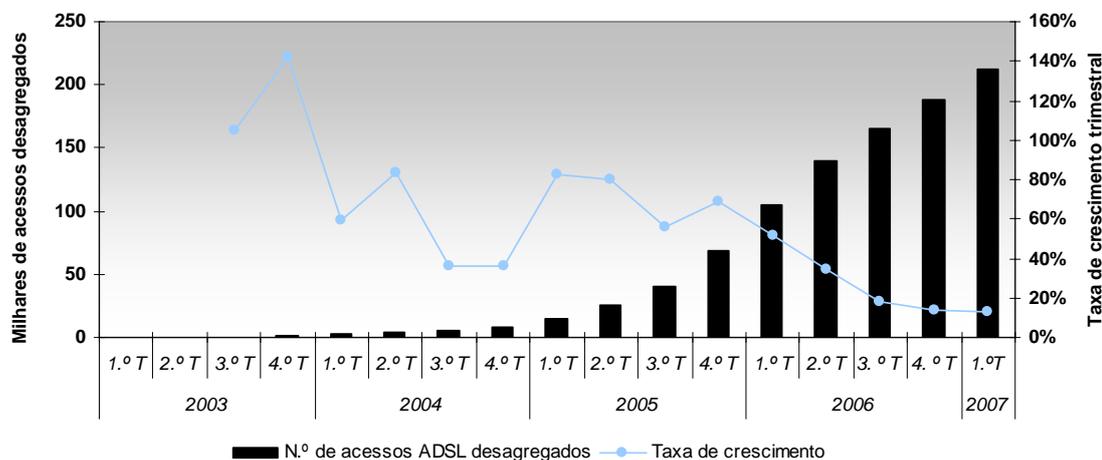
Sendo este um serviço suportado na oferta do lacete local (OLL), a massificação do serviço passará necessariamente por um desenvolvimento sustentado da OLL. De acordo com os dados do primeiro trimestre de 2007, o número de lacetes desagregados ascendia a cerca de 212 mil apresentando uma evolução positiva (vide **Gráfico 7**). É ainda de referir que a Sonaecom está

⁹³ Vide deliberações do ICP-ANACOM sobre a oferta grossista “Rede ADSL PT” com agregação ATM em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=36415>.

⁹⁴ Vide <http://smartv.clix.pt/>.

co-instalada num conjunto de centrais que já permite aceder a mais de 50% dos clientes que têm, actualmente, STF da PTC⁹⁵.

Gráfico 7. Evolução do número de acessos ADSL desagregados



Fonte ICP-ANACOM

A Sonaecom estima que, face aos cerca de 95% de lares nas cidades de Lisboa e Porto potencialmente cobertos pelo serviço, exista um potencial de dez por cento de quota do mercado de “pay TV”, ou seja, 200 mil clientes, num horizonte de dois anos⁹⁶.

Também o Grupo PT já comunicou⁹⁷ que, no que diz respeito ao negócio fixo e utilizando a IPTV, pretende iniciar o “desenvolvimento agressivo de ofertas de *triple-play*”.

Atendendo à informação disponível, esta Autoridade considera que, no que diz respeito à cobertura potencial e serviços de programas televisivos disponíveis em ofertas retalhistas de televisão suportadas em tecnologias xDSL/IP, existem condições para considerar que, num período de tempo razoável, essas ofertas possam vir a ganhar uma posição de relevância no mercado em consideração, devendo ser consideradas numa avaliação prospectiva da dinâmica do mercado. Contudo, atendendo à fase introdutória em que as ofertas retalhistas comerciais suportadas nestas tecnologias se encontram no mercado e sem prejuízo de um acompanhamento bastante detalhado da evolução deste tipo de ofertas, o ICP-ANACOM entende que não devem ser incluídos, neste momento, os serviços de difusão suportados em tecnologias XDSL/IP na definição do mercado relevante.

⁹⁵ Se bem que possam existir, para alguns acessos, limitações técnicas relacionadas com as condições do meio de transmissão (par de fios de cobre) na componente de acesso (e.g. comprimento, secção ou estado de conservação) e do ambiente em seu redor (designadamente ao nível de interferências e ruído), tendo implicações na prestação de serviços de acesso à Internet em banda larga e IPTV.

⁹⁶ Vide http://www.apdc.pt/industria/estado_nacao_2005/estado_nacao_televisao.html.

⁹⁷ Vide Relatório do Conselho de Administração sobre a oferta pública de aquisição preliminarmente anunciada pela Sonaecom em <http://www.telecom.pt/NR/rdonlyres/9359FFB4-20FD-4373-BA51-D63CCBADD027/1347568/PTCA.pdf>.

Relativamente à difusão sonora, a introdução da tarifa plana nas ofertas de retalho baseadas na tecnologia ADSL aumenta a possibilidade e os incentivos para que os utilizadores finais acedam a conteúdos rádio através da Internet. Existem, contudo, limitações de capacidade na utilização da Internet por ADSL para aceder a conteúdos rádio, nomeadamente, o número limite de ligações que um servidor pode suportar ou a impossibilidade de conseguir obter recepção com mobilidade.

1.1.5.2. Acesso Fixo via Rádio

As redes de acesso fixo via rádio (FWA⁹⁸) constituem uma alternativa potencial às redes existentes para a prestação de serviços difusão. Na sequência do concurso público para atribuição de frequências para o acesso fixo via rádio foram atribuídas, em Novembro de 1999, seis licenças para a utilização de frequências⁹⁹ na faixa dos 24,5 - 26,5 GHz, que permitem a transmissão de dados de alto débito, incluindo Internet, videoconferência e *vídeo on demand* e duas licenças para a utilização de frequências na faixa dos 27,5 - 29,5 GHz vocacionadas para transmissão de sinais de vídeo.

O estado de implementação dos sistemas FWA não assumiu a projecção, a dinâmica e o potencial perspectivados na altura da atribuição das licenças, sendo o número de estações de base instaladas e a cobertura atingida inferiores ao previsto, tal como a prestação de serviços suportados pelos sistemas FWA.

Com vista a dar um novo impulso à utilização dos sistemas FWA foi reformulado o modelo de atribuição e utilização de frequências FWA. Assim, para além da introdução da possibilidade de as frequências FWA também poderem passar a ser utilizadas na rede de transmissão e da reformulação das taxas aplicáveis à utilização do espectro, procurou-se compatibilizar as necessidades de espectro dos operadores com o princípio da utilização efectiva de frequências, através de uma adequada repartição geográfica por zonas, assegurando-se a continuidade do seu uso aos operadores que o desejam, bem como o acesso por parte de outras entidades ao espectro disponível.

Em conformidade com este modelo, o ICP-ANACOM já aprovou, por deliberação de 23 de Fevereiro de 2006, a recuperação e reconfiguração dos direitos de utilização de frequências FWA atribuídos¹⁰⁰.

A AR Telecom¹⁰¹ iniciou, em Novembro de 2004, a prestação de serviços de difusão, restrita a algumas zonas do Distrito de Lisboa, com o fornecimento de serviços de televisão digital,

⁹⁸ *Fixed Wireless Access* – Tecnologia de acesso fixo via rádio que permite aos operadores fornecerem aos clientes ligação directa à sua rede de telecomunicações através de uma ligação rádio fixa das instalações deste à central local do operador.

⁹⁹ Desde a data de atribuição das licenças, uma das 6 entidades licenciadas cessou a sua actividade.

¹⁰⁰ Os projectos de títulos foram submetidos a audiência prévia dos interessados, nos termos e para os efeitos do disposto nos art.ºs 100.º e 101.º do Código do Procedimento Administrativo, tendo sido fixado um prazo de 20 dias úteis para se pronunciarem (vide <http://www.anacom.pt/template12.jsp?categoryId=183742>).

¹⁰¹ Vide <http://www.artelecom.pt/>.

Internet em banda larga e serviço telefónico. Esta oferta é suportada por uma tecnologia desenvolvida pelo Grupo SGC Telecom, que segundo a empresa “é capaz de criar infra-estruturas de acesso ao consumidor com custos de capital e custos operacionais inferiores às concorrentes”¹⁰². Como referido, trata-se de uma oferta ainda restrita, localizada em algumas zonas de Lisboa, prevendo a AR Telecom cobrir as cidades de Lisboa e do Porto até ao final de 2006. Como consta no sítio da AR Telecom na Internet, a disponibilização deste serviço “exige a construção de uma nova rede de telecomunicações edifício-a-edifício que a AR Telecom está a desenvolver e que irá crescer de forma faseada”.

A AR Telecom apresenta os seguintes “pacotes” em *triple-play*:

Quadro 16. Oferta de serviços de televisão da AR Telecom

Oferta	Número de “Canais”	Mensalidade
TV.NET.TEL LIGHT	10 ¹⁰³	8,26
TV.NET.TEL LIGHT 2 MB	10 ¹⁰⁴	16,53
TV.NET.TEL LIGHT 5 MB	10 ¹⁰⁵	28,93
TV.NET.TEL PLUS	30 ^{Error! Bookmark not defined.}	18,18
TV.NET.TEL PLUS 2MB	30 ^{Error! Bookmark not defined.}	28,93
TV.NET.TEL PLUS 5MB	30 ^{Error! Bookmark not defined.}	38,02

Fonte: Sítio da AR Telecom na Internet (informação recolhida em Maio de 2007).

Nota: Os preços encontram-se em Euros e não incluem IVA.

Existe a opção de contratar serviços de programas *Premium*, nas condições apresentadas no quadro seguinte:

Quadro 17. Serviços de programas *Premium* da oferta da AR Telecom

“Canal”	Mensalidade
Sport TV	17,77
Canal para adultos	5,79

Fonte: Sítio da AR Telecom na Internet (informação recolhida em Maio de 2007).

Nota: Os preços encontram-se em Euros e não incluem IVA.

Por fim, é de referir que o ICP-ANACOM autorizou que algumas empresas a quem foram atribuídas licenças para a utilização de frequências de acesso fixo via rádio¹⁰⁶ realizassem

¹⁰² Vide <http://www.artelecom.pt/acercaARTelecom.php?idARTelecom=4>.

¹⁰³ O serviço inclui acesso à Internet em 2 Mbps temporizado e telefone.

¹⁰⁴ O serviço inclui acesso à Internet em 2 Mbps não temporizado e telefone.

¹⁰⁵ O serviço inclui acesso à Internet em 5 Mbps não temporizado e telefone

¹⁰⁶ Nomeadamente a PTC (vide <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=95939&contentId=271566>) e a Broadnet (vide <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=177185&contentId=343212>).

ensaios técnicos com vista à avaliação no âmbito do FWA (acesso fixo via rádio) de sistemas BWA (acesso sem fios de banda larga) do tipo WiMAX, nas frequências que lhe estão atribuídas para o FWA.

Daqui não resulta qualquer obrigação ou condicionante à autorização futura deste tipo de sistemas em Portugal, nem qualquer vínculo do ICP-ANACOM, nem qualquer direito, expectativa ou interesse legalmente protegido para essas empresas, quer em relação à atribuição de direitos de utilização, quer a um eventual processo futuro de utilização de WiMAX.

Entretanto, a ANACOM está a acompanhar atentamente o debate em torno da introdução da tecnologia WiMAX, a decorrer em vários fora internacionais, o qual se centra actualmente em aspectos técnicos (por exemplo, soluções técnicas, espectro, normas) e no enquadramento regulamentar para este tipo de tecnologia, visando-se a harmonização das soluções a adoptar. Assim, o enquadramento desta tecnologia em Portugal terá em conta as soluções harmonizadas que possam emergir desse debate, em particular na Europa.

1.1.5.3. Sistemas Móveis de Terceira Geração

A oferta comercial de serviços baseados no sistema de terceira geração de serviços móveis, UMTS (*Universal Mobile Telecommunication Systems*), foi iniciada no 2.º trimestre de 2004.

Actualmente, os três operadores móveis disponibilizam serviços de 3G que permitem aceder a conteúdos de televisão (incluindo difusão de serviços de programas de televisão em tempo real, vídeo, programação dos serviços de programas, etc.). Por exemplo, a Vodafone lançou em Janeiro de 2006 o serviço Mobile TV que permite o acesso a 14 serviços de programas televisivos (incluindo a transmissão em directo da RTP1, da Euronews e dos noticiários da SIC e da TVI) a partir de um telemóvel 3G. O serviço é oferecido em duas modalidades de subscrição – diária e mensal – a um preço, sem IVA, de 1,24 euros e 6,20 euros, respectivamente.

É de referir que, tendo em conta o tipo de equipamento disponível para a recepção do sinal de televisão, os produtos baseados nestas tecnologias são comumente considerados pelo utilizador em geral como um complemento do serviço em que o sinal de televisão é recebido por um televisor tradicional. Deve-se também ter em conta que as ofertas actuais suportadas nesta tecnologia apresentam algumas limitações ao nível dos serviços de programas disponíveis e do tempo de disponibilidade de emissão.

1.1.5.4. Powerline Communications

A tecnologia Powerline Communications (PLC) consiste na utilização das redes de distribuição de energia eléctrica de baixa tensão para a transmissão de voz, imagens, sons e dados, sobreposta ao fornecimento normal de energia, permitindo simultaneamente dois canais de acesso, um para dados e outro para electricidade. Trata-se de uma tecnologia em fase de testes comerciais em Portugal, que pode vir a constituir mais uma oferta alternativa de acesso local em banda larga.

A EDP e a OniTelecom têm acompanhado o desenvolvimento da tecnologia PLC através da participação em diversos projectos e organismos que promovem o desenvolvimento desta tecnologia, tendo aquelas empresas realizado, desde 2000, várias experiências de forma a avaliar o desempenho dos equipamentos, a compatibilidade destes com a baixa e a média tensão da EDP e a rede de telecomunicações da OniTelecom¹⁰⁷. Em particular, desde Dezembro de 2002, a OniTelecom e a EDP tiveram em curso testes piloto sobre a tecnologia PLC que cobriram 1.530 fogos em 63 prédios nas zonas de Telheiras e Parque das Nações, onde estiveram ligados um total de 286 “clientes”¹⁰⁸. É de relevar que os testes mencionados não incluíam qualquer tipo de oferta ou serviço que permita a recepção de conteúdos televisivos pelo utilizador final.

Atendendo aos resultados positivos dos testes realizados, a OniTelecom e a EDP comunicaram, em Julho de 2005, o início de um teste comercial da tecnologia PLC, que servirá para aferir a reacção dos consumidores a esta tecnologia de banda larga¹⁰⁹. Já em 2006, a Oni comunicou que ainda falta demonstrar que a televisão sobre a tecnologia PLC tem qualidade e fiabilidade, continuando os testes a decorrer¹¹⁰.

Recentemente, a Oni informou ter descontinuado o seu investimento na tecnologia de acesso à Internet através de Powerline, decisão que, segundo a informação disponível, não está relacionada com a tecnologia de acesso, tratando-se de uma decisão de negócio e de gestão.

Note-se que esta tecnologia tem merecido especial atenção em vários *fora* europeus, em particular da Comissão Europeia¹¹¹, CEPT e ETSI.

O ICP-ANACOM tem acompanhado a evolução desta tecnologia tendo em particular atenção os aspectos relativos a potenciais perturbações na utilização do espectro radioelétrico.

Esta Autoridade entende, atendendo à informação disponível, que não se pode considerar, mesmo numa análise prospectiva, a existência de alterações significativas, em termos de oferta ou de procura, que justifiquem uma concorrência potencial dos serviços passíveis de serem oferecidos sobre a tecnologia PLC com as ofertas já existentes.

1.1.5.5. Fibra Óptica

Presentemente, e não obstante a instalação de fibra óptica por alguns operadores nas respectivas redes de acesso ou em MANs¹¹², nomeadamente para utilização no mercado não residencial¹¹³,

¹⁰⁷ Fonte: Comunicado do Grupo Oni de 05.02.2004 (<http://www.oni.pt/comunicadosDetalhe.aspx?comID=9144>).

¹⁰⁸ Fonte: Apresentação da OniTelecom no âmbito da reunião sobre a evolução e tendências das novas tecnologias e serviços, promovida pelo ICP-ANACOM, em 09.03.2004 (vide apresentação em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=102499&contentId=179541>).

¹⁰⁹ Fonte: Comunicado do Grupo Oni de 07.07.2005 (<http://www.oni.pt/comunicadosDetalhe.aspx?comID=14344>).

¹¹⁰ Fonte: Notícia do Diário de Notícias publicada em 07.03.2006 (http://dn.sapo.pt/2006/03/07/economia/oni_quer_manter_ritmo_novas_adesoos_.html).

¹¹¹ Vide Recomendação da CE sobre *Broadband electronic communications through powerlines*, de 06.04.2005, em http://europa.eu.int/information_society/policy/ecomm/doc/info_centre/recomm_guidelines/plc/recom_plc_en.pdf.

a fibra óptica é sobretudo utilizada na rede de transporte (incluindo a dos próprios operadores de redes de difusão), nomeadamente na transmissão a longas distâncias.

Reconhecendo o seu elevado potencial, não se identificam, por agora ou no período de análise¹¹⁴, alterações significativas em termos de oferta ou de procura que justifiquem uma concorrência potencial dos serviços passíveis de serem oferecidos sobre esta tecnologia (acesso local em fibra óptica) com as ofertas já existentes.

1.1.6. Conclusão

Na análise realizada pelo ICP-ANACOM, identificou-se um conjunto de alternativas tecnológicas de suporte aos serviços de difusão para a entrega de conteúdos a utilizadores finais, verificando-se diferentes estados de implementação e maturidade das referidas tecnologias. Destacam-se, por um lado, o acesso a serviços de difusão através de redes analógicas terrestres, redes de distribuição por cabo e redes de difusão por satélite (especialmente através do serviço DTH) e, por outro lado, um conjunto de tecnologias ainda com reduzida disponibilidade, cobertura e penetração no mercado.

Considera-se que serviços em fase de introdução no mercado, ou em testes comerciais, 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.

Neste sentido, o ICP-ANACOM, reconhecendo as potencialidades das tecnologias ou sistemas xDSL/IP suportados em pares metálicos entrançados, FWA, UMTS, PLC, TDT e fibra óptica para a prestação de serviços de conteúdos difundidos a utilizadores finais, e atendendo a que o grau de substituíbilidade pode evoluir futuramente, considera que a actual inexistência, reduzida disponibilidade, cobertura e/ou penetração no mercado¹¹⁵ de ofertas de retalho suportadas nessas tecnologias ou sistemas, justificam, actualmente, a sua não inclusão nesta definição de mercado.

Sem prejuízo do mencionado supra, considera-se que, no caso de algumas tecnologias, nomeadamente das tecnologias xDSL/IP, pode ser importante considerá-las numa avaliação prospectiva da dinâmica do mercado. O ICP-ANACOM acompanhará atentamente a evolução dos serviços suportados em todas as infra-estruturas e tecnologias supra referidas, com vista a uma eventual reavaliação do entendimento acima exposto.

¹¹² Metropolitan Area Networks.

¹¹³ Cf. referido no documento “Mercados de Acesso em Banda Estreita à Rede Telefónica Pública num Local Fixo – Definição dos mercados relevantes e avaliações de PMS”, disponível em <http://www.anacom.pt/template15.jsp?categoryId=91239>.

¹¹⁴ A próxima definição de mercado será previsivelmente desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no mercado ou (2) logo que a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados ou (3) no espaço de 18 meses.

¹¹⁵ Quando comparada com a difusão analógica terrestre, com a difusão em redes de distribuição por cabo ou com a difusão por satélite.

No que diz respeito aos serviços de difusão sonora, conclui-se que, actualmente, são basicamente utilizados os serviços de recepção analógica, não tendo a difusão digital sonora (T-DAB) expressão significativa no mercado nem se prevendo um desenvolvimento significativo no período de tempo que decorre até à próxima análise de mercados. Sem prejuízo, o ICP-ANACOM conclui que, por força do art.º 121.º da Lei n.º 5/2004, as obrigações que já constam da licença da RDP devem ser mantidas.

Quadro 18. Relação entre as obrigações previstas na licença da RDP e as obrigações previstas na Lei n.º 5/2004

Obrigações	Licença n.º ICP-004/99-RPT	Portaria n.º 470-C/98	Lei n.º 5/2004
Acesso e utilização de recursos de rede específicos	Art.º 8.º	Art.º 3.º, n.º 2, al. f)	Art.º 72.º
Transparência na publicação de informações (incluindo propostas de referência)	Art.º 11.º, n.º 1, al. e)	Art.º 3.º, n.º 2, al. d)	Art.ºs 67.º e 68.º
Não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações	Art.º 8.º e Art.º 9.º, n.º 1, al. a)	Art.º 5.º, n.º 1	Art.º 70.º
Separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e ou a interligação	Art.º 10.º, n.º 1	-	Art.º 71.º
Controlo de preços e contabilização de custos	Art.º 9.º, n.º 1, al. a), Art.º 9.º, n.º 1 e Art.º 10.º, n.º 2	-	Art.º 74.º

O **Quadro 19** e o **Quadro 20** sintetizam as características dos diferentes serviços de difusão televisiva e sonora do ponto de vista do retalho e sua relevância no período da análise para efeitos de definição do mercado.

Quadro 19. Síntese das características dos serviços difusão televisiva do ponto de vista do retalho e sua relevância no período da análise para efeitos de definição do mercado

Serviço / Tecnologia	Características				Abrangência geográfica actual			Relevância para efeitos de definição de mercado
	Preço		Diversidade de “canais”		Reduzida	Média	Elevada	
	Gratuito	Não Gratuito	Generalistas nacionais	Generalistas e temáticos				
Terrestre analógica	✓		✓				✓	✓
Cabo	(a)	✓	(a)	✓		✓		✓
Satélite	✓	✓		✓			✓	
DTH		✓		✓			✓	✓

	Características							
xDSL		✓		✓	✓			
FWA		✓		✓	✓			
UMTS (b)		✓		✓		✓		
Terrestre digital	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	
PLC	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	

Legenda:

n.e. - Serviço actualmente não existente.

(a) Em situações específicas existe acesso gratuito aos serviços de programas generalistas nacionais (e.g. Protocolo celebrado entre o Governo da República, o Governo Regional da Madeira, o ICP-ANACOM e a Cabo TV Madeirense, S.A. e Protocolo celebrado entre o Governo da República, o Governo Regional dos Açores, o ICP-ANACOM e a Cabo TV Açoreana, S.A.

(b) Com algumas limitações ao nível dos serviços de programas disponíveis e do tempo de disponibilidade de emissão.

De notar que, tal como referido na secção 1.1.4.1, um eventual mercado grossista de serviços de difusão por satélite será um mercado transnacional¹¹⁶ e como tal, estes serviços não são incluídos na presente análise do mercado grossista.

Quadro 20. Síntese das características dos serviços de difusão sonora do ponto de vista do retalho e sua relevância no período da análise para efeitos de definição do mercado

Serviço / Tecnologia	Características						Tipo de licenças atribuídas	Relevância para efeitos de definição de mercado
	Acesso Gratuito	Diversidade de “canais”		Qualidade de recepção				
		“Canais” de serviço público	Outros	Reduzida	Média	Elevada		
AM	✓	✓	✓	✓			Nacionais Regionais Locais	✓
FM	✓	✓	✓		✓		Nacionais Regionais Locais	✓
T-DAB	✓	✓				✓	Nacional	

Em conclusão, para os efeitos da presente análise conclui-se que:

- o principal meio de difusão de conteúdos sonoros a utilizadores finais é a difusão terrestre analógica;

¹¹⁶ Vide. art.º 15.º n.º 4 da Directiva-Quadro.

- os principais meios de difusão de conteúdos televisivos a utilizadores finais são as redes de difusão analógica terrestre, redes de distribuição por cabo e as redes de difusão por satélite (nomeadamente através da tecnologia DTH).

1.2. Definição do mercado de produto

Na secção anterior o ICP-ANACOM identificou as tecnologias que, actualmente, permitem suportar a oferta de serviços de difusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais. As conclusões do ICP-ANACOM estão de acordo com o entendimento da Comissão Europeia que, como já referido, identificou como plataformas disponíveis para a disponibilização ao utilizador final de emissões de rádio e televisão as redes de (i) transmissão terrestres, (ii) cabo ou (iii) satélite¹¹⁷.

Com efeito, na Recomendação, é referido que o mercado retalhista “*consiste na entrega de serviços de radiodifusão de rádio e televisão e inclui a radiodifusão gratuita, bem como a radiodifusão por assinatura e por pagamento e ainda a entrega ou transmissão de serviços interactivos*”, podendo estes serviços ser disponibilizados através de “*plataformas analógicas ou digitais*”.

Assim, nas secções seguintes, analisa-se a possibilidade de:

- a entrega ao utilizador final de serviços de difusão sonora e a entrega ao utilizador final de serviços de difusão televisiva;
- a entrega ao utilizador final de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e a entrega ao utilizador final de serviços de difusão televisiva por DTH;
- a entrega ao utilizador final de serviços de difusão televisiva através de redes de difusão analógica terrestre e a entrega ao utilizador final de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e do serviço de DTH;
- a entrega ao utilizador final de serviços de difusão sonora em modulação de amplitude (AM) e a entrega ao utilizador final de serviços de difusão sonora em modulação de frequência (FM);

se encontrarem no mesmo mercado retalhista de serviços de difusão ou em mercados separados. Utilizam-se para o efeito as ferramentas descritas no ponto “1. SERVIÇOS DE RADIODIFUSÃO PARA ENTREGA DE CONTEÚDOS DIFUNDIDOS A UTILIZADORES FINAIS”, em especial, a substituíbilidade do lado da procura e a substituíbilidade do lado da oferta.

¹¹⁷ A qual se considera estar associada a um mercado transnacional.

Considerando que existe ainda uma outra fonte de pressão concorrencial¹¹⁸, para além da substituíbilidade do lado da procura e do lado da oferta, será também analisada a concorrência potencial, sempre que adequado.

1.2.1. Serviços de difusão sonora vs Serviços de difusão televisiva

1.2.1.1. Substituíbilidade do lado da procura

A difusão televisiva baseia-se, simultaneamente, na estimulação visual e auditiva do utilizador final enquanto que a difusão sonora consiste unicamente na estimulação auditiva. Esta diferença essencial torna bastante improvável que o utilizador encare, à partida, os dois serviços em causa como serviços substitutos.

Por outro lado, a recepção de conteúdos sonoros está frequentemente associada à mobilidade do aparelho receptor, fazendo com que as necessidades dos respectivos utilizadores finais num determinado momento não sejam coincidentes com as dos utilizadores finais de serviços de difusão televisiva e vice-versa.

Note-se ainda que, no que diz respeito ao pagamento efectuado pelos serviços, não existe, regra geral, condicionamento do acesso aos serviços de difusão sonora ao pagamento de um valor mensal, anual ou por programa, existindo, pelo contrário, vários conteúdos televisivos aos quais o utilizador só tem acesso mediante pagamento, nomeadamente, os que são disponibilizados em redes de distribuição por cabo ou satélite.

O ICP-ANACOM considera, por conseguinte, que, atendendo às características dos serviços em causa, caso houvesse um pequeno mas significativo aumento duradouro do preço dos serviços retalhistas de difusão sonora não existiria uma substituição deste tipo de serviços por serviços de difusão televisiva e vice-versa, restringindo o comportamento de um monopolista hipotético, pelo que os serviços em análise apresentam características de complementaridade e não de substituíbilidade.

Pelos motivos expostos, considera-se que, para o consumidor final, existe a percepção de diferenças significativas entre os dois serviços considerados, não sendo os serviços de difusão televisiva e de difusão sonora considerados substitutos do lado da procura.

1.2.1.2. Substituíbilidade do lado da oferta

Do lado da oferta, quer a actividade de difusão televisiva, quer a actividade de difusão sonora, com excepção do serviço público de televisão e rádio, está sujeita a licença a atribuir mediante concurso, caso seja utilizado o espectro radioelétrico, sendo necessária apenas uma autorização quando for utilizada a rede de distribuição por cabo ou serviços de difusão por satélite. Assim, no que diz respeito aos operadores de televisão e radiofónicos que utilizam o

¹¹⁸ Cf. Linhas de Orientação §38

espectro radioelétrico, a escassez de espectro e, conseqüentemente, a necessidade de atribuição de licença através de concurso e de direitos de utilização de frequências, antes do início de prestação dos serviços considerados, podem constituir um obstáculo à existência de substituíbilidade do lado da oferta entre os serviços de difusão televisiva e os serviços de difusão sonora.

A possível mudança de um operador de televisão para a prestação de serviços radiofónicos, ou vice-versa, implica também que os conteúdos que este detém sejam alterados, adaptando-se às características e funcionalidades de serviços diferentes. Esta reformulação de conteúdos e da estrutura organizativa, tecnológica e de negócio do prestador implica custos de mudança significativos e períodos de implementação longos, constituindo outro obstáculo à existência de substituíbilidade do lado da oferta entre os serviços de difusão televisiva e sonora. Tal não significa que não existam grupos económicos que detenham, simultaneamente, conteúdos sonoros e televisivos numa lógica de complementaridade e de obtenção de sinergias.

Deste modo, não se afigura razoável que um prestador que disponibilize conteúdos televisivos ao utilizador final inicie a oferta de conteúdos rádio na sequência de um aumento pequeno mas significativo e não transitório (e.g. 10%) de um monopolista hipotético no preço (ou receitas) deste serviço, e vice-versa.

1.2.1.3. Conclusão: Serviços de difusão sonora vs Serviços de difusão televisiva

Entende-se que os serviços de difusão sonora e os serviços de difusão televisiva não estão incluídos no mesmo mercado relevante.

1.2.2. Serviços de difusão televisiva por DTH vs Serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo

1.2.2.1. Substituíbilidade do lado da procura

Segundo a Comissão Europeia *“os mercados retalhistas devem, em princípio, ser analisados, para efeitos de definição de mercados, de um modo que não tome em linha de conta a rede ou infra-estrutura utilizada na oferta dos serviços e que esteja em conformidade com os princípios do direito da concorrência”*.

Em especial, a Comissão Europeia considera que existem duas formas complementares de avaliar a substituíbilidade do lado da procura¹¹⁹:

- (a) avaliar a reacção dos clientes a uma alteração ligeira e duradoura dos preços dos serviços e eventuais substitutos; e

¹¹⁹ Cf. Linhas de Orientação, §48.

- (b) “através da comparação das características dos produtos ou serviços a fim de determinar se estão especialmente aptos a satisfazer necessidades constantes e só em pequena parte são intersubstituíveis por outros produtos e serviços”¹²⁰.

Em termos gerais, os serviços de difusão televisiva por DTH e os serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo apresentam funcionalidades semelhantes do ponto de vista dos utilizadores finais: os mesmos “pacotes” televisivos e oferta de serviços de programas *Premium*, exactamente pelo mesmo preço mensal sem diferenças significativas de qualidade percebida pelo utilizador final, pelo que se poderá concluir que estão aptos a satisfazer necessidades idênticas.

Atendendo à similaridade existente entre as características e funcionalidades e níveis de preços dos serviços em consideração, é razoável admitir que um aumento pequeno mas não transitório do preço de um dos serviços conduza à sua substituição pelo outro, em volume suficiente para tornar o aumento de preços não lucrativo.

Reconhecendo a existência de algumas diferenças entre os serviços, nomeadamente, a existência de limitações no número de televisores em que se pode visualizar o sinal captado, as condições de bi-direccionalidade do serviço de DTH e a diferença de cerca de 46 euros no preço de instalação do mesmo serviço, esta Autoridade não encara essas diferenças como factor impeditivo da existência de substituíbilidade entre os serviços de difusão televisiva por DTH e os serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo.

O quadro seguinte apresenta uma comparação das principais características dos serviços em análise:

Quadro 21. Comparação das principais características das ofertas retalhistas de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e do serviço de DTH

Serviço	Instalação	Aluguer mensal do equipamento	Preços dos “Pacotes” televisivos		
			Seleção Digital	Clássico Digital	Funtastic Life
DTH	66,12 ⁽¹⁾	2,07 – 4,13	12,56	17,98	22,12
CABO	20,66 ⁽²⁾	2,07 – 4,13	12,56	17,98	22,12

(1) Instalação de antena parabólica e da *set-top-box*.

(2) Instalação da *set-top-box*.

Fonte: Apoio ao cliente do operador e sítio na Internet da TV (informação recolhida em Janeiro de 2006).

Nota: Os preços encontram-se em euros e não incluem IVA.

As similaridades entre os serviços resultam em muito de uma escolha da TV Cabo, referindo o Relatório e Contas de 2004 da PT Multimédia que “em 2004, a PT Multimédia decidiu

¹²⁰ Decisão da Comissão Europeia de 15.09.1999 relativa ao processo IV/36.539 (JO L 312 de 06.12.1999) – British Interactive Broadcasting/Open.

uniformizar os modelos de negócio Cabo e Satélite, passando o serviço de Satélite a contar com dois “pacotes” básicos iguais ao do serviço de TV por Cabo”.

Esta Autoridade considera que a existência de serviços adicionais que podem ser contratados nas redes de distribuição por cabo (telefone e Internet sem necessidade de utilizar uma linha de retorno) não contradiz em nada a evidente substituibilidade no lado da procura existente nos serviços incrementais de difusão televisiva em consideração.

1.2.2.2. Substituibilidade do lado da oferta

O referido no relatório e contas de 2004 da PT Multimédia em que aquela empresa reconhece que decidiu uniformizar os serviços oferecidos através da rede de distribuição por cabo e do serviço de DTH constitui a evidência prática da existência de substituibilidade do lado da oferta entre os dois serviços. Este facto não invalida que aquela empresa encare o serviço de DTH, essencialmente, como um serviço que permita complementar a sua oferta nas zonas onde não detém rede de distribuição por cabo, permitindo-lhe apresentar uma oferta de televisão por subscrição de âmbito nacional.

1.2.2.3. Conclusão: Serviços de difusão televisiva por DTH vs Serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo

Entende-se que os serviços de difusão televisiva por DTH e os serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo estão incluídos no mesmo mercado relevante.

1.2.3. Serviços de difusão televisiva através de redes de difusão analógica terrestre vs Serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e DTH

Descrição das relações com o utilizador final e fluxos financeiros existentes entre os agentes económicos

No caso do serviço de difusão em redes de distribuição por cabo ou do serviço de DTH é o operador da rede de distribuição por cabo que mantém a relação contratual com o utilizador final e efectua simultaneamente o serviço de transporte dos conteúdos. Ou seja, apesar da existência de serviços de acesso condicional (serviços de programas *premium*) e serviços de *pay-per-view*, os operadores de televisão não mantêm, regra geral, uma relação directa com os utilizadores finais, sendo o operador da rede de distribuição por cabo quem factura e cobra ao utilizador final. Regra geral, os operadores de redes de distribuição por cabo ou responsáveis retalhistas pelo serviço de DTH pagam (aos operadores de televisão) pelos conteúdos televisivos. Ou seja, os operadores de rede oferecem aos respectivos assinantes a recepção do sinal de serviços de programas televisivos cuja distribuição contratam com os operadores de televisão e detentores de direitos sobre os programas.

No caso da difusão analógica televisiva terrestre, o utilizador final não tem de efectuar qualquer pagamento para aceder aos conteúdos difundidos. Os conteúdos são difundidos livremente pelo operador de televisão o qual remunera o operador que possui a rede de difusão pelo uso da

mesma, sendo as receitas do operador de televisão provenientes, maioritariamente¹²¹, da venda de espaços publicitários durante as emissões televisivas. Desta forma, as receitas do operador de televisão estão dependentes, não só do alcance/cobertura das suas emissões mas também do nível de audiência que consegue obter.

É ainda de considerar a existência de uma taxa cobrada mensalmente na factura do consumo de energia eléctrica – Contribuição para o Audiovisual¹²² – que se destina a financiar o serviço público de difusão sonora e televisiva, cujo valor mensal é de 1,62 euros, actualizável anualmente de acordo com a inflação, estando isentos os consumidores cujo consumo anual de electricidade fique abaixo de 400 KWh.

1.2.3.1. Substituibilidade do lado da procura

(a) Características e funcionalidades dos serviços em causa

Cobertura dos serviços

Como já foi referido, a rede de difusão analógica televisiva terrestre em Portugal assegura aos operadores de televisão uma cobertura quase integral dos alojamentos existentes em território nacional, enquanto que a rede de distribuição por cabo assegura a cobertura de cerca de 75% dos alojamentos¹²³. No entanto, ao nível retalhista, não se poderá considerar que este facto seja, *per se*, responsável pela impossibilidade ou possível limitação de substituir a recepção de conteúdos televisivos através da rede analógica terrestre pela recepção ou acesso através da rede de distribuição por cabo. Note-se que, em Portugal, o serviço de DTH é usado pelas empresas do Grupo PT, nomeadamente pela TV Cabo, como meio complementar à rede de distribuição por cabo daquela empresa, assegurando a possibilidade de prestar um serviço praticamente idêntico, em termos de funcionalidades oferecidas, preço ou qualidade, em algumas zonas menos densamente povoadas.

Através da complementaridade da rede de distribuição por cabo e do serviço de DTH, é possível, tal como acontece com a difusão terrestre, prestar serviços de distribuição de conteúdos televisivos através das referidas plataformas de difusão à generalidade dos alojamentos e da população em território português.

Assim, e no que se refere exclusivamente à cobertura, um utilizador final, que tenha em conta a cobertura disponibilizada pelas redes de difusão, pode encarar os serviços de difusão disponibilizados através das redes de difusão analógica televisiva terrestre e das redes de distribuição por cabo complementadas pelo serviço de DTH como substitutos.

¹²¹ As receitas derivadas de mensagens escritas e chamadas telefónicas (permitindo alguma interactividade do telespectador com os programas) encontram-se em crescimento.

¹²² Vide Lei n.º 30/2003, de 22 de Agosto, alterada pelo Decreto-Lei n.º 169-A/2005, de 3 de Outubro.

¹²³ Conforme já mencionado, em algumas regiões existe múltipla cablagem de um mesmo alojamento, pelo que este valor deve ser encarado como o limite máximo teórico para o indicador.

Condições de acesso aos serviços

Um utilizador final que pretenda aceder a conteúdos televisivos difundidos através da rede de difusão analógica terrestre terá que dispor de uma televisão e de uma antena (interior ou exterior), tendo acesso aos conteúdos difundidos na rede de difusão analógica terrestre de forma gratuita, se bem que limitado aos quatro serviços de programas generalistas nacionais no território de Portugal Continental (esta questão é analisada na secção seguinte – conteúdos disponíveis). Note-se que, como já referido, as receitas dos operadores de televisão pelo serviço disponibilizado através da rede de difusão analógica terrestre advêm das receitas publicitárias provenientes da venda de tempos de emissão destinados às mensagens publicitárias. Adicionalmente, no caso dos serviços de programas de serviço público de radiodifusão, há também que considerar as importantes receitas provenientes da taxa de radiodifusão e das compensações financeiras atribuídas pelo Estado que revestem a forma jurídica de indemnizações compensatórias destinadas a suportar o respectivo custo real do cumprimento das obrigações do serviço público de televisão.

A importância das receitas publicitárias no financiamento dos custos de programação e difusão dos operadores de televisão difundidos através da rede de difusão terrestre pode ser demonstrada através da consideração das receitas publicitárias acumuladas mensalmente na televisão, desagregadas entre as receitas dos operadores de televisão difundidos através de redes de distribuição por cabo e serviço de DTH e dos operadores de televisão que utilizam a difusão analógica terrestre.

Quadro 22. Receitas publicitárias de serviços de programas televisivos

Receitas Publicitárias Acumuladas	“Canais” difundidos através de redes de distribuição por Cabo e serviço de DTH	“Canais” difundidos através de redes analógicas Terrestres	Proporção analógica terrestre/TOTAL
Até Agosto de 2003	10,5	192,8	95%

Valores em milhares de Euros

Fonte: APAP/Deloitte

Note-se que 95% das receitas publicitárias realizadas através da televisão se destinam aos serviços de programas difundidos através de redes de difusão analógica terrestre.

Por outro lado, um utilizador final que pretenda aceder aos conteúdos televisivos disponíveis através do serviço de DTH ou difundidos através de uma rede de distribuição por cabo terá de subscrever o serviço junto de um operador de redes de distribuição por cabo. A subscrição deste tipo de serviço está dependente do pagamento de uma mensalidade, nunca inferior a 12,56¹²⁴ euros, em função do número¹²⁵ e tipo¹²⁶ de serviços de programas contratados e também da instalação e aluguer mensal de uma set-top-box¹²⁷ (vide **Quadro 21**).

¹²⁴ Valor sem IVA pago pela subscrição do serviço clássico da TV Cabo.

¹²⁵ Pacotes de canais apresentados no Quadro 9.

¹²⁶ Canais Premium apresentados no Quadro 10.

¹²⁷ Equipamento colocado na instalação do cliente e que em geral permite a descodificação de conteúdos, normalmente programas de televisão.

Atendendo ao exposto, conclui-se que, actualmente, para um utilizador final, as condições de acesso ao serviço de difusão através de uma rede de distribuição por cabo e do serviço de DTH e as condições de acesso aos conteúdos difundidos pela rede de difusão analógica terrestre são completamente distintas.

Conteúdos disponíveis e outras funcionalidades

A utilização da rede de difusão analógica terrestre para aceder a conteúdos televisivos permite obter a recepção, por via hertziana terrestre, dos conteúdos difundidos ao abrigo dos contratos de concessão geral e especial de serviço público de televisão (RTP 1 e a RTP2, para além da RTP Açores e RTP Madeira, nas respectivas Regiões Autónomas), e pelos dois operadores licenciados para o exercício da respectiva actividade (SIC e TVI). Os conteúdos difundidos por estes operadores, à excepção da RTP2 e de limitações acordadas pela RTP, SIC e TVI em Protocolo¹²⁸ e decorrentes dos contratos de concessão do serviço público de televisão, têm como objectivo maximizar as audiências e, conseqüentemente, as receitas publicitárias, apresentando, por essa razão, uma programação generalista.

Por outro lado, um utilizador final que contrate um serviço de acesso a conteúdos difundidos através de redes de distribuição por cabo ou do serviço de DTH terá possibilidade de visionar, não só os quatro serviços de programas supra referenciados, mas também uma variedade de serviços de programas adicionais, actualmente não inferior a doze e que atinge mais de meia centena. Acresce, como já foi referido, a possibilidade de contratar “canais *Premium*” adicionando ainda mais valor, em termos de quantidade e variedade, aos conteúdos disponibilizados.

Note-se que em todos os “*pacotes*” básicos disponibilizados pelos operadores de redes de distribuição por cabo estão sempre incluídos os serviços de programas disponibilizados através da rede de difusão terrestre, existindo serviços de programas adicionais cuja programação incide sobre os mais variados temas. Efectivamente, em contraste com os serviços de programas disponibilizados na rede de difusão analógica terrestre, os serviços de programas adicionais difundidos através de redes de distribuição por cabo e serviço de DTH apresentam conteúdos especializados dirigidos a segmentos alvo (desporto, informação, comédia, música, juvenis, etc.) e, nalguns casos, sem qualquer tipo de conteúdos em língua portuguesa.

Nos serviços prestados através de redes de distribuição por cabo e no serviço de DTH existe também a possibilidade de aceder, mediante um pagamento adicional, a conteúdos/serviços interactivos possibilitando, nomeadamente, o acesso ao serviço de aluguer de filmes através da televisão (*video-on-demand* – VOD), a consulta de toda a programação dos serviços de programas televisivos existentes, o acesso a conteúdos informativos e outros.

Neste contexto, considerando que o acesso ao serviço de difusão analógica terrestre não implica qualquer pagamento directo aos operadores de televisão ou difusores, os utilizadores finais que optam por contratar o serviço de televisão através redes de distribuição por cabo ou o serviço de DTH valorizam essencialmente os conteúdos adicionais a que têm acesso.

¹²⁸ Vide protocolo RTP, SIC, TVI em: <http://www.ics.pt/verfs.php?fscod=284&lang=pt>.

Este facto também restringe significativamente qualquer possibilidade de substituíbilidade entre os serviços em análise do lado da procura.

Por fim, deve-se ter em conta que no processo Sogecable / CanalSatelite Digital / Via Digital é referido pela Comissão¹²⁹ que, enquanto que no caso da televisão em sinal aberto (televisão através de redes de difusão terrestre), as variáveis mais importantes passam pelos índices de audiência e pelos preços da publicidade, no caso da televisão paga (incluindo o caso dos conteúdos difundidos através do serviço de DTH e de redes de distribuição por cabo), os factores decisivos são os conteúdos da programação (devendo corresponder aos interesses dos eventuais assinantes) e os preços de subscrição do serviço.

Deve-se também ter em conta que, actualmente em Portugal, só é possível dispor de serviços interactivos e de outras funcionalidades como os Guias de Programação Electrónicos, através das redes de distribuição por cabo e do serviço de DTH, não sendo possível obter os mesmos serviços através das redes de difusão analógica terrestre. Segundo a decisão COMP/2876 – Newscorp / Telepiù da Comissão Europeia de 02.04.2003, este é um elemento a ter em conta numa análise de substituíbilidade entre serviços televisivos gratuitos (disponíveis em Portugal através de redes de difusão analógica terrestre) e pagos (disponíveis em Portugal através das redes de distribuição por cabo e do serviço de DTH).

(b) Conclusão sobre a substituíbilidade do lado da procura

Pelos motivos expostos, tendo em conta que (i) os serviços em causa apresentam diferentes condições de acesso ao serviço por parte do utilizador final (nomeadamente em termos de preço e equipamentos) e (ii) os conteúdos disponibilizados são distintos, o ICP-ANACOM considera que os serviços de difusão em redes de distribuição por cabo e DTH e o serviço de difusão em redes analógicas terrestres não são substitutos do lado da procura.

1.2.3.2. Substituíbilidade do lado da oferta

Como já foi referido, são os operadores de televisão devidamente habilitados que oferecem, no retalho, serviços de difusão televisiva terrestre no território nacional (nomeadamente, RTP1, a RTP2, SIC, TVI). No caso das redes de distribuição por cabo, o operador da rede é também aquele que mantém uma divisão retalhista, através da qual oferece ao utilizador final um conjunto de conteúdos televisivos que, regra geral, adquire aos operadores de televisão, inclusivamente aos supra referidos operadores do serviço de difusão terrestre.

Note-se que, actualmente, estes serviços de programas disponíveis na rede de difusão analógica terrestre estão já disponíveis em todos os “pacotes” de serviços de programas distribuídos através das redes de distribuição por cabo, o que, por si só, é já um indício de que os operadores de televisão encaram as redes de distribuição por cabo e o serviço de DTH como plataformas de distribuição complementares e não como plataformas alternativas à rede de difusão terrestre.

¹²⁹ Cfr. Decisão COMP/M.2845 – “Sogecable / CanalSatelite Digital / Via Digital”, de 14.08.2002.

Outra barreira que impede uma substituição entre o serviço de difusão analógica terrestre e o serviço de DTH e a difusão através de redes de distribuição por cabo e que tem que ser considerada no caso do operador do serviço público de televisão (Rádio e Televisão de Portugal, S.G.P.S., S.A.), passa pelo facto de este se encontrar obrigado a assegurar a existência dos meios necessários e adequados à prestação desse serviço, de acordo com o estipulado nos contratos de concessão geral e concessão especial do serviço público de televisão, que vigoram respectivamente durante dezasseis e oito anos.

O ICP-ANACOM verifica que atendendo à evidência dos factores acima explicitados, na eventualidade de um aumento pequeno mas significativo e não transitório (e.g. 10%) do preço de retalho das ofertas suportadas em redes de distribuição por cabo e no serviço de DTH, não existiria uma substituição, por parte dos operadores de televisão, da utilização da rede de difusão analógica terrestre, pela rede de distribuição por cabo e o serviço de DTH.

Deve-se também considerar o efeito que o aumento de preços do serviço de difusão nas redes de distribuição por cabo no retalho por um monopolista hipotético poderia ter na decisão de um operador de televisão (ou outro possível entrante) em desenvolver uma rede própria de distribuição por cabo ou adquirir capacidade num *transponder* e passar a disponibilizar uma oferta retalhista com um pacote de serviços de programas adicionais ao(s) seu(s). Assim, (i) o montante dos investimentos (custos afundados) envolvidos nesta decisão, (ii) a necessidade de chegar a acordo com outros produtores ou detentores de conteúdos televisivos a incluir no “pacote” de serviços de programas e (iii) a necessidade de reorganização interna de modo a adaptar uma estrutura que não prevê actualmente contactos comerciais com o utilizador final, levam a que o ICP-ANACOM não considere viável tal hipótese.

A possibilidade (remota e impraticável segundo os moldes actuais da difusão terrestre) de o serviço de difusão analógica televisiva terrestre passar a ser pago pelo utilizador final, ou mesmo de um eventual aumento pequeno mas significativo e não transitório (e.g. 10%) das receitas do operador de televisão provenientes do mercado publicitário, não são também cenários que possibilitem a decisão de um operador de televisão suportado em redes de distribuição por cabo passar a suportar-se em redes de difusão analógica televisiva terrestre. A este respeito, note-se que para que um operador passasse a difundir através da rede de difusão analógica televisiva terrestre teria de existir espectro disponível, teria que ser decidido abrir concurso para atribuir esse espectro e, posteriormente, teria que ser atribuída a esse operador a licença de utilização do espectro.

A decisão da Comissão referente ao caso Bertelsmann / Kirch / Premiere refere¹³⁰ existirem diferenças de natureza técnica entre os serviços de televisão gratuita (em Portugal, prestados através da rede de difusão analógica terrestre) e não gratuita (em Portugal, prestados através de redes de distribuição por cabo e do serviço de DTH) relacionadas com o equipamento adquirido pelo utilizador final e com a tecnologia e infra-estruturas de transmissão e sistema de gestão de assinaturas utilizada pelo operador.

¹³⁰ Cfr. Decisão IV/M993, Bertelsmann / Kirch / Premiere, de 27.05.1998.

Assim, o ICP-ANACOM, tendo em conta as condicionantes referenciadas e a expectativa da transição da difusão analógica televisiva terrestre para a digital estar concluída em 2012, não considera provável que um operador de televisão suportado em redes de distribuição por cabo ou utilizando o serviço de DTH considere a rede de difusão analógica televisiva terrestre como uma rede alternativa à que utiliza actualmente, e vice-versa. Esta impossibilidade é tanto maior quando o QNAF aprovado não prevê mais frequências para o serviço analógico televisivo terrestre.

1.2.3.3. Conclusão: Serviços de difusão televisiva através de redes de difusão analógica terrestre vs Serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e DTH

Entende-se que os serviços de difusão televisiva através da rede analógica terrestre e os serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e de DTH não estão incluídos no mesmo mercado relevante.

1.2.4. Serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada (FM) vs. Serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada (AM – Onda Média)

1.2.4.1. Substituibilidade do lado da procura

O envio de informação sonora através de ondas rádio é efectuado fundamentalmente de duas formas: modulando a amplitude da onda ou modulando a sua frequência. A transmissão de um sinal rádio variando a amplitude do sinal é designada por transmissão em amplitude modulada (AM), podendo ser realizada em onda curta, onda média ou onda longa, enquanto que transmissões que utilizam a variação da frequência são designadas por transmissões em frequência modulada (FM).

A transmissão em amplitude modulada pode ser realizada utilizando diferentes faixas de frequências. A transmissão em Onda Média é uma das formas mais comuns de transmissão de conteúdos sonoros em AM, tendo a transmissão de conteúdos sonoros em onda curta¹³¹ (2.300 – 26.100 kHz) e em onda longa¹³² (153 – 279 kHz) uma menor expressão no mercado. Neste sentido, na presente análise de mercado, o ICP-ANACOM apenas considerará como relevante a transmissão em onda média.

As transmissões em AM em onda média são efectuadas numa faixa de frequências entre os 535 kHz e os 1605 kHz, sendo possível que as ondas rádio transmitidas em onda média se propaguem por grandes distâncias, ultrapassando alguns obstáculos geográficos (relevo). Contudo, a qualidade da recepção de ondas rádio em onda média é reduzida. De facto, a

¹³¹ Sistema de emissão electromagnética utilizado por muitas estações radiofónicas para levar os seus programas além fronteiras.

¹³² Emissão por ondas electromagnéticas, não utilizado em Portugal, mas popularizado na maioria dos países francófonos.

amplitude de uma onda rádio pode ser afectada por vários factores (e.g. condições meteorológicas ou existência de equipamento que emita radiações perturbadoras), condicionando significativamente a qualidade da recepção em onda média.

A recepção de uma onda rádio em FM não é afectada pela existência de variações na amplitude da onda, assegurando uma qualidade de recepção bastante superior e não tão dependente de factores externos. A difusão de sinais rádio em FM, ao contrário da difusão em AM (onda média), permite a utilização do RDS¹³³ e de todas as funcionalidades que lhe estão associadas, possibilitando acrescentar valor aos conteúdos transmitidos ao ouvinte.

Também se verifica que o número de serviços de programas radiofónicos a transmitir em modulação FM é muito superior ao número de serviços de programas radiofónicos que transmitem em modulação AM (onda média) – vide **Quadro 2** e **Quadro 3**. Note-se que em Dezembro de 2005, em Portugal Continental existiam quatro rádios a transmitir em modulação AM (onda média), número que compara com as mais de trezentas rádios que transmitiam em modulação FM. Assim, apesar de os receptores actuais possibilitarem a recepção de transmissões AM e FM, é inegável que os utilizadores finais associam à transmissão em FM uma maior diversidade de emissões disponíveis. A explicação para a existência de um maior número de rádios a utilizar uma difusão em FM passa, para além da mais elevada qualidade de som existente na difusão em FM, pelo facto de, esse tipo de modulação dispor de uma maior disponibilidade de espectro e por a zona de influência (interferência) de uma estação em FM ser significativamente menor do que a de uma estação em AM (onda média), permitindo uma reutilização mais frequente de frequências similares.

Atendendo às diferenças existentes entre a difusão em onda média e a difusão em FM, nomeadamente, a diferente qualidade de recepção, a quantidade de emissões disponíveis que resulta numa diversidade de conteúdos, e a existência de diferentes funcionalidades e valor associados, o ICP-ANACOM conclui que os serviços de difusão sonora em AM (onda média) e os serviços de difusão sonora em FM não são substitutos do lado da procura. Atendendo às diferentes características e potencialidades destas formas de recepção, os utilizadores finais encaram estes serviços como complementares e não como substitutos.

1.2.4.2. Substituibilidade do lado da oferta

No entender do ICP-ANACOM, os operadores radiofónicos, tal como os utilizadores finais (ouvintes) encaram a transmissão em AM (onda média) ou FM como possibilidades que se complementam e não como substitutas. Sendo a transmissão em FM a forma de transmissão mais utilizada, uma vez que permite uma melhor qualidade na recepção pelo utilizador final e a associação aos conteúdos áudio transmitidos de alguns dados que acrescentam valor ao serviço final oferecido (sistema RDS), a transmissão em AM (onda média) é utilizada para chegar a utilizadores ou a zonas de cobertura com características e necessidades diversas. De facto, verifica-se que, na sua maioria, os operadores radiofónicos emitem em FM, sendo que aqueles que difundem em onda média são operadores que possuem igualmente emissões em FM.

¹³³ *Radio Data System.*

1.2.4.3. Conclusão: Serviços de difusão sonora através de redes terrestres analógicas em frequência modulada (FM) vs. Serviços de difusão sonora através de redes terrestres analógicas em AM (Onda Média)

O ICP-ANACOM considera que os serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada e os serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada não estão incluídos no mesmo mercado relevante.

1.3. Conclusão sobre a definição dos mercados de produto retalhistas

Tendo em conta a análise efectuada o ICP-ANACOM identifica os seguintes mercados relevantes do produto relacionados com o fornecimento de serviços de difusão para a entrega de conteúdos a utilizadores finais:

Difusão Televisiva

- Difusão televisiva através de redes analógicas terrestres;
- Difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e do serviço de DTH;

Difusão Sonora

- Difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada;
- Difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada.

1.4. Definição do mercado geográfico

Após a identificação do(s) mercado(s) do produto relevante(s), é necessário definir a sua dimensão geográfica.

De acordo com as Linhas de Orientação, “*o mercado geográfico relevante inclui uma área na qual as empresas em causa participam na oferta e procura dos produtos ou serviços relevantes, onde as condições de concorrência são semelhantes ou suficientemente homogêneas e que podem ser distinguidas das áreas vizinhas onde as condições de concorrência prevaletentes são consideravelmente diferentes*”¹³⁴.

No sector das comunicações electrónicas, o âmbito geográfico do mercado relevante tem sido tradicionalmente definido em função de dois critérios principais:

- A existência de instrumentos legais e regulamentares, nomeadamente, restrições associadas à licença/autorização, obrigações tarifárias e de prestação de serviços; e
- A área abrangida por uma rede.

¹³⁴ Cf. Linhas de Orientação §56.

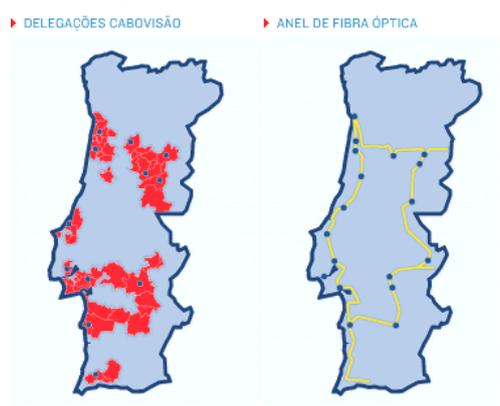
Serviços de Difusão Televisiva

De acordo com o Decreto-Lei n.º 292/91, de 13 de Agosto e, posteriormente, o Decreto-Lei n.º 241/97 que regulavam o exercício da actividade de operador de rede de distribuição de televisão por cabo, as autorizações para o exercício da referida actividade eram concedidas por zona geográfica, correspondendo esta aos limites de um ou vários municípios¹³⁵.

É nessa perspectiva que foram criadas, no caso da PT Multimédia, várias sociedades com zona de actividade delimitada em função dos municípios onde prestavam serviços de televisão através de redes de distribuição por cabo, funcionando como subsidiárias da CATVP – TV Cabo Portugal, SA. Posteriormente, em Outubro de 2002, a PT Multimédia comunicou ter sido aprovado o projecto de fusão que consubstanciava uma incorporação na CATVP – TV Cabo Portugal das sociedades por si integralmente detidas e de todo o património destas¹³⁶. Na sequência da referida incorporação a CATVP – TV Cabo Portugal solicitou autorização para proceder à transmissão dos títulos detidos pelas diversas empresas de distribuição por cabo que foram incorporadas para a sua titularidade. O processo de incorporação e de transferência das autorizações para o exercício de actividade de operador de rede de distribuição por cabo foi concluído no início de 2003.

A Cabovisão, por sua vez, tem vindo a alargar a sua área de actuação, tendo já infra-estrutura de transporte numa parte considerável do território nacional (veja-se a **Figura 9**). O facto de, actualmente, vários operadores terem uma área de actuação relativamente reduzida não constitui uma justificação para a definição de mercados geográficos regionais. A dimensão das redes está relacionada com a data em que a entrada no mercado ocorreu, com a estratégia comercial adoptada e, obviamente, com a capacidade de investimento por parte dos operadores.

Figura 9. Rede da Cabovisão



Fonte: Sítio da Cabovisão na Internet (informação recolhida em Abril de 2006).

¹³⁵ Excepto no caso das pessoas colectivas sem fins lucrativos, podendo a zona de actividade ser inferior, de acordo com a proposta apresentada.

¹³⁶ Excepto a Cabo TV Madeirense e a Cabo TV Açoreana que, embora pertencentes ao Grupo PT, não foram incorporadas na TV Cabo, mantendo-se como entidades autónomas que operam respectivamente nas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores. Refira-se ainda que a Cabo TV Madeirense e a Cabo TV Açoreana, embora pertencentes ao grupo PT, nunca foram totalmente detidas pela CATVP.

Conforme referido, no terceiro trimestre de 2006 a percentagem de alojamentos cablados face ao total de alojamentos já era de 79%. Note-se que, no caso da TV Cabo, com a utilização da tecnologia DTH a prestação do serviço pode ser atingida em áreas onde actualmente não existe cobertura através de cabo coaxial.

Acresce que os operadores que utilizam redes de distribuição por cabo praticam, regra geral, a uniformidade tarifária¹³⁷, i.e. aplicam tarifas comuns em todo o território nacional. Estes operadores apresentam também o mesmo “pacote” de serviços de programas disponíveis em todas as zonas em que dispõem de rede.

Quanto às redes de difusão analógicas terrestres, como já mencionado, o regime de atribuição de licenças e autorizações para o exercício da actividade de televisão estipula que os operadores licenciados conjuntamente com o operador de rede de suporte, devem assegurar que as suas emissões cubram, no prazo de cinco anos contados da data da atribuição da licença, 95% do território nacional. Sem prejuízo do referido, as condições gerais constantes dos alvarás atribuídos à TVI e à SIC definem como um dever destes operadores, de acordo com o programa apresentado por estes, a existência de uma cobertura mínima de 95% da população, estando a RTP obrigada, de acordo com o contrato de concessão geral de serviço público de televisão, a assegurar, junto da entidade responsável pela difusão do sinal, progressivamente, a integral cobertura do território nacional.

Tendo em conta as informações acima apresentadas e o facto de, devido à uniformidade tarifária praticada pelos operadores de redes de distribuição por cabo, qualquer resposta destas empresas à alteração das condições de concorrência se reflectir em todo o território nacional, considera-se que os mercados geográficos relevantes nos casos dos mercados de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres e de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e serviço de DTH correspondem ao território nacional.

Serviços de Difusão Sonora

Conforme se pode concluir da observação do **Quadro 2** e do **Quadro 3** existem, na prática:

- três operadores de difusão analógica sonora terrestre com cobertura nacional: a RDP – o operador de serviço público (com três serviços de programas radiofónicos¹³⁸) –, a Rádio Renascença (com dois serviços de programas radiofónicos¹³⁹) e a Rádio Comercial (todos estes operadores a transmitir em AM e em FM);
- dois operadores de difusão analógica sonora terrestre com cobertura regional: a TSF, na zona Norte do país, e a Rádio Clube Português, na zona sul;

¹³⁷ A Lei n.º 5/2004 refere que constitui um direito dos utilizadores de redes e serviços acessíveis ao público, para além de outros que resultem da lei aceder, em termos de igualdade, às redes e serviços oferecidos.

¹³⁸ A Antena 1, a Antena 2 e a Antena 3. Note-se que a RDP procede ao desdobramento das suas emissões, difundindo programação regional através dos seus centros regionais: a RDP Norte (Porto); RDP Centro (Coimbra); RDP Sul (Faro); RDP Madeira (Funchal) e RDP Açores (Ponta Delgada, com estúdios em Angra do Heroísmo e na Horta).

¹³⁹ O Canal 1 e a RFM.

- mais de três centenas de operadores radiofónicos locais analógicos.

Não obstante existirem operadores de âmbito nacional, regional e local, as condições concorrenciais são sensivelmente homogéneas ao longo do território nacional, se bem que as barreiras à entrada na prestação de serviços de abrangência local sejam significativamente inferiores às barreiras à entrada na prestação de serviços de abrangência nacional.

Note-se que a barreira mais significativa à entrada prende-se com a escassez de espectro radioelétrico, sendo que normalmente os operadores de difusão sonora terrestre são verticalmente integrados, não tendo os operadores radiofónicos, após garantirem o licenciamento para utilizarem o espectro disponível, restrições significativas à entrada no mercado.

O facto de as condições concorrenciais serem sensivelmente homogéneas ao longo do território nacional justifica a definição de mercados com abrangência nacional, para cada um dos dois mercados de produto relevantes definidos para a difusão sonora.

1.5. Conclusão: mercado retalhista de difusão

Na sequência da análise efectuada considera-se que, em Portugal, existem os seguintes mercados retalhistas de difusão:

Difusão Televisiva

- Difusão televisiva através de redes analógicas terrestres;
- Difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo e do serviço de DTH;

Difusão Sonora

- Difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada;
- Difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada (Onda Média),

todos abrangendo a totalidade do território nacional.

O ICP-ANACOM considera que os factores considerados nesta análise não se irão alterar a curto/médio prazo, até à realização da próxima definição de mercado e análise de PMS¹⁴⁰.

¹⁴⁰ A próxima definição de mercado será previsivelmente desencadeada logo que: (1) ocorra um facto que altere significativamente as condições de concorrência no mercado ou (2) logo que a Recomendação seja revista no que diz respeito a estes mercados ou (3) no espaço de 18 meses.

1.6. Mercados grossistas conexos

Segundo a Comissão Europeia, “*depois de caracterizados e definidos os mercados retalhistas (...) convém identificar os mercados grossistas relevantes, ou seja, os da procura e da oferta de produtos de terceiros ou fornecidos a terceiros que desejam oferecê-los a utilizadores finais*”¹⁴¹.

Ainda segundo a Comissão, as ARNs “*têm o poder de, como último recurso e após ponderação das circunstâncias, impor regulamentação a nível retalhista a uma empresa que tenha poder de mercado significativo. No entanto, os controlos regulamentares aplicáveis aos serviços retalhistas apenas devem ser impostos quando as ARN considerem que as medidas pertinentes a nível grossista ou medidas conexas não permitem atingir o objectivo de assegurar uma concorrência efectiva*”¹⁴².

Assim, identificam-se de seguida os mercados grossistas conexos e procede-se à respectiva análise da concorrência tendo em vista identificar potenciais empresas com PMS e avaliar se eventuais medidas correctivas são suficientes para assegurar uma concorrência efectiva no “*mercado grossista de serviços de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais*”.

Note-se que, atendendo ao entendimento já explicitado¹⁴³ a Comissão entendeu não identificar qualquer mercado retalhista para efeitos da Recomendação, tendo apresentado “*uma breve caracterização dos serviços retalhistas que é pertinente para os mercados grossistas dos serviços de transmissão e para determinar se devem ser identificados mercados grossistas para efeitos da Recomendação*”¹⁴⁴.

¹⁴¹ Cf. Recomendação da Comissão, considerando (7).

¹⁴² Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 4.

¹⁴³ “Os serviços de comunicações electrónicas incluem serviços de transmissão em redes utilizadas para a radiodifusão, mas excluem os serviços que fornecem ou exercem controlo editorial sobre os conteúdos transmitidos através das redes e serviços de comunicações electrónicas. A oferta de serviços de radiodifusão não se insere, por conseguinte, neste quadro regulamentar, que, pelo contrário, abrange as redes e recursos conexos utilizados para o fornecimento de serviços de radiodifusão”. Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 4.4.

¹⁴⁴ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 4.4.

2. DEFINIÇÃO DO MERCADO GROSSISTA DOS SERVIÇOS DE DIFUSÃO

Uma vez caracterizados e definidos os mercados retalhistas de difusão para entrega de conteúdos a utilizadores finais, num dado horizonte temporal, e das pressões concorrenciais a que o mesmo está sujeito (quer do lado da procura, quer do lado da oferta) serve a presente secção para verificar se as relações identificadas ao nível do retalho se mantêm, de forma equivalente, a nível grossista.

Conforme metodologia adoptada na Recomendação¹⁴⁵ para definir e identificar os mercados grossistas é necessário ter em conta os mercados retalhistas adjacentes, uma vez que a procura de serviços grossistas deriva geralmente da procura dos serviços de retalho oferecidos aos utilizadores finais.

A este respeito refira-se novamente que o ICP-ANACOM considera que os serviços grossistas de difusão por satélite estarão integrados num eventual mercado relevante transnacional. Acresce que, caso a Comissão Europeia venha a tomar uma decisão identificando mercados transnacionais e venham a ser dadas orientações sobre como tratar o mercado da difusão por satélite, as ARNs devem efectuar a análise deste mercado em conformidade.

Nesse sentido, apesar de, a nível retalhista, devido à relevância do serviço de DTH em Portugal, ter-se efectuado uma análise deste serviço e integrado no mesmo mercado retalhista que os serviços de difusão através de redes de distribuição por cabo, esta Autoridade não identificará nem analisará mercados que incluam os serviços grossistas de difusão por satélite.

Já foi mencionado que a Comissão Europeia identificou, na Recomendação, 18 mercados relevantes de comunicações electrónicas cujas características poderão justificar a imposição de obrigações regulamentares ex-ante, tendo definido, em particular, o “*mercado grossista de serviços de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais*”.

O ICP-ANACOM baseia a presente análise na Recomendação da Comissão Europeia, tendo sempre em consideração o mercado identificado pela Comissão. Esta Autoridade considera importante, em linha com o previsto na Recomendação, avaliar se é adequado segmentar o mercado identificado pela Comissão em mercados mais restritos e que correspondam de forma mais adequada às características específicas do mercado português.

De facto, consta da Recomendação¹⁴⁶ que os “*mercados definidos a nível nacional para efeitos de análise do mercado podem diferir numa série de aspectos dos mercados identificados na Recomendação*”, referindo como exemplo possível a definição a nível nacional de um mercado mais restritivo que o mercado identificado pela Comissão.

Esta Autoridade tem também em conta que todos os Estados-Membros que efectuaram a análise ao mercado em consideração verificaram que seria adequado identificar mercados mais restritos. A Comissão Europeia reconhece este facto, constando da Comunicação da Comissão

¹⁴⁵ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 3.1.

¹⁴⁶ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 3.1.

Europeia relativa à revisão do Quadro Regulamentar dos serviços e redes de comunicações electrónicas que¹⁴⁷: “*so far all NRAs have in the first round of market analysis narrowed the definition of the wholesale market for broadcasting transmission services so as to identify a separate product market for transmission services over the predominant platform(s) in their country*”. É ainda referido pela Comissão Europeia que “*at the wholesale level, as indicated above, buyers of broadcasting transmission services (i.e. free to air broadcasters, pay broadcasters and pay platforms) consider broadcasting transmission services provided over different platforms (i.e. terrestrial, cable, satellite or DSL, where available) as complementary rather than substitutes. Thus, in line with the notifications that the Commission has received so far, this market can be segmented by platform*”.

Para a identificação de eventuais mercados grossistas mais restritos associados à difusão e partindo da definição e caracterização dos mercados retalhistas já realizada, de forma consistente com os princípios da lei da concorrência, considera-se adequado averiguar sobre a possibilidade de:

- O fornecimento grossista de serviços de difusão sonora e o fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva;
- O fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres e o fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo;
- O fornecimento grossista de serviços de difusão sonora em modulação de amplitude (AM – Onda Média) e o fornecimento grossista de serviços de difusão sonora em modulação de frequência (FM),

se encontrarem no mesmo mercado grossista de serviços de difusão ou em mercados grossistas separados.

2.1. Mercado do Produto

Tal como efectuado na análise de substituíbilidade realizada no mercado retalhista, o ICP-ANACOM considerará, para além da substituíbilidade do lado da procura e do lado da oferta, a existência de concorrência potencial.

¹⁴⁷ Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the Review of the EU Regulatory Framework for electronic communications networks and services – COM (2006) 334.

2.1.1. Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora vs fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva

2.1.1.1. Substituibilidade do lado da procura

A possibilidade de um prestador que disponibiliza conteúdos televisivos ao utilizador final manter essa disponibilização mas utilizar para o efeito serviços grossistas de difusão sonora, e vice-versa, está em muito dependente das relações comerciais já existentes, estabilizadas e formalizadas e das condições técnicas associadas à oferta destes dois tipos de difusão. Essas condições serão analisadas na secção seguinte.

Sem prejuízo do mencionado, o ICP-ANACOM verifica que, do lado da procura, a existência de exigências significativas em termos de cobertura e as obrigações inerentes à actividade de operador de televisão, especialmente no caso dos operadores que utilizam o espectro hertziano, limitam significativamente a possibilidade de um operador de televisão que utilize a rede de difusão televisiva terrestre passar a utilizar uma rede de difusão radiofónica terrestre, e vice versa.

2.1.1.2. Substituibilidade do lado da oferta

Os dados remetidos pelo Grupo PT indiciam que a potência dos equipamentos de difusão de conteúdos sonoros utilizados pela RDP é, em geral, superior à potência dos equipamentos associados à difusão de conteúdos televisivos. Estes dados não estão de acordo com a referência do ICP-ANACOM a que seria necessária uma potência superior no caso da difusão de conteúdos televisivos em redes terrestres. Nesse sentido, este aspecto será corrigido na decisão final.

Os dados remetidos pelo Grupo PT demonstram que, nos últimos [início de informação confidencial – IIC] [fim de informação confidencial – FIC] locais de difusão construídos de raiz pela PTC, a grande maioria dos custos está associada à construção de infra-estruturas¹⁴⁸. Tal facto pode demonstrar que os custos associados ao equipamento são uma pequena parcela dos custos totais, o que indicia que o essencial é possuir um local de difusão que disponibilize as condições técnicas adequadas à difusão dos conteúdos e possua os equipamentos necessários a essa difusão, potenciando o grau de substituibilidade do lado da oferta entre locais específicos de difusão terrestre de conteúdos televisivos e radiofónicos, ou mesmo entre outras formas de transmissão de dados. A este respeito, há que considerar a informação também remetida pelo Grupo PT que indica que, dos últimos [IIC] [FIC] locais em que existiu instalação de novos retransmissores, apenas [IIC] [FIC] (ou seja, menos de um terço) foram construídos de raiz, sendo os restantes instalados em locais de feixes hertzianos ou BTS.

No entanto, esses dados apenas se referem à última fase de construção da rede, estando em causa complementos pontuais à cobertura da rede.

¹⁴⁸ Torre, energia eléctrica e local de alojamento do equipamento.

O ICP-ANACOM mantém o entendimento de que as diferentes faixas de frequência utilizadas na difusão de conteúdos radiofónicos e na difusão de conteúdos televisivos são um factor que limita significativamente a existência de substituíbilidade do lado da oferta entre essas duas formas de difusão. Se bem que, a utilização de frequências mais baixas na difusão terrestre de conteúdos radiofónicos possa implicar torres e antenas menos complexas, também é verdade que a área coberta pelos locais de difusão é maior, sendo necessários menos pontos emissores para assegurar uma cobertura nacional. Este facto é confirmado pelos dados remetidos pelo Grupo PT que indicam que a rede de difusão terrestre de conteúdos televisivos daquela empresa é constituída por um número de locais de difusão cerca de quatro vezes superior à rede de difusão da RDP. Assim, pode-se afirmar que, ainda que seja possível transformar um local específico de difusão radiofónica analógica terrestre num local que possibilite a difusão de conteúdos televisivos sem custos impeditivos, não será possível concluir o mesmo quanto à conversão e construção de uma rede global de difusão terrestre de conteúdos televisivos. É exactamente esta a perspectiva de um operador de uma rede de difusão terrestre para a difusão de conteúdos radiofónicos que eventualmente pondere converter a sua rede numa rede de difusão terrestre de conteúdos televisivos, não sendo possível concluir pela existência de substituíbilidade entre as estruturas globais de ambas as redes. Note-se que os custos de conversão de uma rede nestas condições passariam, não só pelos custos do equipamento (nos locais de difusão substituíveis), mas também pelos custos de construção de centenas de novas infra-estruturas (nos locais onde fosse necessário assegurar uma cobertura mais ampla), ganhando uma dimensão substancialmente superior e certamente impeditiva de tal substituição.

A faixa de frequências definida para a difusão analógica sonora em frequência modulada corresponde às frequências situadas entre os 87,5 MHz e os 108 MHz¹⁴⁹. A difusão de conteúdos televisivos é efectuada, regra geral, em bandas de frequências superiores (vide **Quadro 23**).

¹⁴⁹ Em amplitude modulada as frequências utilizadas são ainda mais baixas.

Quadro 23. Frequências utilizadas na difusão televisiva

Entidade		Faixas de Frequências [MHz]	Nº de canais de utilização partilhada
Rádio Televisão Portuguesa - RTP	RTP1	47 – 68	3
		174 – 216	6
		470 – 582	14
		582 – 822	25
	RTP AÇORES	174 – 216	6
		470 – 582	2
		582 – 822	7
	RTP MADEIRA	174 – 216	6
		470 – 582	2
		582 – 822	5
	RTP2	47 – 68	1
		174 – 216	1
470 – 582		14	
582 – 822		28	
Sociedade Independente de Comunicação, SA	SIC	174 – 216	1
		470 – 582	11
		582 – 822	26
Televisão Independente, SA	TVI	470 – 582	12
		582 – 822	23

Fonte: ICP-ANACOM – Quadro Nacional de Atribuição de Frequências.

Os sinais emitidos em frequências mais baixas tendem a propagar-se a distâncias mais longas, sendo um factor relevante no desenvolvimento e construção das redes associadas à difusão de conteúdos de televisão e rádio. Tal facto permite, por exemplo, a utilização de potências de transmissão nos emissores dos operadores de difusão sonora terrestre mais reduzidas comparativamente com os emissores televisivos.

Apesar de os emissores dos operadores de difusão sonora terrestre poderem estar situados em localizações próximas dos emissores utilizados para difundir conteúdos televisivos, a adaptação da rede por forma a passar a difundir conteúdos televisivos poderá envolver alguns custos significativos, não sendo imediata.

Atendendo ao exposto, não se considera possível que um fornecedor grossista de serviços de difusão sonora inicie uma actividade grossista para fornecimento de serviços de difusão televisiva na sequência de um aumento pequeno mas significativo e não transitório (e.g. 10%) no preço deste serviço, e vice-versa.

2.1.1.3. Conclusão: Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora vs Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva

Conclui-se que o fornecimento grossista de serviços de difusão sonora e o fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva não estão incluídos no mesmo mercado relevante.

2.1.2. Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres vs Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo

2.1.2.1. Substituibilidade do lado da procura

O ICP-ANACOM concluiu, na análise de substituibilidade do lado da oferta realizada ao mercado retalhista de serviços de difusão televisiva, não ser previsível que um prestador que disponibilize conteúdos televisivos através de uma rede de difusão analógica terrestre passe a disponibilizar esses conteúdos através de uma rede de distribuição por cabo, na sequência de um aumento pequeno mas significativo e não transitório (e.g. 10%) no preço das ofertas retalhistas de televisão por cabo, e vice-versa.

Essa conclusão foi suportada (i) na relação de complementaridade do cabo relativamente à difusão terrestre, (ii) nas obrigações constantes nas licenças dos operadores de televisão que utilizam a rede de difusão analógica terrestre e (iii) nas limitações de espectro para emitir conteúdos televisivos através da rede analógica terrestre, mantendo estas razões relevância na situação em apreço.

Deste modo, pelos motivos referidos, o ICP-ANACOM considera não ser previsível que um prestador que disponibilize conteúdos televisivos através de uma rede de difusão analógica terrestre altere a sua procura de serviços grossistas de difusão televisiva e passe a disponibilizar esses conteúdos através uma rede de distribuição por cabo na sequência de um aumento pequeno mas significativo e não transitório (e.g. 10%) no preço grossista de utilização da rede de difusão analógica terrestre, e vice-versa.

2.1.2.2. Substituibilidade do lado da oferta

Os custos envolvidos no desenvolvimento de uma rede de distribuição por cabo ou de uma rede de difusão analógica terrestre, associados à quase total inexistência de similaridades (que possibilitariam uma poupança de custo no desenvolvimento ou transformação de uma rede) entre as redes e serviços em consideração, levam a que se considere não existir qualquer relação de substituibilidade do lado da oferta entre as actividades em causa.

2.1.2.3. Conclusão: Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres vs Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo

Atendendo ao explicitado, entende-se que o fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres e o fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo não estão incluídos no mesmo mercado relevante.

2.1.3. Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada (FM) vs. Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada – AM (Onda Média)

2.1.3.1. Substituibilidade do lado da procura

Já se referiu nesta análise que a maioria dos operadores radiofónicos optam por difundir em FM, estando a opção pela difusão sonora em onda média relacionada com a necessidade de realizar a transmissão em condições muito específicas ou com o facto de já disporem de cobertura nacional em transmissão em FM e, por essa razão, encararem a transmissão em AM em onda média como uma possibilidade complementar de alcançarem ouvintes com características particulares.

Tendo em conta o mencionado, o ICP-ANACOM considera que, do lado da procura, o fornecimento grossista de serviços difusão de rádio em AM (onda média) e FM não são substitutos.

2.1.3.2. Substituibilidade do lado da oferta

Já se concluiu nesta análise que a difusão sonora em onda média e FM apresentam características bastante diversas, nomeadamente no que diz respeito ao modo de propagação das ondas em virtude das diferentes faixas de frequências utilizadas, e qualidade da emissão. De facto, as áreas de cobertura associadas a um ponto de emissão são significativamente superiores na difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada. Veja-se, por exemplo, no **Quadro 2** e no **Quadro 3**, o número de emissores utilizados pelas rádios de abrangência nacional que emitem em onda média e FM¹⁵⁰. Tendo em conta este pressuposto, a localização destes pontos de emissão é definida de forma específica para cada tipo de modulação (AM em onda média ou FM) o que poderá constituir uma barreira significativa a um aproveitamento eficaz das infra-estruturas desenvolvidas para efectuar a difusão sonora usando uma modulação distinta.

Acresce que as características do equipamento utilizado nos dois tipos de emissão são também específicas, especialmente na difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada.

Os aspectos mencionados levam a que o ICP-ANACOM considere que, a nível grossista, não existe uma relação de substituibilidade entre o fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em FM e o fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em AM (onda média).

¹⁵⁰ Em Portugal Continental, a RDP dispõe de 18 emissores e retransmissores em AM e de 37 em FM, a Renascença tem 13 emissores e retransmissores em AM e 24 em FM e a Rádio Comercial emite através de 10 emissores e retransmissores em AM e 18 em FM.

2.1.3.3. Conclusão: Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em FM vs. Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em AM (Onda Média)

O ICP-ANACOM considera que os serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada e os serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada (Onda Média) não estão incluídos no mesmo mercado relevante.

2.2. Definição do mercado geográfico

O ICP-ANACOM não vê razão que justifique a definição de um mercado geográfico a nível grossista distinta da adoptada para o mercado retalhista de serviços de difusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais, isto é, abrangendo a totalidade do mercado nacional para todos os mercados grossistas identificados.

No caso específico do fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo, reconhece-se que, apesar de poderem existir dois ou três operadores a prestar serviços num mesmo concelho, existem situações em que as redes desses operadores não são coincidentes o que poderia justificar a definição de mercados geográficos mais restritos correspondentes à área de influência de cada rede de distribuição. Note-se porém que a rede do principal operador tem uma abrangência muito significativa do território nacional e ainda mais relevante no que diz respeito à cobertura de habitações em território nacional. Assim, considerando também os argumentos já apresentados na definição do mercado retalhista¹⁵¹ e verificando que a análise e conclusão referente à necessidade de regulação *ex-ante* efectuada na secção seguinte deste documento não sofreriam alterações significativas, o ICP-ANACOM entende que o mercado tem âmbito nacional.

A eventual definição de mercados geográficos mais restritos não resultaria também numa análise de PMS distinta.

2.3. Conclusão

Na sequência da análise efectuada considera-se que, em Portugal, existem os seguintes mercados grossistas de difusão:

Difusão Televisiva

- Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres;

¹⁵¹ Ainda que incluindo o serviço de DTH.

- Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo;

Difusão Sonora

- Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada;
- Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada (onda média),

todos abrangendo a totalidade do território nacional.

O ICP-ANACOM considera que os factores considerados nesta análise não se irão alterar a curto/médio prazo, até à realização da próxima definição de mercado e análise de PMS.

2.4. Mercados susceptíveis de regulação *ex-ante*

A Comissão considera que os mercados identificados para efeitos de regulação *ex-ante* deverão obedecer a três critérios cumulativos¹⁵²:

- Obstáculos à entrada e ao desenvolvimento da concorrência: persistência de fortes obstáculos à entrada, sejam de natureza estrutural, jurídica ou regulamentar.
- Aspectos dinâmicos: verificar se as características do mercado não conduzirão a uma concorrência efectiva num horizonte temporal pertinente, sem necessidade de intervenção regulamentar *ex-ante*. A aplicação deste critério implica o exame da situação da concorrência por detrás dos obstáculos à entrada.
- Eficácia relativa do direito da concorrência e da regulamentação *ex-ante* complementar: suficiência do direito da concorrência por si só para suprir as insuficiências persistentes no mercado.

Analisar-se-á de seguida, à luz dos três critérios mencionados, a relevância dos mercados identificados supra para efeitos de regulação *ex-ante*.

2.4.1. Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres

O ICP-ANACOM considera que o mercado em análise é caracterizado pela existência de fortes obstáculos à entrada de carácter persistente (e.g. elevados custos afundados ou dificuldades na

¹⁵² Cf. Recomendação (9).

colocação de postes¹⁵³ em algumas localizações importantes para a prestação do serviço), não existindo indícios de que o mercado evolua para uma situação de concorrência efectiva num horizonte temporal pertinente. O ICP-ANACOM entende que a estrutura actual do mercado não permite considerar que o direito da concorrência seja suficiente para ultrapassar as limitações concorrenciais identificadas, que serão explicitadas na secção 3 deste documento.

2.4.2. Fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo

Como ponto prévio, antes de efectuar uma análise do cumprimento, de forma cumulativa, dos 3 critérios neste mercado é importante voltar a mencionar que o operador da rede de distribuição por cabo é verticalmente integrado, possuindo uma divisão retalhista, através da qual oferece e cobra ao utilizador final um conjunto de conteúdos televisivos que adquire aos operadores de televisão. Assim, com base na noção de fornecimento interno, pode considerar-se a existência de um hipotético serviço grossista de radiodifusão televisiva através de redes de distribuição por cabo, em que, cada operador fornece a si próprio os inputs necessários para a prestação dos serviços retalhistas. Esta possibilidade é assumida pela Comissão Europeia na Consulta Pública sobre a Recomendação sobre mercados Relevantes¹⁵⁴ tendo também o ICP-ANACOM já utilizado a noção de fornecimento interno, por exemplo, no mercado grossista de acesso em banda larga, considerando que cada operador possui duas divisões: a que presta serviços grossistas e a que presta serviços retalhistas, sendo que a primeira é a fornecedora da segunda.

Atendendo ao referido é também essencial considerar o fornecimento interno, quer na definição do mercado, quer no cálculo das quotas de mercado¹⁵⁵. Devido à inexistência actual de ofertas grossistas que não se enquadram no fornecimento interno de serviços grossistas de radiodifusão televisiva, as quotas do mercado grossista de radiodifusão televisiva são calculadas com base no retalho.

A outro nível, verifica-se igualmente que os operadores de televisão por cabo disponibilizam ao utilizador final vários “pacotes” que agregam de várias formas os conteúdos que transmitem (vide **Quadro 9**).

O mercado em análise abarca unicamente serviços de comunicações electrónicas que possibilitam a prestação de serviços de radiodifusão ao utilizador final, não estando no âmbito da presente análise as condições de acesso dos operadores de televisão aos “pacotes” de serviços de programa dos operadores de redes de televisão por cabo¹⁵⁶, nem as condições existentes no mercado de negociação de conteúdos. A este respeito, a Comissão

¹⁵³ Estrutura em que são fixados os emissores e retransmissores utilizados no âmbito da prestação do serviço de difusão.

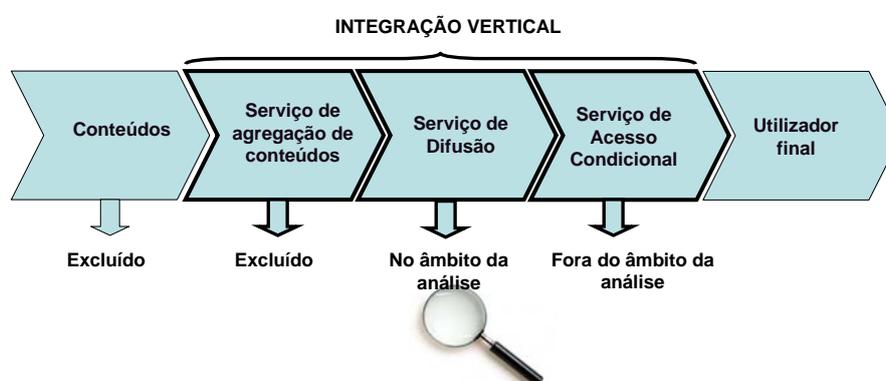
¹⁵⁴ Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the Review of the EU Regulatory Framework for electronic communications networks and services – COM (2006) 334 – vide http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomms/doc/info_centre/public_consult/review/recommendation_final.pdf.

¹⁵⁵ Vide, por exemplo, acórdão de 22.10.2002 relativo ao processo T-310/01, Schneider Electric SA contra Comissão das Comunidades Europeias.

¹⁵⁶ I.e. a serviços de agregação de conteúdos.

esclareceu na Consulta Pública sobre a Recomendação sobre mercados Relevantes¹⁵⁷ que: “*Pay platforms aggregate free-to-air and pay channels through their own platform (for example, in case of a vertically integrated cable operator acting both as a pay platform and as a transmission service provider) or through a third party’s transmission platform (for example a satellite transmission service provider). Whereas the transmission services a pay platform purchases (captively or on the merchant market) are electronic communications services and fall under the regulatory framework, the relationship between the individual broadcasters and the pay platform concerns a content aggregating service and does not fall under the regulatory framework.*”

Figura 10. Cadeia de valor do fornecimento grossista de serviços de difusão através de redes de difusão por cabo



O exposto supra não significa obviamente que as condições existentes nos mercados mencionados, ainda que fora do âmbito da presente análise, não tenham influência no mercado em consideração e vice-versa. De facto, o ICP-ANACOM considera que o mercado dos serviços de agregação de conteúdos, o mercado dos direitos sobre conteúdos e o mercado do fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo estão profundamente relacionados. Esta Autoridade entende que eventuais problemas existentes num (ou em vários) destes mercados podem, em algumas situações, ter origem ou só ser passíveis de serem completamente ultrapassados com a resolução de eventuais problemas em mercados relacionados, podendo ser importante verificar algumas particularidades dos mercados que podem ter implicações no mercado em análise.

- **Obstáculos à entrada e ao desenvolvimento da concorrência**

O ICP-ANACOM já mencionou que os custos afundados envolvidos no desenvolvimento de uma rede de distribuição por cabo são significativos, podendo constituir uma barreira para a entrada no mercado do fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo. Note-se igualmente que as redes de distribuição por cabo constituem activos especializados e consequentemente têm um baixo valor de liquidação (caso não sejam

¹⁵⁷ COM (2006) 334 - vide http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomms/doc/info_centre/public_consult/review/recommendation_final.pdf.

rentáveis) ou elevados custos de conversão ou transferência o que, aliado a alguns custos fixos de saída, resulta numa significativa barreira à saída do mercado¹⁵⁸.

Neste mercado existem também significativas vantagens associadas a economias de escala e gama ou mesmo relacionadas com o facto de se ser o primeiro operador a assegurar a cobertura de uma dada região. Note-se que um operador que garanta a cobertura de uma dada área geográfica consegue captar, desde logo, os utilizadores que mais valorizam o serviço e que, assim, estão mais dispostos a aderir ao serviço. Nesse sentido, a prestação de um serviço de âmbito nacional através do DTH pode ser um factor importante. Deve-se também ter em conta que após a adesão de um utilizador final a um determinado operador existem sempre custos de mudança caso esse utilizador final pretenda e possa passar a utilizar os serviços de um outro operador (podendo os custos ser suportados pelo utilizador final, pelo operador ou por ambos). Verifica-se também que as barreiras associadas à passagem e disponibilização de cabo coaxial nos prédios e residências sofrem um acréscimo significativo quando um operador de rede de distribuição por cabo já efectuou essa actividade (em alguns casos pode ser mesmo impossível).

O ICP-ANACOM verifica que a TV Cabo, em virtude da sua entrada no mercado no início dos anos 90, da prestação do serviço de DTH e de possíveis sinergias com as restantes empresas do Grupo PT, apresenta condições, atendendo aos obstáculos referenciados, que a levam a usufruir de vantagens significativas relativamente aos restantes operadores.

Gráfico 8. Proporção de casas cabladas relativamente ao total de casas cabladas por operador no final do 1.º Trimestre de 2007 [IC]

[IC]

Às barreiras referenciadas, tendo em conta o actual modelo de negócio existente na difusão de conteúdos televisivos através da rede de distribuição por cabo, nomeadamente, a existência de operadores de rede e distribuidores retalhistas verticalmente integrados, acresce a necessidade de alcançar acordos junto de produtores e detentores de direitos sobre conteúdos a difundir (com potencial interesse para os consumidores) por forma a desenvolver uma oferta diversificada e competitiva no mercado retalhista deste tipo de serviços. Este obstáculo, estando relacionado com a comercialização de conteúdos (isto é, os casos em que um operador de rede de distribuição por cabo pretende adquirir o direito de distribuição de um determinado serviço de programas ou conteúdo, por forma a poder captar mais clientes), como referido supra, não se

¹⁵⁸ Barreiras de saída são factores de ordem económica, estratégica e até emocional, que fazem com que determinadas empresas permaneçam numa indústria, mesmo que obtenham uma baixa ou até negativa rentabilidade.

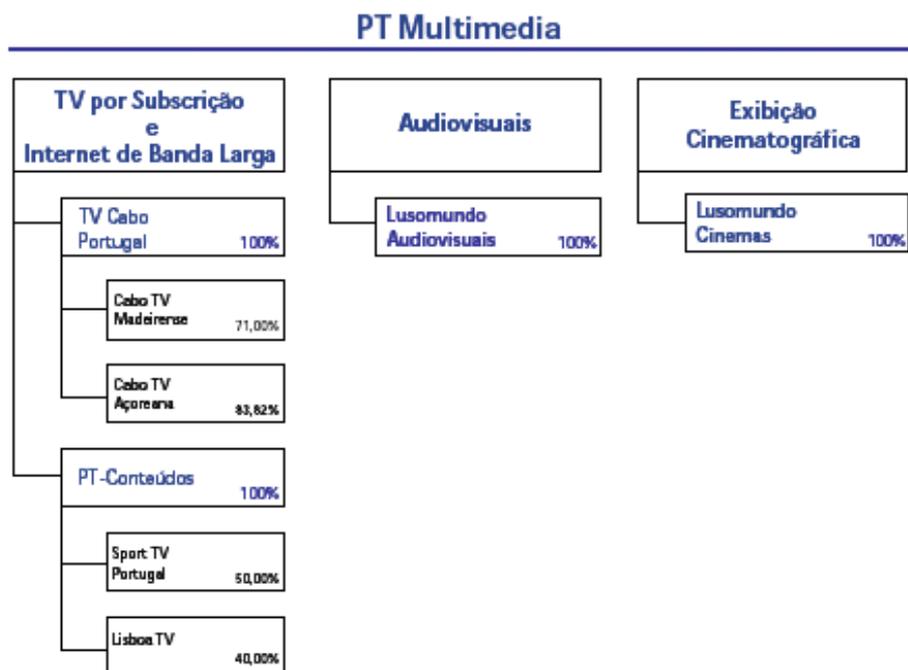
encontra inserido no âmbito da presente análise de mercado. Situações desta natureza foram já apreciadas pela Autoridade da Concorrência¹⁵⁹.

Relativamente à eventual existência de dificuldades no estabelecimento de acordos com detentores de direitos sobre conteúdos e com operadores de televisão de forma a poder apresentar ao utilizador final uma oferta competitiva em termos de conteúdos, não se encontrando inserida no âmbito da presente análise de mercado mas podendo constituir um obstáculo à entrada no mercado, julga-se conveniente analisar a estrutura accionista da PT – Multimédia, empresa que controla a TV Cabo.

Considere-se então a estrutura accionista simplificada da PT – Multimédia, apresentada no Relatório e contas consolidadas de 2006 daquela empresa:

Figura 11. Estrutura simplificada da PT - Multimédia

ESTRUTURA SIMPLIFICADA DA PT MULTIMEDIA EM 31 DE DEZEMBRO DE 2006



Fonte: Relatório e Contas Consolidadas 2006 da PT – Multimédia (disponível em): <http://www.ptmultimedia.pt/pdfs/PTM06-Con.pdf>.

¹⁵⁹ Vide, por exemplo, http://www.autoridadedaconcorrenca.pt/vImages/2003_47_final_net.pdf.

Verifica-se que a PT – Multimédia controla 100% da PT Conteúdos – Actividade de Televisão e de Produção de Conteúdos, S.A. – que “*tem como actividade principal o exercício da actividade de televisão e de produção de conteúdos, produz actualmente os canais Premium de cinema, distribuídos nos canais da TV Cabo Portugal e suas participadas, e efectua ainda a gestão do espaço publicitário de alguns desses canais*”. Adicionalmente, constata-se que a PT Conteúdos controla 50% da SPORT TV Portugal, S.A.¹⁶⁰, que detém os direitos, em regime de exclusividade de alguns programas desportivos, aos quais, os operadores de televisão por cabo atribuem importância fundamental¹⁶¹.

Atendendo ao mencionado, o ICP-ANACOM entende que a TV Cabo tem condições para conseguir e manter o acesso, de forma facilitada, a conteúdos televisivos que, do ponto de vista do utilizador final e dos restantes operadores de redes de distribuição por cabo, são bastante importantes, considerando-se essencial¹⁶² que os diferentes operadores de redes de televisão por cabo tenham acesso aos conteúdos controlados directa ou indirectamente pela TV Cabo, em condições não discriminatórias.

Esta Autoridade verifica, no entanto, que a existência das barreiras à entrada acima mencionadas não tem sido impeditiva da entrada de algumas empresas no mercado, tendo estas empresas vindo, progressivamente, a aumentar a cobertura das suas redes¹⁶³ e o número de assinantes do serviço de distribuição por cabo. O crescimento dos operadores de redes de distribuição por cabo alternativas à TV Cabo tem acontecido exclusivamente através da construção de redes de distribuição por cabo. O desenvolvimento destas redes continua a ser prosseguido e programado, inclusivamente em zonas geográficas em que a TV Cabo já se encontra estabelecida (e.g. Lisboa). Note-se, por exemplo que a TVTEL já anunciou que pretende cobrir com a sua rede os concelhos do Porto, Gaia, Matosinhos, Maia e Valongo, passando a ter acesso a mais 250 mil residências¹⁶⁴. A mesma empresa já anunciou¹⁶⁵ também que irá instalar em Lisboa uma rede 100% em fibra óptica para oferecer serviços integrados de televisão, Internet e telefone, tendo inclusivamente, através do seu sítio na Internet aberto pré-inscrições¹⁶⁶ “para que os potenciais subscritores possam indicar as zonas preferenciais” e “avaliar onde poderá iniciar a instalação da sua rede e analisar quais as zonas prioritárias na região de Lisboa”.

Reconhece-se porém que o crescimento obtido por estes operadores, em virtude da existência das referidas barreiras à entrada e à expansão, não tem permitido a estas empresas rivalizar de

¹⁶⁰ A Sport TV, tem por objecto social o exercício da actividade de televisão, a produção, realização e comercialização de programas relativos a eventos desportivos, a aquisição e revenda de direitos de transmissão televisiva desses eventos e a exploração publicitária dos mesmos.

¹⁶¹ Vide decisões COMP/M.2845 – Sogecable/Canalsatellite Digital/Via Digital e COMP/M2876 – Newscorp/Telepú.

¹⁶² Reitera-se que não se encontra no âmbito da presente análise de mercado.

¹⁶³ Por exemplo, a Cabovisão possui actualmente uma cobertura de 16% das habitações, estando presente em mais de 60 Municípios e 200 freguesias em Portugal continental e possuindo uma rede de telecomunicações constituída por mais de 13 mil Km de fibra óptica e cabo coaxial.

¹⁶⁴ Vide <http://www.tvtel.pt/tvtel.asp>.

¹⁶⁵ Vide <http://www.tvtel.pt/news.asp?id=105&orig=home>

¹⁶⁶ Vide <http://www.tvtel.pt/50mega.asp>.

forma significativa com a TV Cabo em termos de cobertura e de número de clientes, sendo necessário um período de tempo razoável para aumentar a cobertura das redes e, posteriormente, verificarem-se os resultados do investimento efectuado na expansão dessas redes. A este respeito, considera-se que a disponibilização da oferta de referência de acesso às condutas (ORAC) constitui um elemento que pode facilitar a expansão de redes de distribuição alternativas à da TV Cabo.

Assim, o ICP-ANACOM conclui que, atendendo à dimensão das barreiras à entrada (que actuam igualmente como barreiras à expansão) e ao actual estado de desenvolvimento da concorrência, não existindo um bloqueio à entrada no mercado de novas empresas, existem algumas condições concorrenciais assimétricas entre a TV Cabo e os outros operadores de redes de distribuição por cabo, favoráveis à TV Cabo, limitando a contestabilidade do mercado em análise.

Deve-se também referir que algumas das vantagens supramencionadas estariam relacionadas com o “Acordo de Parceria” celebrado entre a SIC, a PT Multimédia e a TV Cabo em Março de 2000 que, de acordo com uma decisão da Autoridade da Concorrência, continha cláusulas anti-concorrenciais¹⁶⁷. O referido acordo atribuía à SIC um direito de preferência no fornecimento de canais temáticos, produzidos em português e em Portugal, para o pacote básico da TV Cabo e atribuía ao Grupo PT Multimédia a comercialização exclusiva dos canais de acesso não condicionados produzidos pela SIC, tendo a Autoridade da Concorrência ordenado a eliminação das referidas cláusulas do acordo.

Existe uma relação significativa entre a existência de barreiras à entrada e os aspectos dinâmicos existentes num mercado. Se por um lado, a existência de barreiras à entrada e à expansão poderá obviamente afectar o dinamismo inerente ao mercado, é também evidente que, por outro lado, as barreiras à entrada existentes podem sofrer uma alteração significativa, ou mesmo deixarem de ter qualquer expressão causadas pela dinâmica existente no mercado. O último caso poderá atingir uma expressão ainda mais significativa quando o dinamismo do mercado é suportado na inovação e no progresso tecnológico, podendo existir concorrência, devido à subsistência de uma ameaça de entrada no mercado de “potenciais inovadores”, entre empresas que não estão ainda a actuar directamente no mercado identificado. Refira-se que a convergência de mercados ou serviços distintos pode ter um efeito similar ao mencionado.

- **Aspectos dinâmicos**

A Recomendação da Comissão refere que *“a aplicação deste critério implica o exame da situação da concorrência por detrás dos obstáculos à entrada, tendo em conta o facto de, mesmo num mercado caracterizado por fortes obstáculos à entrada, poderem existir outros factores estruturais ou características que conduzam a uma concorrência efectiva”*¹⁶⁸.

¹⁶⁷ Vide comunicado 20/2006 da Autoridade da Concorrência em: http://www.autoridadedaconcorrenca.pt/vImages/comunicado2006_20.pdf.

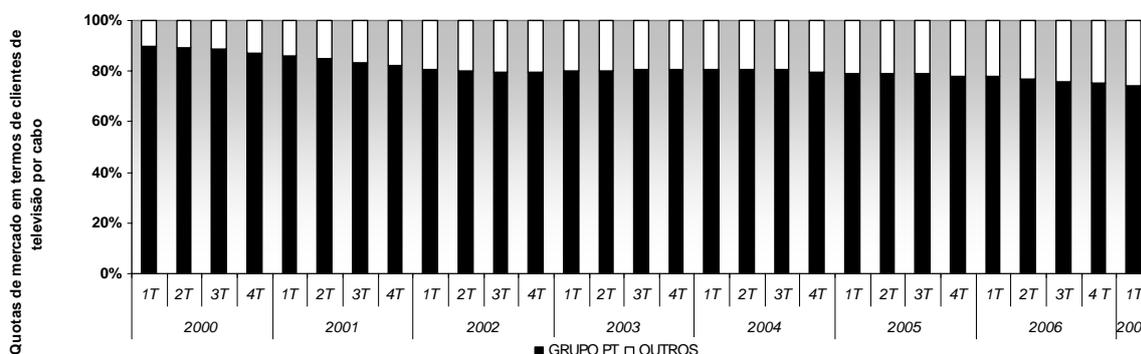
¹⁶⁸ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 3.2.

Refere a Comissão que é o caso “dos mercados que têm um número limitado, mas suficiente, de empresas activas que operam ao abrigo das barreiras à entrada no mercado, com estruturas de custos divergentes e que enfrentam uma procura no mercado que privilegia a elasticidade dos preços”¹⁶⁹.

A análise efectuada aos aspectos dinâmicos existentes no mercado em análise deve essencialmente ter em conta um conjunto de aspectos estruturais e de evidências que indicam se o mercado, prospectivamente, possui, ou não, características que podem justificar a imposição de obrigações. É importante mencionar que a análise prospectiva realizada aos aspectos dinâmicos do mercado não está directamente associada ao período de tempo considerado relevante para a presente análise, podendo considerar-se um período mais alargado. Note-se que a imposição de obrigações tem custos regulatórios que, obviamente, devem ser ponderados relativamente aos benefícios inerentes e à evolução prevista do mercado não só no período de tempo identificado como relevante para a análise, mas também num prazo mais alargado.

Tendo em conta o mencionado e a estrutura do mercado nacional, no qual a entrada de novos operadores tem acontecido, deve-se ter em conta a evolução das quotas de mercado e de eventuais descidas do preço dos serviços.

Gráfico 9. Evolução das quotas no mercado de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo¹⁷⁰ (considerando número de clientes)



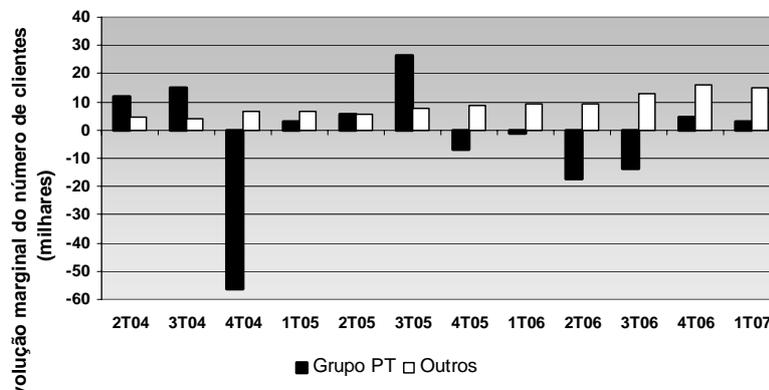
Fonte ICP-ANACOM

Verifica-se que, com a entrada de operadores de redes de distribuição por cabo e com a expansão das redes destes operadores, a quota de mercado do Grupo PT tem vindo a ser reduzida ligeiramente. No primeiro trimestre de 2007, o Grupo PT apresentava uma quota no mercado nacional de 74%.

¹⁶⁹ Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 3.2.

¹⁷⁰ A quota de mercado do Grupo PT no 4.º trimestre de 2005 no mercado da difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo (incluindo as redes de distribuição por cabo e o serviço de DTH) correspondia 82%, apresentando também uma tendência decrescente.

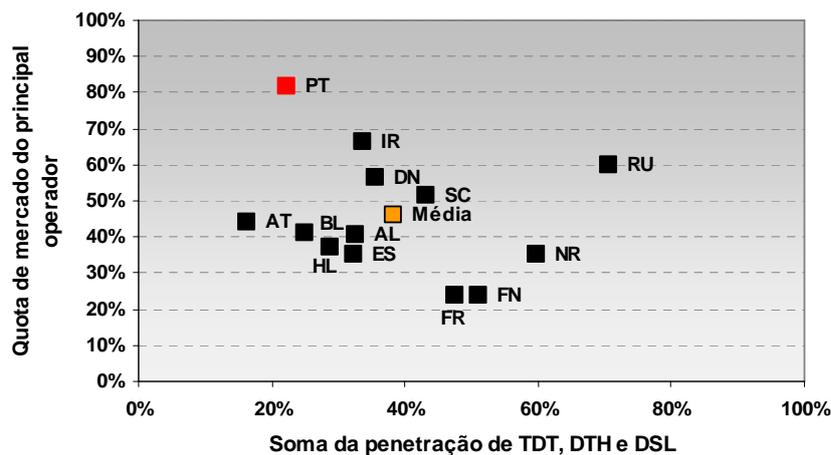
Gráfico 10. Variação em cadeia do número de clientes



O **Gráfico 10** demonstra que os operadores de redes de distribuição por cabo alternativas têm conseguido aumentar ligeiramente o seu ritmo de aquisição de clientes, enquanto que o Grupo PT, apresenta valores significativamente inferiores para o número de adições de clientes, verificando-se inclusivamente, em alguns períodos, redução do número total de clientes ¹⁷¹.

A nível da União Europeia, verifica-se que a quota de mercado dos principais operadores de redes de distribuição por cabo é também elevada, apesar de não atingir valores similares aos do mercado Português. Os gráficos seguintes demonstram que Portugal é, a nível Europeu, um dos países onde existe uma maior possibilidade de desenvolvimento de redes de difusão alternativas à rede de distribuição por cabo, uma vez que a penetração do cabo é ainda relativamente baixa (apesar da elevada cobertura) e a penetração de redes alternativas é também baixa (devido à reduzida cobertura).

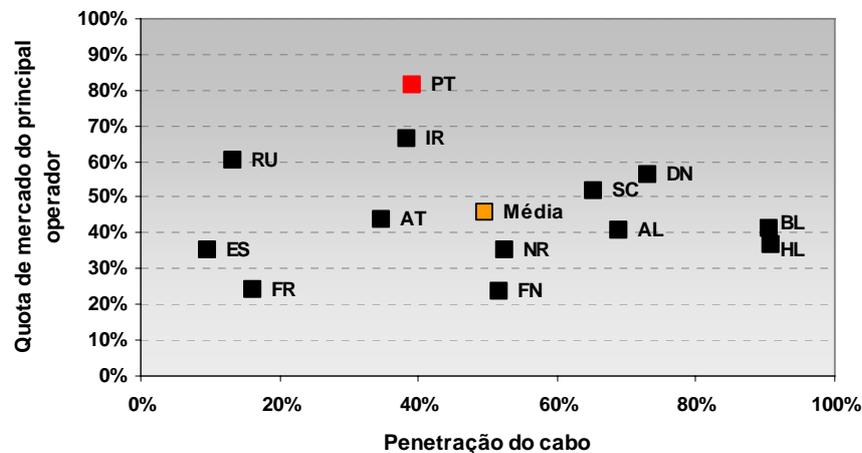
Gráfico 11. Relação entre penetração de tecnologias alternativas e quota de mercado do principal operador de redes de distribuição por cabo em vários países Europeus



Fonte: Informa Telecoms & Media (dados referentes a 2004)

¹⁷¹ A TV Cabo Portugal, SA. procedeu à actualização das suas bases de dados de clientes, tendo corrigido o número de assinantes desde o final de 2004.

Gráfico 12. Relação entre penetração da rede de distribuição por cabo e quota de mercado do principal operador



Fonte: Informa Telecoms & Media (dados referentes a 2004)

O ICP-ANACOM considerou que o mercado em análise tem uma abrangência nacional. Contudo, por forma a ter noção dos efeitos associados ao desenvolvimento de redes de distribuição por cabo alternativas à rede da TV Cabo, julga-se importante verificar quais as quotas de mercado existentes em regiões com dimensão geográfica mais reduzida, especialmente naquelas regiões em que já existe mais do que um operador a fornecer serviços.

Quadro 24. Regiões onde apenas existe um operador de rede de distribuição por cabo com clientes activos¹⁷²
[IC]

Regiões (NUTS III)	Cobertura do total de residências	Quota do Grupo PT		Quota do(s) operador(es) alternativo(s)	
		Cobertura	Clientes	Cobertura	Clientes
Minho-Lima					
Ave					
Tâmega					
Douro					
Pinhal-Interior-Norte					
Serra da Estrela					
Beira-Interior-Norte					
Beira-Interior-Sul					
Cova da Beira					
Alentejo Litoral					
Baixo Alentejo					
R.A. Açores					
R.A. Madeira					

[FIC]

Fonte: ICP-ANACOM

¹⁷² Existem 3 regiões onde não estão disponíveis serviços de difusão através de redes de distribuição por cabo: AltoTrás os Montes, Pinhal-Interior-Sul e Alto Alentejo.

Note-se que a cobertura das regiões onde existe apenas um operador é, na generalidade, inferior à média nacional, o que aumenta as possibilidades de um segundo operador de redes de distribuição por cabo ou de um operador de um serviço alternativo passar a desenvolver serviços nessas regiões.

Quadro 25. Quotas de mercado nas regiões onde existe mais do que um operador de redes de distribuição por cabo a fornecer serviços (considerando número de clientes) [IC]

Regiões (NUTS III)		Quota do Grupo PT		Quota do(s) operador(es) alternativo(s)	
Nome	Sigla	Cobertura	Clientes	Cobertura	Clientes
Cávado	CVD				
Grande Porto	GDP				
Entre Douro e Vouga	EDV				
Baixo Vouga	BVG				
Baixo Mondego	BMG				
Pinhal Litoral	PLR				
Dão Lafões	DFL				
Oeste	OST				
Médio Tejo	MTJ				
Grande Lisboa	GDL				
Península de Setúbal	PDS				
Lezíria do Tejo	LTJ				
Alentejo Central	ACL				
Algarve	AGV				

[FIC]

Fonte: ICP-ANACOM

O ICP-ANACOM verifica que nas regiões onde existe pelo menos um operador de redes de distribuição por cabo alternativo, desenvolveu-se alguma concorrência, traduzida em quotas de mercado grossista¹⁷³ da TV Cabo inferiores à quota de mercado a nível nacional daquela empresa. Existem 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%.

Julga-se importante relevar que a área da Grande Lisboa tem um peso muito significativo no mercado nacional, correspondendo a cerca de 36% do número total de acessos existentes, possuindo a TV Cabo uma quota de mercado de 98% dos acessos nessa região. Note-se que, caso não se considere a região da Grande Lisboa, a quota de mercado do Grupo PT desce para 62%. De facto são as áreas da Grande Lisboa e Grande Porto que, devido à sua relevância em termos de número de acessos (representam mais de 53% dos acessos existentes em Portugal) e quota de mercado elevada do Grupo PT, conduzem a uma quota de mercado mais elevada a nível nacional, já que, caso não se considerem essas duas regiões, a quota de mercado do Grupo PT corresponde a 55%. Note-se que é precisamente nas regiões da Grande Lisboa e Grande

¹⁷³ Obviamente, tendo em conta a já explicada noção de fornecimento interno, a quota de mercado retalhista é similar.

Porto, onde já estão disponíveis serviços de FWA e de IP TV e onde mais facilmente estes serviços terão um desenvolvimento célere, que se perspectiva um incremento da concorrência.

É ainda relevante analisar a relação entre a cobertura de um operador (considerando a sua quota de mercado em termos de cobertura) e a sua quota de mercado relativamente aos clientes. Analisando os dados por operador verifica-se que existe uma evidente relação positiva entre a cobertura de uma região e a quota de mercado alcançada por um operador na região.

Gráfico 13. Relação entre a quota de mercado de cobertura da Grupo PT e a sua quota de mercado em termos de número de clientes (1.º trimestre de 2007) [IC]

[FIC]

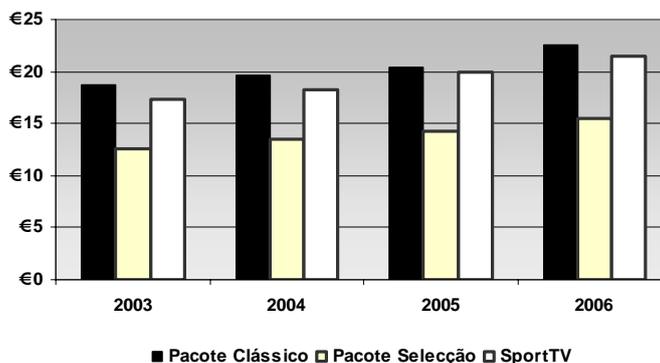
Gráfico 14. Relação entre quota de mercado de cobertura do segundo maior operador de redes de distribuição por cabo e a sua quota de mercado em termos de acessos (1.º trimestre de 2007) [IC]

[FIC]

Assim, sem prejuízo de ser necessário ter em conta as barreiras à entrada e à expansão de redes de distribuição por cabo, especialmente em zonas em que já exista um operador, existem fortes indícios de que com o desenvolvimento de redes alternativas por parte dos operadores será possível que estes obtenham uma maior quota de mercado em termos de número de clientes. Estes indícios são ainda mais reforçados quando se tem em conta a redução da quota de mercado e de número de clientes do Grupo PT nos últimos anos.

Contudo, a redução da quota de mercado do Grupo PT no mercado retalhista da difusão e a introdução de concorrência em certas regiões localizadas não foi suficiente para que a pressão competitiva existente resultasse em reduções dos preços do serviço definidos a nível nacional. De facto, sem prejuízo da quantidade de canais incluídos dentro nos “pacotes” ter variado de forma positiva, verifica-se que os preços a que o serviço é disponibilizado aos utilizadores finais têm aumentado.

Gráfico 15. Evolução dos preços dos pacotes da TV Cabo



Uma das razões para não ter existido uma redução dos preços das ofertas retalhistas de difusão televisiva suportada nas redes de distribuição por cabo poderá passar pelo facto de, a nível nacional, a quota de mercado da TV Cabo continuar a ser elevada, não tendo aquela empresa suficientes incentivos para baixar o preço a que disponibiliza as ofertas retalhistas ao utilizador final. Outra das razões poderá ser o facto de a generalidade dos outros operadores de redes de distribuição por cabo não ter condições para, em virtude das assimetrias de escala existentes, apresentar preços significativamente mais competitivos que os da TV Cabo (vide **Quadro 9**).

Porém, parecem existir indícios da existência de alguns condicionantes competitivos para a TV Cabo. De facto, os operadores competem, não só em relação ao preço a que disponibilizam as suas ofertas retalhistas, mas também na aquisição de conteúdos aos produtores e detentores de direitos sobre programas para posterior distribuição nos “pacotes” televisivos oferecidos ao utilizador final. Uma oferta retalhista diversificada com conteúdos originais permite, por um lado, que um operador concorra com outros operadores em áreas regionais onde já se verifica alguma concorrência e, por outro lado, captar assinantes nas áreas onde ainda não existe concorrência efectiva, permitindo obter, ou aumentar, uma vantagem de “*first mover*” (note-se que a criação de valor através da oferta de conteúdos o mais diversificados possíveis e com interesse para segmentos específicos de telespectadores é benéfica para o utilizador final e para estimular a concorrência).

A este respeito devem-se ter em conta os comentários da Comissão Europeia à notificação da ARN holandesa, a OPTA, relativamente ao mercado de retalho para o fornecimento de serviços gratuitos de difusão de rádio e televisão na rede de distribuição por cabo referindo que¹⁷⁴ “*it must be pointed out that in the wholesale cable transmission market cable operators are increasingly paying for broadcasters to get their content in order to provide more attractive RTV¹⁷⁵ packages in the retail broadcasting market, which is a sign of competitive constraints at the retail level*”. Deve-se também considerar o já referido processo COMP/M.2845 – Sogecable / Canalsatellite Digital / Via Digital, no qual a Comissão entende que a disponibilidade de mais e melhores conteúdos aumenta a base de clientes de um operador de televisão por subscrição o que lhe permite adquirir mais e melhores conteúdos exclusivos e assim, reforçar a sua posição em detrimento da concorrência¹⁷⁶.

De facto, a informação disponível indicia que os fluxos financeiros associados à disponibilização de conteúdos a transmitir nas redes de distribuição por cabo¹⁷⁷ existentes entre operadores de redes de distribuição por cabo e operadores de televisão/detentores de direitos sobre conteúdos resultam num pagamento líquido efectuado aos últimos, normalmente em função do número de clientes. Existem, assim, factores que concorrem para que exista um alinhamento de interesses entre o operador de televisão/detentor de direitos sobre um dado

¹⁷⁴ Disponível em http://forum.europa.eu.int/irc/DownLoad/kVeyAUJDmZGCFj412Ro5BtEm4p210-gKfcKEfItxTT2OUQDqRf-V7fm54s3LhaOIFi2OR5GSHYDfSt2HjGrtVUo-TtG/NL%202005%200247%20Serious%20doubts%20letter_FINAL_Non%20Confidential%20EN%20%28clean%291.pdf.

¹⁷⁵ RTV – Radio and television.

¹⁷⁶ Cfr. Decisão COMP/M.2845 – “Sogecable / CanalSatellite Digital / Via Digital”, de 14.08.2002.

¹⁷⁷ A este respeito deve-se considerar o Decreto-Lei n.º 333/97, de 27 de Novembro (<http://www.spautores.pt/page.aspx?idCat=84&idMasterCat=29>).

conteúdo com valor e o operador de redes de distribuição por cabo, no que respeita à disponibilização desse conteúdo aos clientes finais: quanto mais valorizado o conteúdo por parte dos clientes finais, maior é a receita do operador de televisão/detentor de direitos sobre conteúdos e mais beneficiado é o operador de redes de distribuição por cabo ao adquirir potencialmente mais clientes.

Note-se, ainda a este respeito, que o art.º 4.º, n.º 5, da Lei da Televisão estabelece que “[a] transmissão de serviços de programas televisivos por operadores de redes de telecomunicações deve processar-se com respeito pelos princípios da igualdade, da transparência e da não discriminação, nomeadamente quanto a acesso e condições de remuneração”.

O aumento do poder negocial dos detentores de conteúdos e dos operadores de televisão pode, em parte, ser analisado através do comportamento nos mercados adstritos e significativamente relacionados com o fornecimento de serviços de agregação de conteúdos e de direitos sobre os mesmos. Note-se que todos os serviços de programas televisivos com pelo menos 1% de *share* de audiência na rede de distribuição por cabo, estão disponíveis na rede da TV Cabo¹⁷⁸, sendo também esta empresa quem possui o pacote retalhista com maior variedade de serviços de programas disponíveis, no contexto dos operadores de redes de distribuição por cabo. Acresce que cerca de 87% do consumo de televisão em Portugal resulta dos serviços de programas de acesso gratuito¹⁷⁹.

Ainda a este nível, refira-se que a única queixa de operadores de televisão ou detentores de conteúdos com dificuldades na obtenção de acesso ao serviço de agregação de conteúdos prestado por operadores de redes de distribuição por cabo (acesso ao pacote de canais distribuído pelo operador), nomeadamente na rede da TV Cabo, ter sido recebida pelo ICP-ANACOM no ano de 2003, na qual a TVI, informando que alcançou “*um acordo estratégico para produção e fornecimento pela TVI à TV Cabo, de vários canais de televisão por cabo*”, acusava a TV Cabo de, posteriormente, discriminar aquela empresa na atribuição de acesso ao serviço de transporte através da rede de distribuição por cabo da TV Cabo. Nessa comunicação, a TVI referia que, caso a TV Cabo não adoptasse “*uma postura construtiva e equitativa na sua relação com TVI*” apelaria ao Governo, à Autoridade da Concorrência, ao ICP-ANACOM, aos organismos reguladores dos media e, se necessário, às instâncias comunitárias competentes, a adopção de medidas que conduzissem a uma defesa do acesso e salvaguardasse a posição competitiva dos vários fornecedores potenciais de conteúdos. Note-se que, posteriormente, o ICP-ANACOM não recebeu qualquer comunicação da TVI relativa a esta questão.

A informação adicional a que o ICP-ANACOM teve acesso relacionada com esta questão data de 2004, altura em que foi anunciado pela TV Cabo que, dentro de uma estratégia de aposta na digitalização e reorganização temática dos serviços de programas disponíveis, seriam lançados novos “*canais*”, especialmente com conteúdos em português e de acção, entre os quais, um canal de música e um canal de economia produzidos pela TVI¹⁸⁰. Não existiu qualquer

¹⁷⁸ Dados do “Anuário Comunicação” 2004-2005, da Obercom.

¹⁷⁹ Idem.

¹⁸⁰ Idem.

comunicação por parte da TVI dirigida ao ICP-ANACOM que mencionasse que a não disponibilização destes serviços de programas na rede de distribuição da TV Cabo ou noutra plataforma está relacionada com dificuldades na negociação de acesso ao serviço de agregação de conteúdos prestado pelos operadores de redes de distribuição por cabo.

Como já referido as condições relativas à negociação de acesso ao serviço de agregação de conteúdos prestado pelos operadores de redes de distribuição por cabo está fora do âmbito da presente análise. Contudo, devido à importância deste tipo de mercados adstritos para o desenvolvimento do mercado em análise, o ICP-ANACOM tem acompanhado atentamente os desenvolvimentos ocorridos neste mercado. Neste contexto, pode ser ainda relevante, o já mencionado Acordo de Parceria celebrado em Março de 2000, entre a PT Multimédia, a TV Cabo e a SIC que, entre outras disposições¹⁸¹, estabelecia a existência de uma cláusula de preferência, por parte da SIC, relativamente a canais que viessem a ser difundidos na rede de distribuição por cabo da TV Cabo.

Deve ainda ter-se em conta que na Recomendação da Comissão é referido que *“os obstáculos à entrada podem também tornar-se menos relevantes no que respeita aos mercados dinamizados pela inovação e caracterizados por constantes progressos tecnológicos. Nestes mercados, os condicionalismos concorrenciais resultam muitas vezes das ameaças de inovação por parte de concorrentes potenciais ainda não presentes no mercado. Nesses mercados orientados para a inovação, pode instaurar-se uma concorrência dinâmica ou a mais longo prazo entre empresas não necessariamente concorrentes num mercado «estático» existente”*¹⁸².

Nas Linhas de Orientação¹⁸³, é também referido nomeadamente, que *“o poder de mercado de uma empresa pode ser limitado pela existência de potenciais concorrentes”*. Atendendo ao referido, a Comissão conclui que:

- (a) *“uma ARN deve ter em conta a probabilidade de empresas que não se encontram nesse momento presentes no mercado do produto relevante poderem, a médio prazo, decidir entrar no mercado, na sequência de um pequeno mas significativo aumento duradouro dos preços”*; e que
- (b) *“as empresas que, perante este aumento de preços, estão em condições de alterar ou alargar a sua linha de produção/serviços e entrar no mercado deverão ser consideradas pelas ARN como potenciais participantes no mercado, mesmo que nesse momento não fabriquem o produto nem ofereçam o serviço relevante”*.

Atendendo ao mencionado, o ICP-ANACOM considera que o mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo é caracterizado pela possível existência de uma inovação crescente, permitindo o emergir de novas tecnologias e plataformas que disponibilizam serviços similares e potencialmente

¹⁸¹ Algumas destas disposições são relativas à existência de exclusividade na atribuição e distribuição de conteúdos produzidos pela SIC à PT Multimédia.

¹⁸² Cf. Recomendação – Exposição de Motivos, Secção 3.2.

¹⁸³ Cf. Linhas de Orientação §74.

substitutos daqueles disponibilizados pelos operadores de redes de distribuição por cabo a utilizadores finais e clientes grossistas. A este respeito deve-se ter em conta as evoluções recentes no mercado, assinalando-se as ofertas baseadas em FWA¹⁸⁴ ou em xDSL/IP, esta última dispendo de uma cobertura nacional potencial na ordem dos 53%¹⁸⁵ - com cobertura anunciada de 95% de lares nas cidades de Lisboa e Porto - e com previsão, por parte do Clix, de alcançar 10% do mercado retalhista num horizonte de dois anos após a introdução da oferta. O ICP-ANACOM considera ser importante destacar que a cobertura potencial das ofertas (ainda numa fase inicial de comercialização no mercado) da SmarTV¹⁸⁶ é similar à cobertura actual da agregação das redes de distribuição por cabo da TV Cabo, Cabo TV Açoreana e Cabo TV Madeirense¹⁸⁷. A este respeito, a Sonaecom, no Relatório dos resultados referentes ao 3.º trimestre de 2006, informa que, das 134 centrais onde aquela empresa se encontra co-instalada, 60% estão actualmente preparadas para fornecer serviços de *triple-play*¹⁸⁸.

Verifica-se igualmente que a Sonaecom já comunicou ao mercado¹⁸⁹ que “*o teste piloto da oferta Triple Play sofreu desenvolvimentos ao nível da sua estratégia comercial e de comunicação, tendo em vista o lançamento em escala no segundo semestre de 2006*”, tendo também anunciado que “*as negociações de conteúdos mais importantes, incluindo a maioria dos conteúdos controlados pela PT, foram completadas com sucesso, garantindo assim os canais de televisão para a oferta inicial*”.

Gráfico 16. Comparação das coberturas dos operadores de redes de distribuição por cabo e cobertura potencial da oferta SmarTV [IIC]

[FIC]

¹⁸⁴ Nomeadamente a tecnologia T-Max.

¹⁸⁵ A cobertura potencial da SmartTV foi calculada tendo em conta a proporção de pares em exploração nas centrais onde a Sonaecom se encontra co-instalada face ao número total de pares em exploração.

¹⁸⁶ Oferta de IPTV da Clix, apresentada no Error! Reference source not found..

¹⁸⁷ Sem considerar a cobertura derivada da utilização da tecnologia de DTH.

¹⁸⁸ Vide Resultados (não auditados) da Sonaecom referentes ao 3.º trimestre de 2006 em: <http://www.sonaecom.pt/site/docs/SonaecomEA3T06port.pdf>.

¹⁸⁹ Vide Resultados do 1.º trimestre de 2006 da Sonaecom, disponível em [http://www.sonae.com/site/docs/Sonaecom1T06port\(1\).pdf](http://www.sonae.com/site/docs/Sonaecom1T06port(1).pdf).

Em termos prospectivos, poderá também ser considerada a plataforma de televisão digital terrestre.

O ICP-ANACOM tem assim em conta a possibilidade de outras plataformas e tecnologias, actualmente não disponíveis ou em crescimento, mas ainda sem expressão significativa, poderem, num período de tempo razoável, vir a desenvolver uma dinâmica de mercado que conduza a um incremento da concorrência a nível nacional. Esta Autoridade acompanhará detalhadamente a evolução das ofertas suportadas nas plataformas xDSL/IP, TDT e FWA, tendo em atenção os seus eventuais efeitos e relevância no mercado grossista e retalhista de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo. Note-se que estas plataformas apresentam custos de mudança pouco significativos para os utilizadores finais e, por exemplo, no caso da IP TV, as barreiras à expansão existentes serão supostamente mais baixas do que aquelas existentes nas redes de distribuição por cabo, uma vez que a mesma se suporta em lacetes locais já existentes.

Para além das tecnologias referenciadas, continuando a efectuar uma análise prospectiva, há que considerar a possibilidade de um operador de redes de distribuição por cabo ou outro operador, de forma similar à TV Cabo, passar a fornecer um serviço de DTH de cobertura nacional¹⁹⁰. Esta possibilidade, apesar dos custos associados ao aluguer de capacidade no(s) *transponder*, poderia assegurar, de forma imediata, a existência de concorrência a nível nacional na prestação de serviços retalhistas de difusão de conteúdos televisivos similares ou com características idênticas aos prestados actualmente pela TV Cabo. O serviço de DTH, conforme concluído na definição do mercado retalhista de difusão, constitui efectivamente o exemplo mais significativo do potencial grau de substituíbilidade entre os serviços de difusão através de redes de distribuição por cabo e os serviços de difusão através de satélite. De facto, esta Autoridade considera que, essencialmente a nível retalhista, os serviços de difusão através de satélite possuem condições para exercer pressão concorrencial aos serviços de difusão prestados através de redes de distribuição por cabo.

Atendendo ao mencionado, é expectável que o número de plataformas que possibilitam a prestação de serviços retalhistas e grossistas alternativos às redes de distribuição por cabo aumente, contrariando as limitações à contestabilidade do mercado, decorrentes das barreiras à entrada, à expansão e à saída, identificadas na análise aos obstáculos à entrada e ao desenvolvimento da concorrência.

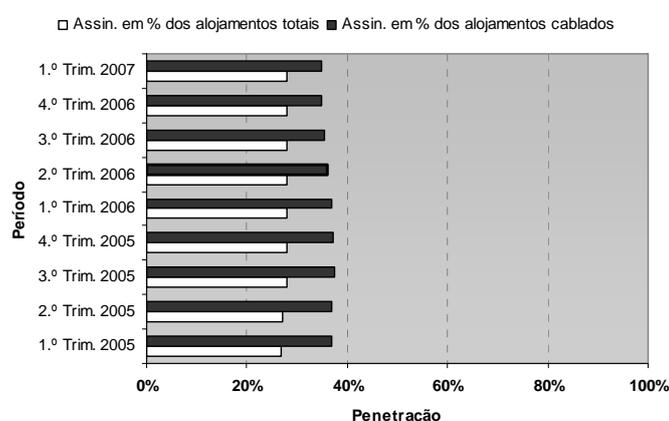
Verifica-se igualmente que as plataformas que podem condicionar a actuação da TV Cabo são plataformas digitais, o que lhes poderá permitir, nas situações em que a rede de distribuição por cabo ainda é analógica, possuir uma vantagem competitiva. A este respeito, esta Autoridade verifica que tem existido um esforço crescente na digitalização das redes de cabo e uma promoção da migração de clientes para ofertas retalhistas digitais. Note-se que o relatório e contas consolidadas de 2005 da PT Multimédia refere que “*no serviço de TV por Cabo, a PT*

¹⁹⁰ A este respeito, note-se que a TVTel anunciou, a 30.11.2006, no seu sítio na Internet que “*continuando a sua estratégia de expansão (...) iria “lançar em 2007 um serviço de Televisão por Satélite Digital em todo o país”*”. Vide anúncio da TVTel em: <http://www.tvtel.pt/news.asp?id=114&orig=home>”.

*Multimédia tem vindo a substituir set-top boxes analógicas por digitais, o que vai permitir o desligamento total do sinal analógico nos canais Premium no primeiro semestre de 2006*¹⁹¹.

Esta Autoridade entende que um dos indicadores a considerar na análise da evolução e dinâmica do mercado em análise passa pela penetração actual do serviço e a sua evolução. De facto, a reduzida penetração do serviço de televisão por cabo em Portugal ainda que podendo ser decorrente das vantagens identificadas de que a TV Cabo usufrui é também demonstrativa do potencial de crescimento do mercado e das oportunidades existentes para os operadores que desenvolvem redes de distribuição por cabo alternativas ou serviços substitutos suportados noutras tecnologias/infra-estruturas (e.g. xDSL).

Gráfico 17. Penetração das redes de distribuição por cabo



O ICP-ANACOM já havia referido que considerava que alguns factos ocorridos após a SONAECOM, SGPS, S.A ter efectuado o anúncio preliminar de uma oferta pública de aquisição (OPA) sobre acções e obrigações convertíveis em acções da Portugal Telecom, SGPS, SA e sobre acções da PT Multimédia, SGPS, SA, teriam consequências relevantes no mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo, com alterações nas condições de concorrência existentes no mercado. Considerando que, em Março de 2007, se realizou a Assembleia Geral de Accionistas da Portugal Telecom, SGPS, S.A. e que a proposta relativa à desblindagem dos Estatutos que constituía condição para a OPA lançada pela Soneacom foi rejeitada pela maioria dos votos emitidos na Assembleia Geral, tendo as ofertas e os seus efeitos sido extintos¹⁹², apresentam-se de seguida os factos que, no entender desta Autoridade, devem ser considerados numa análise prospectiva:

1. **6 de Março de 2006**¹⁹³: Foi apresentado o relatório do Conselho de Administração da Portugal Telecom sobre a oferta pública de aquisição preliminarmente anunciada pela

¹⁹¹ Relatório e Contas Consolidadas de 2005 disponível em <http://www.ptmultimedia.pt/pdfs/RC2005.pdf>.

¹⁹² A Oferta Pública de Aquisição de acções lançada pela Soneacom sobre a Portugal Telecom, bem como a lançada sobre a PT Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A deixou de ter efeito.

¹⁹³ Vide relatório em: <http://ir.telecom.pt/NR/rdonlyres/2F9288CC-D6B6-4B58-8EA3-054B11A9DE1F/1347568/PTCA.pdf>.

Sonaecom sendo referido que, na rede fixa de cobre, no que diz respeito ao IPTV, existe um compromisso de “desenvolvimento agressivo de ofertas triple-play”

2. **3 de Agosto de 2006**¹⁹⁴: A Portugal Telecom anunciou a sua intenção de efectuar o *spin-off* da PT Multimédia, detida pela primeira em 58,43%. O Conselho de Administração da Portugal Telecom considerou que a separação da PT Multimédia da Portugal Telecom deverá contribuir “*positivamente para o desenvolvimento do sector de telecomunicações em Portugal, permitindo aos operadores no mercado oferecer aos a possibilidade de oferecer aos seus clientes serviços cada vez mais inovadores e convergentes*”. O comunicado da Portugal Telecom refere igualmente que “*a estrutura do mercado resultante deverá diminuir a pressão regulatória a que o negócio da rede fixa se encontra sujeito, dando-lhe a possibilidade de oferecer mais e melhores serviços aos seus clientes, enquanto que a PTM poderá prosseguir uma estratégia concorrencial própria, em Portugal e no estrangeiro*”.
3. **27 de Abril de 2007**¹⁹⁵: A Assembleia Geral de accionistas da Portugal Telecom deliberou a atribuição gratuita aos accionistas da totalidade das acções ordinárias representativas do capital social da sociedade PT Multimédia detidas pela Portugal Telecom.

Assim, estando desencadeada a concretização do *spin-off* da PT Multimédia, é inegável que as condições actuais do mercado podem sofrer uma alteração significativa (dependendo das condições específicas desse *spin-off*), aumentando os incentivos para que se afirme no mercado uma oferta de IP-TV da PTC com uma estratégia comercial própria e concorrendo abertamente e agressivamente com as ofertas da TV Cabo, aumentando o nível de concorrência nos mercados associados à difusão televisiva através de redes de distribuição por cabo.

Assim, é expectável que a médio prazo existam um maior número e abrangência de plataformas alternativas capazes de oferecer serviços de distribuição do sinal de televisão, em concorrência.

Note-se que em Setembro de 2006 o Grupo PT anunciou¹⁹⁶ estar a desenvolver um projecto¹⁹⁷ baseado na tecnologia VDSL2 que iria possibilitar o lançamento, previsivelmente em Março de 2007, de “*uma oferta conjunta de voz, Internet e vídeo, integrando igualmente toda uma oportunidade de serviços de valor acrescentado como a videovigilância e a domótica*”¹⁹⁸.

¹⁹⁴ Vide Comunicado da Portugal Telecom em: <http://www.cmvm.pt/NR/ronlyres/A017ACA9-6D55-4F0E-BEFB-FEC6F25E7739/6831/FR102191.pdf>.

¹⁹⁵ Vide comunicado da Portugal Telecom em: <http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Investidores/InformacaoFinanceira/Noticias/2007/AGM270407.htm>

¹⁹⁶ Vide <http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/DestaquesHP/mediadslam.htm>.

¹⁹⁷ MediaDSLAM.

¹⁹⁸ A 14 de Junho de 2007, a PT Comunicações lançou, comercialmente, o seu serviço de triple-play - meo – constituindo uma oferta integrada de televisão, internet e telefone.

- **Suficiência da lei da concorrência**

O ICP-ANACOM considera que os desenvolvimentos que se irão registar prospectivamente no mercado grossista em consideração, nomeadamente, com o acréscimo de poder negocial dos clientes grossistas das redes de distribuição por cabo, não é possível concluir que a TV Cabo mantenha uma posição de força económica que lhe permita agir de forma completamente independente dos fornecedores de conteúdos, utilizadores finais e outros operadores que forneçam o mesmo tipo de serviço.

O ICP-ANACOM já mencionou que a Autoridade da Concorrência interveio no acordo de parceria estabelecido entre a TV Cabo, a PT Multimédia e a SIC identificando no mesmo cláusulas anti-concorrenciais que, não só limitavam a possibilidade de surgirem novos produtores de conteúdos produzidos em português e em Portugal, mas também garantiam ao Grupo PT Multimédia o controlo de algumas condições da oferta base dos seus concorrentes no mercado retalhista de difusão, adquirindo inclusivamente, parte das receitas destes. A Autoridade da Concorrência ordenou a eliminação das referidas cláusulas e condenou a SIC e a PT Multimédia a coimas. Esta decisão da Autoridade da Concorrência constitui a evidência prática de que, no mercado em análise:

1. Alguns problemas existentes podem ter origem ou só ser passíveis de serem completamente ultrapassados com a resolução de eventuais problemas em mercados relacionados (e.g. mercado da comercialização de conteúdos);
2. A lei da concorrência no mercado do fornecimento grossista de serviços de difusão através de redes de distribuição por cabo ou em mercados estreitamente relacionados com este parece suficiente para a resolução dos problemas concorrenciais existentes ou de outros que venham a surgir.

Deve-se também considerar que a análise efectuada pelo ICP-ANACOM às barreiras à entrada e à expansão e dinâmica concorrencial existente no mercado indicia que o poder negocial dos produtores e detentores de direitos sobre conteúdos tem vindo a aumentar, sendo previsível que o desenvolvimento de plataformas alternativas e a expansão da rede dos operadores alternativos à rede de distribuição por cabo possibilite um acréscimo deste poder negocial.

Tendo em atenção a análise efectuada, esta Autoridade considera que, atendendo à informação disponível, a frequência, o detalhe e a urgência de eventuais intervenções no mercado não justificam a imposição de obrigações *ex-ante* uma vez que, a ocorrerem tais situações, essencialmente no que diz respeito às condições existentes nos mercados da negociação e agregação de conteúdos, a lei da concorrência é suficiente para as resolver.

Especificamente, no caso do fornecimento grossista de serviços de difusão através de redes de difusão por cabo, conforme identificado na **Figura 10**, não havendo conhecimento da existência de procura actual dirigida a esse tipo de serviços e atendendo aos desenvolvimentos prospectivos, o ICP-ANACOM acompanhará de forma muito atenta e intervirá se e quando adequado.

2.4.3. Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em frequência modulada

O ICP-ANACOM considera que a ausência de barreiras à entrada significativas e a actual concorrência já existente no mercado em consideração não justificam uma intervenção regulamentar *ex-ante*. De facto, verifica-se que existem várias redes terrestres analógicas em frequência modulada com cobertura nacional, desenvolvidas por operadores radiofónicos verticalmente integrados. Existem também mais de três centenas de redes analógicas terrestres em frequência modulada com cobertura local, demonstrando que as barreiras à entrada na prestação de serviços de abrangência local são significativamente inferiores às barreiras à entrada na prestação de serviços de abrangência nacional. Porém, já foi explicitado que as condições concorrenciais são sensivelmente homogéneas ao longo do território nacional, não justificando a definição de mercados mais restritivos.

2.4.4. Fornecimento grossista de serviços de difusão sonora através de redes analógicas terrestres em amplitude modulada (Onda Média)

O ICP-ANACOM considera que a ausência de barreiras à entrada significativas e a actual concorrência já existente no mercado em consideração não justificam uma intervenção regulamentar *ex-ante*. De facto, verifica-se que existem várias redes analógicas terrestres em amplitude modulada com cobertura nacional, desenvolvidas por operadores radiofónicos verticalmente integrados.

2.4.5. Mercados susceptíveis de regulação ex-ante: Conclusão

O ICP-ANACOM entende que o mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres é relevante para efeitos de regulação *ex-ante*.

De facto, como resulta do parecer disponível no sítio do ICP-ANACOM na Internet¹⁹⁹, a informação disponível e os diferentes instrumentos existentes, a frequência, o detalhe e a urgência das intervenções e o facto de existir PMS nestes mercados determinam que a regulação *ex-ante* seja essencial para minorar os efeitos das falhas existentes. Estas considerações serão detalhadamente justificadas na secção 3 do presente documento.

¹⁹⁹ Em <http://www.anacom.pt/template20.jsp?categoryId=774&contentId=128076>.

3. AVALIAÇÃO DE PMS

Como referido na secção da Introdução, de acordo com o art.º 60.º, n.º 1 da Lei n.º 5/2004 (14.º da Directiva-Quadro), “*considera-se que uma empresa tem poder de mercado significativo se, individualmente ou em conjunto com outras, gozar de uma posição equivalente a uma posição dominante, ou seja, de uma posição de força económica que lhe permita agir, em larga medida, independentemente dos concorrentes, dos clientes e mesmo dos consumidores*”.

O PMS pode ser detido por apenas uma empresa no mercado (dominância individual) ou por mais do que uma entidade (dominância conjunta). Adicionalmente, nos casos em que uma empresa tem PMS num mercado relevante específico, pode também considerar-se como tendo PMS num mercado estreitamente relacionado, no qual as ligações entre os dois mercados são tais que permitem que o poder de mercado detido num mercado sirva de alavanca para o outro mercado, fortalecendo assim o poder de mercado da empresa (alavancagem de PMS).

O PMS é aferido em função dos critérios referidos nas Linhas de Orientação. Analisa-se de seguida a eventual existência de PMS nos mercados identificados pelo ICP-ANACOM como relevantes para a imposição de obrigações regulamentares *ex-ante*.

3.1. Dominância individual

As Linhas de Orientação mencionam que “*a posição dominante é determinada em função de uma série de critérios e a sua avaliação baseia-se (...) numa análise de mercado prospectiva baseada em condições de mercado existentes, referindo também que “as quotas de mercado são muitas vezes utilizadas como um indicador do poder de mercado”*”²⁰⁰.

De facto, o ICP-ANACOM, em linha com o entendimento da Comissão Europeia, concorda que a análise das quotas de mercado, não sendo o único factor a considerar numa análise de dominância do mercado, é importante para, numa primeira fase, avaliar a situação concorrencial existente no mercado e identificar as empresas que, possivelmente, se encontram numa situação mais favorável a exercer algum domínio sobre o mercado. A este respeito, deve-se ter em conta que as Linhas de Orientação referem que “*é improvável que uma empresa que não detenha uma quota significativa do mercado se encontre numa posição dominante*”²⁰¹.

Assim, de acordo com outras análises de mercado já realizadas pelo ICP-ANACOM, a análise da concorrência efectiva será iniciada com o cálculo de quotas de mercado. Identificar-se-ão desta forma, e numa primeira fase, as empresas com mais possibilidades de possuir uma posição de força económica que lhes permita agir, em larga medida, independentemente dos concorrentes, dos clientes e mesmo dos consumidores.

De seguida, efectua-se uma análise exaustiva e global das características económicas do mercado relevante antes de concluir quanto à existência de PMS.

²⁰⁰ Cf. Linhas de Orientação §75

²⁰¹ Idem.

Tendo em vista efectuar a referida análise económica do mercado, o ICP-ANACOM analisará sucessivamente o grau de concorrência entre as empresas instaladas e o grau de concorrência potencial.

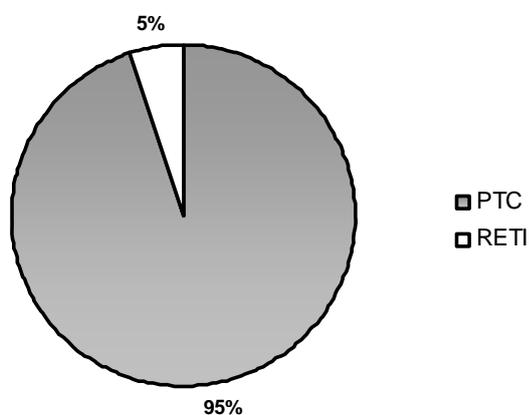
3.1.1. Quotas de mercado

O método mais indicado para calcular a quota de mercado pode variar em função das características específicas desse mercado, podendo o volume das vendas e o valor das vendas fornecer dados importantes para avaliação das condições concorrenciais existentes num mercado.

Segundo a Comissão Europeia²⁰², “no que diz respeito aos métodos utilizados para aferir a dimensão do mercado e as quotas de mercado, tanto o volume de vendas como o valor das mesmas fornecem informações úteis para a aferição do mercado”.

O ICP-ANACOM entende que, atendendo às especificidades do mercado em análise, as quotas de mercado podem ser avaliadas considerando o volume de vendas (n.º de emissores e retransmissores utilizados pelos operadores de televisão).

Gráfico 18. Quotas de mercado considerando o número de emissores e retransmissores utilizados pelos operadores de televisão



Fonte: ICP-ANACOM (Dezembro de 2005)

De acordo com a Comissão, empresas com quotas de mercado muito elevadas – superiores a 50% –, são consideradas dominantes, salvo em situações excepcionais²⁰³. Regista-se que no caso “FI/2004/0082: Access and call origination on public mobile telephone networks in Finland”, de 05.10.2004, uma empresa com mais de 60% de quota de mercado não foi considerada pela Comissão Europeia como sendo empresa dominante, tendo em conta os restantes critérios.

²⁰² Cf. Linhas de Orientação §76.

²⁰³ Cf. Linhas de Orientação §75.

É também importante ter em conta que, mesmo considerando apenas os emissores e retransmissores utilizados pela TVI, a PTC controla 50% do fornecimento a esse operador de televisão verticalmente integrado.

3.1.2. Concorrência entre as empresas instaladas

De seguida será analisado o grau de concorrência entre as empresas instaladas no mercado em análise. Nesta análise serão tidos em conta aspectos essenciais para a determinação do nível de concorrência existente (ou não) num mercado, nomeadamente o grau de concentração, a dimensão do líder do mercado, as barreiras à expansão, a rivalidade existente no mercado e a rentabilidade.

3.1.2.1. Grau de concentração

Analisando o grau de concentração do mercado, através do Índice *Herfindahl-Hirshman* (IHH), verifica-se um grau de concentração significativamente superior ao limiar mínimo de um mercado altamente concentrado²⁰⁴.

Estando dois operadores em actividade no mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres, o IHH mínimo²⁰⁵ era de 0,5, um valor bastante inferior ao valor obtido para o indicador de concentração (0,905), o que reforça a conclusão anterior sobre o nível elevado de concentração neste mercado.

A análise da concentração dos mercados em causa não indicia a existência de concorrência efectiva neste mercado e não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

3.1.2.2. Dimensão e número do(s) líder(es) de mercado

Como se verificou na análise relativa às quotas de mercado, apenas a PTC e a RETI prestam serviços no mercado do fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de

²⁰⁴ Segundo a Comissão Europeia (vide glossário da Direcção da Concorrência da Comissão Europeia (http://europa.eu.int/comm/competition/general_info/glossary_en.html), a relação entre os valores do IHH e a concentração no mercado é a seguinte:

“Classificação” do mercado	Valor do IHH
“não concentrado”	$IHH < 0,10$
“moderadamente concentrado”	$0,10 < IHH < 0,18$
“altamente concentrado”	$IHH > 0,18$

²⁰⁵ $IHH \text{ mínimo} = 1/n$ em que n é o número de empresas em actividade.

redes analógicas terrestres, sendo a PTC que, de forma clara detém quase todo o mercado (95% em termos de volume).

A análise do critério da dimensão das empresas presentes no mercado deverá levar em consideração que os principais prestadores de serviços de difusão televisiva analógica terrestre estão inseridos em grupos económicos:

- A PTC integra o Grupo PT, liderado pela empresa Portugal Telecom, SGPS, que é constituído por várias empresas que operam, a nível nacional e internacional, nas seguintes áreas de negócio: infra-estruturas e serviços a operadores, serviço fixo de telefone, comunicações móveis, transmissão de dados e distribuição de televisão por cabo, entre outras. Estes serviços de telecomunicações e multimédia são disponibilizados em Portugal, no Brasil e em outros mercados internacionais.

No **Quadro 26** apresentam-se alguns indicadores relativos às maiores empresas portuguesas²⁰⁶, nomeadamente o volume de vendas, os resultados líquidos, o activo e a capitalização bolsista, referentes a 2005, verificando-se que o Grupo PT encontra-se bem posicionado qualquer que seja o indicador em causa.

Quadro 26. Indicadores de algumas das maiores empresas portuguesas

Empresa	Vendas	Resultados Líquidos	Activo	Capitalização Bolsista
BCP	5,12	0,59	81,40	7,63
EDP	7,35	0,40	18,99	8,87
Portugal Telecom	6,07	0,25	12,87	11,88
Banco BPI	1,99	0,22	27,27	2,64
Sonae SGPS	6,59	0,12	7,90	2,44
Brisa	0,56	0,16	4,36	4,45
Cimpor	1,43	0,19	3,14	3,22

Valores em mil milhões de Euros.

Taxas de câmbio de referência do Banco de Portugal de 08.02.2006.

A Portugal Telecom SGPS tem como accionistas vários bancos, dos quais se destacam os Grupos BES e a CGD. Da estrutura accionista faz também parte a Telefónica (o operador histórico em Espanha).

No âmbito da avaliação de PMS no mercado em análise importa referir que o Grupo PT actualmente detém a totalidade do capital da PTC²⁰⁷.

²⁰⁶ Segundo o "The Forbes Global 2000 Companies 2005", disponível em <http://www.finfacts.ie/Private/currency/forbesglobal.htm>.

²⁰⁷ Informação retirada do Relatório e Contas Consolidado da Portugal Telecom de 2005.

- A RETI pertence ao Grupo Media Capital, sendo este grupo constituído por várias empresas que prestam serviços de televisão, rádio, imprensa, outdoor e Internet. Assim, o Grupo Media Capital constitui, a nível nacional, um operador integrado de media. Adicionalmente, o Grupo Media Capital está também presente em outros negócios como a produção de conteúdos para televisão, a edição discográfica e a realização de eventos musicais e culturais, a distribuição de direitos cinematográficos e o desporto.

O principal accionista do Grupo Media Capital, SGPS, SA é a Vertix SGPS SA (pertencente ao Grupo Prisa), tendo esta sociedade apresentado uma oferta pública de aquisição sobre a totalidade das acções representativas do capital do Grupo Media Capital²⁰⁸. O Grupo Prisa é um importante grupo económico internacional que desenvolve a sua principal actividade na área dos media e produção de televisão.

Os proveitos operacionais do Grupo Media Capital no terceiro trimestre de 2005 corresponderam a 159,6 milhões de euros, um valor mais de 10 vezes inferior aos proveitos operacionais reportados, na mesma altura, pelo Grupo PT.

Apesar das ligações da RETI a um grupo de grande dimensão, verifica-se que as características específicas do mercado português não permitiram que existisse uma concorrência efectiva com a PTC.

Relativamente à dimensão do(s) líder(es) de mercado, será ainda relevante avaliar o eventual acesso facilitado ou privilegiado a recursos financeiros e/ou mercado de capitais (vide ponto “3.1.2.3.4”).

A dimensão da PTC e a diferença entre esta e a dimensão da RETI não indicia a existência de concorrência efectiva neste mercado e não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

3.1.2.3. Barreiras à expansão

A Comissão considera que as quotas de mercado serão bons indicadores de poder de mercado apenas nos casos em que os concorrentes não possam expandir facilmente o seu volume de produção, para fazer face ao aumento de procura resultante de um aumento de preço do rival.

Nos casos em que as barreiras à expansão são reduzidas, a capacidade de um concorrente tirar partido de um aumento de preços anti-concorrencial ou de uma restrição da produção de outro concorrente, aumenta consideravelmente. Assim, a probabilidade de uma empresa conseguir agir, em larga medida, independentemente dos concorrentes e dos clientes é consideravelmente limitada. O risco torna-se ainda menor nos casos em que os custos de mudança são baixos.

Analisa-se de seguida as principais barreiras à expansão existentes no mercado do fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres.

²⁰⁸ Vide anúncio de lançamento de oferta pública geral e obrigatória de aquisição de acções representativas do capital social do Grupo Media Capital, SGPS, S.A. em: <http://web3.cmvm.pt/sdi2004/emitentes/docs/fsd11797.pdf>.

3.1.2.3.1 Infra-estruturas dificilmente duplicáveis

A expansão e construção de uma infra-estrutura que permita prestar serviços grossistas de difusão analógica televisiva terrestre envolve elevados custos e prazos de construção longos. Por essa razão, uma empresa instalada poderá ter dificuldades em responder de imediato a um acréscimo de procura motivado por um aumento de preços de um concorrente.

A este respeito, note-se a TVI acabou por não implementar de forma generalizada uma rede de difusão terrestre, utilizando actualmente, em parte, a rede da PTC. O ICP-ANACOM considera que o facto mencionado é demonstrativo das barreiras existentes na constituição e expansão de uma rede de difusão televisiva analógica terrestre.

Note-se também que a cobertura nacional da PTC, que advém da sua posição histórica de prestador de serviço de difusão televisiva, é superior à cobertura apresentada pela RETI.

3.1.2.3.2 Economias de escala e/ou gama e investimento na expansão da rede

A escala e a própria configuração da rede de difusão terrestre da PTC (com uma capilaridade significativamente superior à da rede da RETI) permitem que eventuais alterações na rede e nos equipamentos de emissão a ela associados sejam efectuadas com investimentos adicionais mais reduzidos do que aqueles associados a uma eventual expansão ou alteração na rede da RETI.

Note-se também que a existência de um investimento na expansão de uma rede deste tipo está dependente da expectativa de recuperação do mesmo (i.e., com um valor actual líquido positivo), tendo nomeadamente em conta o período de recuperação do investimento. Já foi mencionado que a Comissão Europeia propôs que a transição da difusão televisiva analógica terrestre para a digital estivesse concluída no início de 2012. Neste sentido, deve ser destacado que qualquer expansão significativa da rede de difusão terrestre para prestar unicamente serviços grossistas de difusão televisiva analógica terrestre pode estar comprometida. Porém, é possível considerar que a realização de um investimento ao nível da rede de difusão televisiva terrestre poderá ser utilizado no âmbito da difusão terrestre analógica e também, eventualmente, no âmbito da difusão terrestre digital.

O facto de a PTC utilizar a sua rede para prestar serviços grossistas de difusão a todos os operadores de televisão nacionais (incluindo a TVI), enquanto a RETI apenas utiliza a sua rede para a prestação de serviços à TVI, leva a que os custos unitários associados às infra-estruturas de difusão da PTC possam ser significativamente inferiores aos da RETI. Assim, um operador que pretenda expandir (iniciar) a sua actividade terá que conquistar uma parte significativa do mercado para conseguir concorrer com a PTC uma vez que só assim será possível a esse operador igualar os custos unitários que a PTC suporta actualmente.

3.1.2.3.3 Integração vertical e/ou acordos de exclusividade

A existência de empresas integradas verticalmente poderá colocar os concorrentes não integrados em desvantagem concorrencial. De facto, nesta situação, poderá verificar-se a alavancagem de poder de mercado de um mercado para outro, nomeadamente quando o

concorrente integrado fornece ao concorrente não integrado um factor de produção ou consumo intermédio essencial. Nestas circunstâncias, torna-se mais difícil a uma empresa não integrada responder ao aumento de procura ocorrido na sequência de um aumento de preço de um concorrente.

O ICP-ANACOM já referiu que o Grupo Media Capital constitui um operador verticalmente integrado de média, prestando serviços de difusão televisiva através da RETI e com significativas presenças no mercado na produção e distribuição de televisão, rádio e publicidade.

A PTC efectua o serviço de difusão do sinal televisivo, não estando presente no mercado retalhista de serviços de televisão analógica terrestre.

Há que considerar que uma situação de alavancagem do poder de mercado poderá verificar-se, sobretudo, quando o concorrente integrado fornece ao concorrente não integrado um factor de produção ou consumo intermédio essencial. Esta não é a situação em causa uma vez que a RETI não presta qualquer serviço intermédio à PTC e existem evidências que permitem afirmar que na prestação do serviço intermédio em causa quem possui uma posição que lhe permite exercer domínio sobre o mercado é a própria PTC.

De facto, a situação actual do mercado, no qual é a própria PTC que presta serviços de difusão analógica terrestre ao operador verticalmente integrado, demonstra que a existência de um operador verticalmente integrado e a eventual existência de eficiências decorrentes desta integração, não permitiu que este rivalizasse com a PTC na prestação do serviço de difusão analógica terrestre.

3.1.2.3.4 Acesso a recursos financeiros/mercados de capitais

Analizou-se este critério tendo em conta a facilidade de acesso aos mercados de capitais e ao crédito bancário, o *rating* da dívida das várias empresas e as eventuais ligações privilegiadas com grandes grupos económicos e empresas do sector financeiro.

Em especial, no que se refere à dívida, o Grupo PT tinha, no final do primeiro semestre de 2005, uma dívida líquida de 4,2 mil milhões de Euros, tendo a mesma aumentado em 20,5% durante esse semestre²⁰⁹, enquanto o Grupo Média Capital tinha uma dívida de 120,8 milhões de euros, na mesma data, o que representou uma redução de 2% em relação ao final de 2004. Em relação ao *rating* da dívida, o Grupo PT manteve, no primeiro semestre de 2005, a notação de *rating* da Standard & Poor's (A-) e da Moody's (A3). Tal situação poderá ser indicadora da capacidade deste Grupo em cumprir com as suas obrigações de crédito, permitindo por isso o acesso a recursos financeiros em condições favoráveis.

²⁰⁹ Vide Relatório e contas consolidadas do 1.º semestre de 2005, disponível em http://www.telecom.pt/NR/rdonlyres/CC42E07B-FA96-4F21-8673-434CEC27F4C9/1294867/RCC1S05_prest1.pdf

Assim, não se encontrou informação que permita contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

3.1.2.3.5 Barreiras à expansão: conclusão

A quantidade e a dimensão das barreiras à expansão nos mercados em análise impediram e impedem o desenvolvimento de uma concorrência efectiva e não permitem contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado.

3.1.2.4. Rivalidade: preços, rentabilidade, inovação das ofertas e grau de diversificação nos meios empregues

A existência de uma intensa rivalidade tarifária é um indício claro de concorrência efectiva. No processo Hoffmann La-Roche vs. Comissão, o Tribunal de Justiça notou que *“o facto de uma empresa reduzir os seus preços como resultado da pressão exercida pelos seus concorrentes é em termos gerais incompatível com a conduta independente característica das posições dominantes”*.

A evolução dos preços associados ao serviço de difusão analógica terrestre esteve dependente da Convenção de preços,²¹⁰ assinada em Julho de 1997 e que produziu efeitos até ao início de 2003 e, posteriormente, das decisões do ICP-ANACOM ao abrigo das Bases da Concessão aprovadas pelo Decreto-Lei n.º 31/2003, sendo que a determinação dos preços do serviço tem que ter em consideração os princípios da transparência, da não discriminação e da orientação para os custos. De facto, excepto numa situação em que a PTC efectuou uma redução de preços de cerca de 14% que o ICP-ANACOM considerou insuficiente, as alterações de preços têm sido deliberadas pelo ICP-ANACOM tendo em conta os resultados do sistema de contabilidade analítica da PTC.

Deve-se ter em atenção que, mesmo na situação em que a PTC reduziu os preços associados ao serviço, esta Autoridade veio a considerar que atendendo às margens significativas evidenciadas pelo sistema de contabilidade analítica, teria que existir uma redução adicional. Note-se também que o ICP-ANACOM define os preços máximos do serviço, não tendo nunca a PTC sentido necessidade de reduzir o preço abaixo desse nível em resultado de qualquer pressão concorrencial a que estivesse sujeita.

O ICP-ANACOM não identifica, actualmente, especiais vantagens para a PTC decorrentes de inovações tecnológicas, dado o elevado grau de maturidade da tecnologia utilizada no suporte do fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres, ou de relacionamento dos operadores com os principais fornecedores de equipamento (incluindo construção de infra-estruturas no mercado em análise).

²¹⁰ Celebrada entre o ICS, o ICP-ANACOM, a DGCC e a PTC (então Portugal Telecom, SA).

3.1.2.5. Concorrência entre as empresas instaladas: Conclusão

O mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres é altamente concentrado, sendo a dimensão do líder do mercado significativamente superior à dimensão do seu único concorrente. Identificaram-se significativas barreiras à expansão, não existindo indícios claros da existência de rivalidade das empresas no mercado, mantendo-se os factores que colocam em desvantagem a actuação da RETI face à PTC.

A análise da concorrência entre as empresas instaladas não contraria a conclusão retirada da análise das quotas de mercado, existindo, pelo contrário, um reforço da conclusão de que existem indícios significativos de que a PTC se encontra numa situação propícia a exercer domínio sobre o mercado.

3.1.3. Barreiras à entrada e concorrência potencial

A existência de barreiras significativas à entrada impede a entrada de novos concorrentes e permitirá a um monopolista hipotético aumentar os seus preços sem que estes atraíam novos concorrentes. O registo de entradas e saídas no mercado permitirá ajuizar da dimensão destas barreiras. As barreiras à expansão referidas no ponto “3.1.2.3 Barreiras à expansão” são, igualmente, barreiras à entrada de novos operadores neste mercado.

Os custos irrecuperáveis (ou afundados) poderão constituir uma outra importante barreira estrutural à entrada. Um potencial entrante pretenderá suportar tais custos de investimento se for expectável cobrir os mesmos, bem como os custos de produção, através das receitas conseguidas. As empresas instaladas por seu lado já realizaram os seus investimentos. O operador histórico poderá assim explorar esta assimetria sinalizando junto do potencial entrante que, caso decida iniciar a actividade naquele mercado, os preços serão demasiado baixos para cobrir os custos irrecuperáveis. Desta forma a entrada será desencorajada.

Os custos irrecuperáveis são particularmente relevantes no mercado das telecomunicações. De facto, é necessário um investimento elevado para criar uma rede de telecomunicações eficiente, sendo previsível que apenas uma parcela reduzida deste investimento seja recuperada se o novo operador decidir abandonar o mercado.

3.1.4. Contrapoder negocial dos compradores

O ICP-ANACOM identifica dois tipos de compradores de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres:

- (a) os operadores de televisão que procuram um serviço completo de distribuição do sinal desde os estúdios até ao utilizador final pretendendo que o serviço seja efectuado em condições que garantam a disponibilidade e qualidade da imagem e som com que o sinal chega ao utilizador final; e

- (b) os operadores de redes de difusão terrestre que pretendam utilizar as torres e estruturas de apoio à transmissão da PTC, evitando incorrer em elevados custos afundados no desenvolvimento de rede própria.

Note-se que o único operador de redes de difusão do sinal de televisão terrestre analógico que, actualmente, se encontra em actividade no mesmo mercado que a PTC (a RETI) não possui uma rede que permita satisfazer todas as necessidades de cobertura de um operador de televisão, não existindo qualquer evidência que terá condições para desenvolver/complementar a sua rede actual de modo a que consiga rivalizar com a PTC.

Relativamente aos operadores de televisão deve-se ter em conta que uma grande limitação do seu poder negocial passa pelo facto de as licenças de que dispõem determinarem obrigações de cobertura e como tal, atendendo às condições já mencionadas ao nível de fornecedores grossistas destes serviços teriam sempre que recorrer, pelo menos em parte (como acontece actualmente com a TVI), à rede da PTC.

Um ponto importante a ter em conta é o facto de as receitas dos operadores de televisão advirem quase exclusivamente da venda de espaços publicitários. O preço e quantidade dos espaços vendidos estão obviamente relacionados com a audiência dos programas transmitidos e da área de cobertura da emissão desse operador. Assim, a necessidade de obter coberturas muito próximas dos 100% não resulta unicamente das obrigações adstritas ao licenciamento como operador de televisão, decorrendo também do modelo de negócio existente no mercado televisivo. Este facto contribui, igualmente, para a redução do poder negocial dos operadores de televisão perante um operador de redes de difusão analógica televisiva terrestre dominante.

Atendendo aos argumentos apresentados, esta Autoridade considera que, em ambas as situações referenciadas, os eventuais compradores dos serviços em consideração detêm um poder negocial bastante reduzido e incapaz de afectar a posição de domínio que a PTC possui no mercado.

3.1.5. Dominância individual: Conclusão

As quotas de mercado da PTC, a dimensão da empresa líder do mercado e o grau de concentração do mesmo, a existência de barreiras à expansão, a inexistência de indícios que comprovem a existência de concorrência efectiva entre as empresas (preços e outras variáveis) e a inexistência de concorrência potencial, permitem concluir que a PTC, empresa do Grupo PT que actua neste mercado, detém PMS (dominância individual).

3.2. Dominância conjunta

Uma vez concluída a existência de dominância individual neste mercado, não existe dominância conjunta.

3.3. Análise prospectiva

O ICP-ANACOM considera que todos os factores que justificam a designação da PTC, empresa do Grupo PT que actua neste mercado, como operador com PMS no mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres se manterão num horizonte de curto/médio prazo, até à próxima avaliação de PMS.

3.4. Avaliação de PMS: Conclusão

Considera-se que, atendendo às quotas de mercado da PTC, à dimensão da empresa líder do mercado e ao grau de concentração do mesmo, à existência de barreiras à expansão, à inexistência de indícios que comprovem a existência de concorrência efectiva entre as empresas (preços e outras variáveis) e à inexistência de concorrência potencial, a PTC, empresa do Grupo PT que actua neste mercado, possui PMS no mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres.

4. IMPOSIÇÃO DE OBRIGAÇÕES

Nas secções anteriores foram analisados e identificados os mercados relevantes no âmbito dos serviços de difusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais, tendo-se concluído que as empresas do Grupo PT que actuam neste mercado (no momento actual, a PTC) detêm PMS no mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres.

Uma vez concluído que o Grupo PT detém PMS no mercado identificado, o ICP-ANACOM deve impor uma ou mais obrigações regulamentares ou manter ou alterar essas obrigações, caso já existam²¹¹.

De forma a minorar ou eliminar os problemas concorrenciais, é função do ICP-ANACOM seleccionar as obrigações que, nomeadamente:

- (a) sejam adequadas à natureza dos problemas de concorrência identificados na fase de avaliação de PMS, proporcionais e justificadas à luz dos objectivos de regulação consagrados no art.º 5.º da Lei n.º 5/2004 (art.º 55.º, n.º 3, alínea a), da Lei n.º 5/2004);
- (b) sejam objectivamente justificáveis em relação às redes, serviços ou infra-estruturas a que se referem (art.º 55.º, n.º 3, alínea b), da Lei n.º 5/2004);
- (c) não originem uma discriminação indevida relativamente a qualquer entidade (art.º 55.º, n.º 3, alínea c), da Lei n.º 5/2004);
- (d) sejam transparentes em relação aos fins a que se destinam (art.º 55.º, n.º 3, alínea d), da Lei n.º 5/2004).

Constituem objectivos de regulação do ICP-ANACOM: (1) promover a concorrência na oferta de redes e serviços de comunicações electrónicas, de recursos e serviços conexos, (2) contribuir para o desenvolvimento do mercado interno da União Europeia e ainda (3) promover os interesses dos cidadãos²¹². Em especial, incumbe ao ICP-ANACOM assegurar que os utilizadores obtenham o máximo benefício em termos de escolha, preço e qualidade, assegurar a inexistência de distorções ou entraves à concorrência no sector das comunicações electrónicas, bem como encorajar investimentos eficientes em infra-estruturas e promover a inovação.

De acordo com os art.ºs 67.º a 72.º e 74.º a 76.º da Lei n.º 5/2004, as obrigações susceptíveis de ser impostas às empresas com PMS no âmbito dos mercados identificados são:

- (a) a transparência na publicação de informações, incluindo propostas de referência;
- (b) a não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações;

²¹¹ Cf. Linhas de Orientação §21 e §114.

²¹² Cf. Lei n.º 5/2004, art.º 5.º.

- (c) a separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e/ou a interligação;
- (d) dar resposta aos pedidos razoáveis de acesso;
- (e) o controlo de preços e de contabilização de custos.

Na análise e definição das obrigações a impor foram tidos em conta os princípios estabelecidos no âmbito da posição conjunta do ERG e da Comissão Europeia sobre a matéria, apresentada no documento “*Joint ERG/EC approach on appropriate remedies in the new regulatory framework*”²¹³, de 23.04.2004.

De acordo com a Comissão Europeia, se a empresa designada como detendo PMS “*tiver sido anteriormente sujeita a obrigações ao abrigo do quadro regulamentar de 1998, a ARN deverá determinar se continuam a ser adequadas obrigações semelhantes no âmbito do novo quadro regulamentar, com base numa nova análise do mercado efectuada de acordo com as presentes orientações. Caso se considere que a empresa detém um PMS no mercado relevante ao abrigo do novo quadro, poderão então ser mantidas obrigações regulamentares semelhantes às impostas ao abrigo do quadro regulamentar de 1998. Em alternativa, essas obrigações podem ser alteradas ou estabelecidas novas obrigações previstas no novo quadro, conforme a ARN considerar adequado*”²¹⁴.

Ainda de acordo com a Comissão, “*especialmente nas fases iniciais da implementação do novo quadro, a Comissão não espera que as ARN suprimam obrigações regulamentares existentes impostas a operadores com PMS que tenham sido designadas para satisfazer necessidades regulamentares legítimas que continuam a ser relevantes, sem que sejam apresentadas provas claras de que essas obrigações atingiram o seu objectivo e já não são, por conseguinte, necessárias pelo facto de a concorrência ser considerada efectiva no mercado relevante*”²¹⁵.

Assim, após caracterizar os problemas de concorrência específicos deste mercado, identificam-se as obrigações que se encontram definidas nas Bases da Concessão do serviço público de telecomunicações, aprovadas pelo Decreto-Lei n.º 31/2003, de 17/02 e que ainda estão em vigor (conforme resulta do art.º 121.º, n.º 3²¹⁶, da Lei n.º 5/2004), analisa-se posteriormente a eventual imposição, manutenção, alteração ou supressão, conforme adequado, das obrigações identificadas.

²¹³ Disponível em http://erg.eu.int/doc/whatsnew/erg_0330rev1_remedies_common_position.pdf.

²¹⁴ Cf. Linhas de Orientação, §115.

²¹⁵ Cf. Linhas de Orientação, §119.

²¹⁶ “*Mantêm-se em vigor todas as obrigações constantes das bases da concessão do serviço público de telecomunicações aprovadas pelo Decreto-Lei n.º 31/2003, de 17 de Fevereiro, salvo quando da aplicação da presente lei resulte um regime mais exigente, caso em que será este a vigorar*”.

4.1. Caracterização dos problemas de concorrência específicos deste mercado

Os pontos seguintes descrevem os problemas concorrenciais actuais e os que potencialmente poderão surgir no âmbito do mercado em análise. Trata-se de uma lista não exaustiva mas indicativa dos problemas concorrenciais que o ICP-ANACOM identificou no âmbito da análise deste mercado.

4.1.1. Recusa de negociação e de acesso

Este problema caracteriza-se pelas acções de uma empresa com PMS num dado mercado, recusando o acesso à sua rede ou a negociação com empresas que operam (ou pretendam oferecer serviços) em mercados relacionados e que são (ou podem vir a ser) seus concorrentes nesses mercados, pretendendo manter uma posição de dominância nesses mercados. Este problema abrange tanto as situações de recusa absoluta de negociação como a oferta de produtos ou serviços em condições que não sejam razoáveis.

No entanto, obrigar ao acesso aos serviços de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais poderá não eliminar por completo os problemas concorrenciais. Neste caso, uma empresa com PMS poderá abusar do seu poder de várias formas, que podem ser divididas em duas categorias: questões não associadas a preços e questões associadas a preços.

4.1.2. Problemas associados a comportamentos discriminatórios

- Discriminação pela qualidade

O operador dominante pode tentar aumentar os custos das empresas rivais ou restringir as vendas das mesmas oferecendo produtos com baixa qualidade que impliquem um maior investimento por parte da empresa concorrente de modo a eliminar ou diminuir a desvantagem associada à baixa qualidade dos produtos.

- Exigências indevidas

Estas exigências estão relacionadas com a imposição de condições contratuais desnecessárias, designadamente por não estarem directamente relacionadas com a prestação do serviço negociado, que aumentam os custos dos concorrentes e restringem as suas vendas no mercado de retalho. A empresa dominante pode, por exemplo, exigir que os concorrentes comprem de uma forma agregada serviços ou produtos que não são necessários para a prestação dos serviços de retalho pretendidos ao utilizador final.

- Desenho estratégico de produtos

Este comportamento está relacionado com a concepção de produtos ou serviços que induz o aumento do custo dos concorrentes ou a restrição das suas vendas. Uma empresa com PMS pode desenhar os seus pontos e produtos de acesso de acordo com a topologia da sua própria rede e exigir que os seus concorrentes utilizem, por exemplo, as mesmas normas, protocolos ou

características. Esta situação poderá conduzir a uma utilização facilitada destes produtos ou serviços pela componente retalhista da empresa com PMS enquanto os concorrentes têm de adaptar os seus planos de negócio às condições impostas pela empresa dominante.

A imposição de obrigações de não discriminação e de transparência poderá reduzir os incentivos e reduzir os comportamentos acima identificados.

4.1.3. Problemas associados a preços

- Preços excessivos

Os preços são considerados excessivos se ultrapassarem significativamente os custos de produção, incluindo a remuneração do capital investido. As empresas em posição dominante tendem a fixar os preços dos produtos e serviços dificilmente replicáveis acima dos custos, de forma a maximizar os seus lucros face à procura. Esta prática tem como principal consequência a redução, tanto do excedente do consumidor como do excedente da economia como um todo e, consequentemente, do bem-estar social.

- Preços predatórios

As empresas com PMS poderão praticar preços predatórios, i.e. preços inferiores aos custos marginais, durante um período de tempo limitado, no mercado retalhista, como forma de “fechar” esse mercado aos seus concorrentes. Poderá haver assim um incentivo para alavancar o poder de mercado grossista para o mercado retalhista num esforço em que, incorrendo em margens negativas no curto prazo, se visa eliminar ou reduzir as pressões concorrenciais no longo prazo e, assim, recuperar, no longo prazo, as perdas incorridas no período de tempo em que praticou preços predatórios.

- Subsídio cruzada

A subsídio cruzada envolve dois preços em dois mercados distintos. Enquanto que num mercado (em que a empresa é dominante e em que existem significativas barreiras à entrada) o preço cobrado é significativamente superior ao respectivo custo, no outro mercado (que é objecto de alavancagem) é cobrado um preço predatório, visando a exclusão da concorrência do mercado potencialmente competitivo.

Como resultado das práticas de preços excessivos ao nível do mercado mais a jusante, de preços predatórios ou de subsídio cruzada praticadas ao nível do mercado mais a montante, poderá ocorrer o esmagamento de margens.

As situações acima identificadas relativas aos problemas concorrenciais associados a preços poderão exigir a imposição de obrigações de contabilização de custos e de separação de contas.

4.2. Identificação das obrigações adequadas

Como referido no capítulo “4. Imposição de obrigações”, o ICP-ANACOM deve avaliar a oportunidade de manter, alterar ou suprimir as obrigações que se encontra(va)m em vigor ao abrigo do antigo quadro regulamentar ou que se encontram em vigor por força de legislação específica, nomeadamente ao abrigo das Bases da Concessão do serviço público de telecomunicações, aprovadas pelo Decreto-Lei n.º 31/2003, de 17/02 (Bases de Concessão).

4.2.1. Obrigações em vigor

Nos termos do art.º 8.º das Bases da Concessão do serviço público de telecomunicações, aprovadas pelo Decreto-Lei n.º 31/2003, de 17/02 (Bases de Concessão), constituem obrigações da concessionária no domínio do estabelecimento, gestão e exploração das infra-estruturas de transporte e difusão de telecomunicações de difusão, as seguintes:

- (a) Assegurar, nos termos da lei, às entidades concessionárias do serviço público de radiodifusão sonora e televisiva e às demais entidades licenciadas para o exercício da actividade de radiodifusão sonora e televisiva, em condições de igualdade e não discriminação, o acesso às redes de transporte e difusão de sinal necessárias à realização das respectivas coberturas;
- (b) Desenvolver, qualitativa e quantitativamente, as infra-estruturas referidas na alínea anterior de modo a assegurar os níveis de qualidade contratados.

Nos termos do art.º 11.º das Bases da Concessão constituem obrigações específicas da concessionária no domínio da prestação do serviço de difusão e de distribuição de sinal de telecomunicações de difusão, as seguintes:

- (a) Assegurar, em condições de igualdade e não discriminação, a difusão de sinal de telecomunicações de difusão aos operadores licenciados que o solicitem;
- (b) Assegurar a difusão do serviço público de televisão;
- (c) Garantir, nos termos fixados na legislação aplicável, aos operadores de televisão a difusão dos respectivos sinais, de acordo com as fases e os prazos de cobertura.

Acresce ainda que, nos termos do n.º 3 do art.º 16.º das Bases da Concessão, o regime de preços de acesso à rede de transporte e difusão do sinal de televisão deve respeitar os princípios da transparência, não discriminação e orientação para os custos, competindo ao ICP-ANACOM, ouvido o Instituto da Comunicação Social, assegurar o respeito por aqueles princípios.

Por fim, o art.º 18.º das Bases da Concessão obriga a PTC a dispor de um sistema de contabilidade analítica adequado à prestação dos princípios tarifários fixados na concessão, bem como da legislação aplicável.

Ao abrigo da legislação mencionada, o ICP-ANACOM interveio sobre o serviço de difusão televisiva, destacando-se as decisões tomadas em 2003²¹⁷ e 2005²¹⁸ relativas aos preços do serviço de distribuição e difusão do sinal de televisão, através das quais foram aprovadas reduções daqueles preços tendo em vista o princípio de orientação dos mesmos para os custos. As decisões, consubstanciando-se em reduções do preço do serviço foram tomadas tendo em conta as margens excessivas verificadas através do sistema de contabilidade analítica já implementado.

O art.º 26.º da Lei n.º 5/2004 define também que *“a concessionária do serviço público de telecomunicações deve disponibilizar, por acordo, às empresas que oferecem redes e serviços de comunicações electrónicas acessíveis ao público o acesso a condutas, postes, outras instalações e locais de que seja proprietária ou cuja gestão lhe incumba, para instalação e manutenção dos seus sistemas, equipamentos e demais recursos”*. O mesmo artigo menciona igualmente que a concessionária do serviço público de telecomunicações pode solicitar uma remuneração, podendo, qualquer das partes, na falta de acordo, solicitar a intervenção do ICP-ANACOM, ao qual *“compete determinar, mediante decisão fundamentada, as condições do acesso, designadamente o preço, o qual deve ser orientado para os custos”*.

Resulta também do n.º 4 do art.º 26.º da mesma Lei que *“a concessionária deve disponibilizar uma oferta de acesso às condutas, postes, outras instalações e locais, da qual devem constar as condições de acesso e utilização, nos termos a definir pela ARN”*.

A este respeito, é de relevar que a oferta de referência de acesso a condutas da PTC não prevê especificamente o acesso a postes.

Conforme já mencionado, de acordo com o n.º 3 do art.º 121.º da Lei n.º 5/2004, mantêm-se em vigor todas as obrigações constantes das bases da concessão do serviço público de telecomunicações aprovadas pelo Decreto-Lei n.º 31/2003, de 17 de Fevereiro, salvo quando da aplicação da Lei n.º 5/2004 resulte um regime mais exigente, caso em que será este a vigorar.

²¹⁷ Vide deliberação do ICP-ANACOM relativa ao serviço de distribuição e difusão do sinal de televisão em <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=206245>.

²¹⁸ Vide deliberação do ICP-ANACOM relativa ao serviço de distribuição e difusão do sinal de televisão em <http://www.anacom.pt/template31.jsp?categoryId=208644>.

Quadro 27. Relação entre as obrigações previstas no contrato de concessão e as obrigações previstas na Lei n.º 5/2004 no âmbito das análises de mercado

Obrigações	Bases da Concessão	Lei n.º 5/2004
Acesso e utilização de recursos de rede específicos	Art.º 8.º	Art.º 72.º
Transparência na publicação de informações (incluindo propostas de referência)	Art.ºs 8.º, 11.º e 16.º	Art.ºs 67.º e 68.º
Não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações	Art.ºs 11.º e 16.º	Art.º 70.º
Separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e ou a interligação	Art.º 18.º	Art.º 71.º
Controlo de preços e contabilização de custos	Art.º 11.º	Art.º 74.º

4.2.1.1. Identificação de obrigações adequadas à resolução dos problemas

Nesta secção, e após identificar as obrigações em vigor no mercado equaciona-se, em maior detalhe, as obrigações que se considera ser de manter, impor, alterar ou suprimir às entidades com PMS avaliando as mesmas face aos princípios e requisitos previstos na Lei n.º 5/2004 e face às actuais condições do mercado.

• **Acesso e utilização de recursos de rede específicos**

Ao ponderar a possibilidade de manter ou impor uma obrigação de acesso e a proporcionalidade de tal decisão, o ICP-ANACOM deve ter em conta o disposto no art.º 72.º, n.º 4, da Lei n.º 5/2004, segundo o qual a avaliação da proporcionalidade desta obrigação passa, nomeadamente pela análise da *“viabilidade técnica e económica da utilização ou instalação de recursos concorrentes, em função do ritmo de desenvolvimento do mercado, tendo em conta a natureza e o tipo da interligação e do acesso em causa; viabilidade de oferta do acesso proposto, face à capacidade disponível; investimento inicial do proprietário dos recursos, tendo em conta os riscos envolvidos na realização do investimento; necessidade de salvaguarda da concorrência a longo prazo”*.

Será previsível que uma empresa com PMS no mercado grossista em consideração tente utilizar essa posição de forma a obter lucros significativamente superiores aos que resultariam de um mercado a funcionar em condições efectivamente competitivas. Uma empresa nessas condições poderá, nomeadamente, impor aos seus clientes grossistas preços significativa e injustificadamente superiores aos custos incorridos com a prestação do serviço. Tal acção traria desvantagens significativas para os operadores de televisão, incorrendo em custos não justificados o que, possivelmente, traria implicações no mercado retalhista de serviços de difusão analógica televisiva terrestre, com diminuição dos conteúdos difundidos ou da qualidade destes. Nesse sentido, atendendo às características do mercado em consideração, o ICP-ANACOM entende que a manutenção da obrigação de acesso ao serviço de difusão é necessária e proporcional, protegendo os operadores e, indirectamente, os utilizadores finais de eventuais abusos de posição dominante por parte da PTC.

É também previsível que a PTC possa restringir o acesso às suas infra-estruturas essenciais à prestação do serviço de difusão, nomeadamente, torres, edifícios, estruturas eléctricas e de

refrigeração, na medida em que, um acordo razoável para aceder a essas infra-estruturas, diminuiria os obstáculos à entrada e expansão no mercado, o que poderia conduzir a um incremento da concorrência, levando à diminuição do poder de mercado da PTC. Como se referiu anteriormente, a obrigação de acesso a estas infra-estruturas é uma obrigação legal directamente aplicável à concessionária ao abrigo do art.º 26.º da Lei n.º 5/2004.

Realça-se que a PTC já tinha, por sua própria iniciativa, uma oferta de cedência de espaços técnicos e infra-estruturas eléctricas, incluindo a cedência de espaços em torres para a colocação de sistemas radiantes.

O ICP-ANACOM considera que o acesso a postes, outras instalações e locais para instalação e manutenção de sistemas, equipamentos e demais recursos por parte de eventuais operadores de redes de difusão digital terrestre poderia contribuir para promover uma maior certeza e previsibilidade e uma maior concorrência no longo prazo na oferta de serviços de difusão terrestre, com benefício último para os utilizadores finais, e conceder a eventuais interessados a possibilidade de otimizar a infra-estrutura de rede que possuem ou venham a desenvolver (quando economicamente viável e eficiente).

Note-se que o acesso a postes, outras instalações e locais para instalação e manutenção de sistemas, equipamentos e demais recursos por parte de eventuais operadores de redes de difusão terrestre constitui um forte incentivo ao investimento em infra-estrutura própria, contribuindo para o desenvolvimento de concorrência efectiva a médio prazo. Este entendimento encontra-se também alinhado com o princípio de que a empresa com PMS deverá apresentar uma oferta suficientemente desagregada e de forma a garantir que não seja exigido a compra de produtos/serviços que não são necessários ao serviço solicitado.

Assim, o ICP-ANACOM considera que as obrigações de acesso, previstas na lei, são adequadas, justificadas e proporcionais. Sem prejuízo, esta Autoridade considera que, atendendo à anunciada substituição da televisão analógica terrestre pela digital até ao fim de 2012, o acesso a postes, outras instalações e locais para instalação e manutenção de sistemas, equipamentos e demais recursos, por parte de eventuais operadores de redes de difusão terrestre poderá ser especialmente relevante no âmbito do desenvolvimento da rede digital de difusão televisiva, privilegiando-se, numa primeira fase, a negociação comercial entre as partes interessadas. Recorde-se que o n.º 3 do art.º 26.º da Lei n.º 5/2004 dispõe que *“na falta de acordo, pode qualquer das partes solicitar a intervenção da ARN, à qual compete determinar, mediante decisão fundamentada, as condições do acesso, designadamente o preço, o qual deve ser orientado para os custos”*.

- **Não discriminação**

Sempre que é imposta uma obrigação de acesso, uma empresa com PMS tende a ter incentivos para discriminar entre as ofertas disponibilizadas aos seus próprios serviços ou a empresas subsidiárias ou associadas e as ofertas disponibilizadas às restantes empresas. Tal não se trata do caso em apreço, dado que a PTC não presta serviços de televisão terrestre analógica no retalho. Este problema de concorrência inclui a utilização discriminatória ou retenção de informação, a discriminação pela qualidade, as táticas de atraso e as exigências indevidas, além da possibilidade de discriminação ao nível dos preços.

Em conformidade com o previsto nos art.ºs 66.º e 70.º²¹⁹, ambos da Lei n.º 5/2004, o ICP-ANACOM entende que é objectivamente justificável manter a obrigação de não discriminação e as disposições relativas a esta obrigação previstas nas Bases de Concessão a que a PTC se encontra sujeita, de forma a impedir que a PTC possa, em circunstâncias equivalentes, discriminar entre operadores de televisão. Esta Autoridade, com vista a aferir o cumprimento da obrigação de não discriminação, considera essencial o envio de informação por parte da PTC sobre as condições em que presta os serviços aos operadores de televisão. Neste âmbito, sempre que a PTC fizer alterações ao tarifário de difusão analógica televisiva terrestre, por sua própria iniciativa ou por imposição do ICP-ANACOM, deve remeter o tarifário alterado aos operadores de televisão e a esta Autoridade.

Esta é uma obrigação que implica custos reduzidos e é proporcional, sendo adequada para assegurar as condições de igualdade e de concorrência, e que deve ser mantida.

O ICP-ANACOM entende ainda que, tendo em vista garantir o cumprimento de uma obrigação de não discriminação, a mesma deve ser acompanhada pela imposição de obrigações de transparência e de separação de contas, já previstas e praticadas ao abrigo das Bases da Concessão (Decreto-Lei n.º 31/2003) e da Lei n.º 5/2004.

- **Transparência**

Na sequência da imposição das obrigações de acesso e de não discriminação, o ICP-ANACOM considera que a imposição da obrigação de transparência constitui uma medida proporcional e necessária para verificar o princípio da não discriminação, justificada e com reduzidos custos de implementação já que apenas é exigida a publicação da informação necessária para assegurar a inexistência de condições adversas à concorrência. Ao promover-se a aplicação deste tipo de obrigação, assegura-se:

- (a) a disponibilização atempada de informação relevante aos interessados, fomentando uma maior previsibilidade, segurança e certeza associada ao ambiente em que as empresas que procuram acesso desenvolvem as suas actividades e facilitando as entradas conscientes no mercado, o que beneficia, em última instância, a concorrência e o utilizador final;
- (b) a diminuição da assimetria de informação entre a empresa regulada e o regulador e uma melhor monitorização do cumprimento da obrigação de transparência.

Segundo o art.º 67.º da Lei n.º 5/2004, a ARN pode exigir a publicação, de forma adequada, das informações relativas à oferta de acesso e interligação do operador, nomeadamente, informações contabilísticas, especificações técnicas, características da rede, termos e condições de oferta e utilização, incluindo preços.

Também de acordo com o art.º 68.º da referida Lei, a ARN pode determinar, nomeadamente às empresas que estejam também sujeitas a obrigações de não discriminação, a publicação de ofertas de referência de acesso, incluindo o modo de publicitação.

²¹⁹ O art.º 66.º prevê as competências da ARN no âmbito da imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações. O art.º 70.º descreve, em particular, a obrigação de não discriminação.

Esta Autoridade considera que, atendendo às características actuais do mercado em análise e à informação disponível, não existe, actualmente, necessidade de impor uma obrigação de publicação de oferta de referência de acesso aos serviços e infra-estruturas de difusão televisiva terrestre. Note-se que, relativamente ao acesso ao serviço de difusão televisiva, não é previsível que venham a existir novos operadores de televisão a utilizar estes serviços e os operadores que adquirem actualmente este serviço fazem-no, tanto quanto é conhecimento do ICP-ANACOM, sem quaisquer problemas derivados da inexistência de uma oferta de referência.

Relativamente ao acesso a infra-estruturas de difusão televisiva terrestre, esta Autoridade considera que o acesso pode e deve ser negociado de forma casuística por eventuais operadores interessados em aceder a algumas infra-estruturas da PTC. A obrigação de publicação de uma oferta de referência, podendo contribuir para a existência de transparência no mercado, não parece ser necessária, sendo desejável que o acesso seja negociado pelos operadores da forma mais adequada aos seus objectivos e à estrutura de rede que pretendam implementar.

No entanto, considera-se que a PTC deve, sempre que solicitado, dar a conhecer todos os termos e condições em que os operadores podem adquirir serviços de acesso grossistas, isto num quadro de razoabilidade e de não discriminação. Ou seja, a existência de negociações casuísticas de acesso às infra-estruturas nunca pode significar a existência de discriminação ou tratamento desigual entre operadores interessados em condições idênticas.

É também evidente que, caso se verifique a impossibilidade de chegar a um acordo ou existam suspeitas de tratamento discriminatório, os operadores podem solicitar a intervenção do ICP-ANACOM, que não deixará de assegurar a existência de condições razoáveis, não discriminatórias e promotoras da concorrência. A este respeito, esta Autoridade, considera de extrema importância as condições associadas aos preços dos serviços, qualidade do serviço prestado e compensações por incumprimento das condições acordadas.

- **Separação de contas**

A imposição de obrigações de não-discriminação e a necessidade de impedir a prática de subsidiação cruzada poderá exigir a imposição de obrigação de separação de contas para que o ICP-ANACOM possa monitorizar correctamente o cumprimento das obrigações por parte das empresas dominantes.

O formato e a metodologia contabilística devem obedecer aos requisitos que foram veiculados à PTC pelo ICP-ANACOM em sede própria, procedendo esta Autoridade à revisão periódica desses requisitos com vista à melhoria do sistema de custeio e da informação disponibilizada, sem prejuízo das regras que possam vir a ser definidas no futuro.

Esta é uma medida objectivamente justificável dada a necessidade de garantir a não discriminação e o respeito pelo princípio da orientação dos preços para os custos.

Trata-se de uma medida proporcional, na medida em que apenas é exigida a disponibilização de informação com um detalhe que permita concretizar os objectivos de verificação de outras obrigações.

- **Controlo de preços e contabilização de custos**

As redes terrestres utilizadas para o fornecimento de serviços grossistas de difusão analógica televisiva caracterizam-se pela ausência de uma concorrência efectiva, indiciando, as elevadas barreiras à entrada, pouca probabilidade de concorrência no curto prazo. Na ausência de concorrência efectiva, o operador com PMS no mercado do fornecimento grossista de difusão terrestre tem poucos incentivos em reduzir os custos e operar de forma eficiente, uma vez que esses custos elevados poderão ser transferidos através de preços excessivos aos clientes grossistas.

O preço do acesso ao serviço grossista de difusão televisiva ou às infra-estruturas essenciais para a prestação de serviços grossistas de difusão devem, por outro lado, proporcionar os incentivos adequados para que tanto o operador que fornece o acesso como os operadores a quem o acesso é concedido invistam em infra-estruturas próprias, de uma forma eficiente, por forma a assegurar uma concorrência sustentável.

À luz da Lei n.º 5/2004, o ICP-ANACOM deve assegurar que os mecanismos de amortização de custos ou as metodologias de fixação de preços promovam a eficiência e a concorrência sustentável e maximizem os benefícios para o consumidor, podendo também ter em conta nesta matéria os preços disponíveis nos mercados concorrenciais comparáveis.

O art.º 74.º da Lei n.º 5/2004 permite à ARN impor obrigações de amortização de custos e controlo de preços²²⁰, quando uma potencial ausência de concorrência efectiva origine a manutenção de preços a um nível excessivamente elevado ou a aplicação de esmagamentos de margens em detrimento dos utilizadores finais.

Até à data os preços do acesso ao serviço de difusão televisiva da PTC têm sido regulados de acordo com o princípio de orientação dos preços para os custos. Na aplicação deste princípio, o ICP-ANACOM tem baseado as estimativas de custos a partir do sistema de contabilidade analítica da PTC. Na avaliação dos preços são também tidos em consideração critérios de eficiência económica. Estes princípios devem ser mantidos na avaliação dos preços do serviço de difusão.

A obrigação de orientação dos preços para os custos promove e assegura uma concorrência sustentável e eficiente, uma vez que estabelece os preços dos serviços grossistas a um nível razoável e remunera os investimentos do operador com PMS.

Considera-se que esta obrigação é objectivamente justificável, na medida em que permite estabelecer preços com base nos custos, evitando situações de preços excessivos e permitindo o desenvolvimento da concorrência, enquanto promove, *ceteris paribus*, a aplicação de preços disponíveis nos mercados concorrenciais comparáveis.

Esta obrigação constitui uma resposta proporcional à dimensão da concorrência no mercado em causa, já que permite que os operadores de televisão e operadores de redes de difusão

²²⁰ Incluindo a obrigação de orientação dos preços para os custos e a obrigação de adoptar sistemas de contabilização de custos, para fins de oferta de tipos específicos de acesso ou interligação.

televisivas terrestres adquiram serviços de difusão televisiva terrestre a preços adequados e, adicionalmente, permite à PTC uma taxa de retorno próxima da que existiria num mercado concorrencial eficiente.

- **Reporte financeiro**

Por forma a verificar o cumprimento das obrigações anteriormente definidas, nomeadamente as obrigações de transparência, não discriminação, separação de contas e contabilização de custos, e de acordo com o n.º 3 do art.º 71.º da Lei n.º 5/2004, o operador com PMS deverá disponibilizar ao ICP-ANACOM os seus registos contabilísticos incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros.

Entende-se que estes registos contabilísticos constituem o sistema de contabilidade analítica que deve ser remetido nos termos definidos em sede própria.

5. CONCLUSÃO

Foram identificados como relevantes, para efeitos de regulação *ex-ante* e de acordo com os princípios do direito da concorrência, o mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres, que abrange todo o território nacional.

Analisado o mercado supra e tendo em máxima conta as Linhas de Orientação, o ICP-ANACOM concluiu que o Grupo PT tem PMS no mercado relevante identificado e por conseguinte que devem ser impostas as obrigações constantes do **Quadro 28** (todas as obrigações encontram fundamento no art.º 66.º da Lei n.º 5/2004, atendendo a que não existe concorrência efectiva neste mercado).

Quadro 28. Obrigações a impor às empresas identificadas com PMS no mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres

Obrigações	Mercado de fornecimento grossista de serviços de difusão televisiva através de redes analógicas terrestres
Acesso e utilização de recursos de rede específicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acesso ao serviço de difusão televisiva terrestre ▪ Negociar o acesso a postes, outras instalações e locais para instalação e manutenção de sistemas, equipamentos e demais recursos
Transparência na publicação de informações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilização a todos os interessados de toda a informação relevante necessária para o acesso aos serviços grossistas de difusão terrestre
Não discriminação na oferta de acesso e interligação e na respectiva prestação de informações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não discriminar indevidamente na prestação do acesso a serviços e à rede
Separação de contas quanto a actividades específicas relacionadas com o acesso e/ou a interligação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema de custeio e separação contabilística
Controlo de preços e contabilização de custos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Praticar preços orientados para os custos
Reporte financeiro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilização dos registos contabilísticos (SCA) incluindo os dados sobre receitas provenientes de terceiros

NOTA FINAL:

O ICP-ANACOM considera que as obrigações estabelecidas no presente documento poderão necessitar de maior detalhe, especificação ou clarificação na sua implementação, as quais serão efectuadas em documentos autónomos.

ANEXO I – CLARIFICAÇÃO E EXPLICITAÇÃO DOS CONCEITOS UTILIZADOS NO DOCUMENTO

Difusão – Consiste na transmissão unilateral de comunicações televisivas ou sonoras, por meio de ondas radioelétricas ou de qualquer outra forma apropriada, destinada à recepção pelo público em geral. A difusão caracteriza-se por a comunicação se realizar num só sentido, simultaneamente para vários pontos de recepção, regra geral, sem prévio endereçamento. Sem prejuízo, para efeitos da presente definição de mercado, consideram-se à partida serviços e tecnologias que, apesar de poderem ter endereçamento, possam ser considerados substitutos dos serviços sem prévio endereçamento e, deste modo, ser englobados no mercado em causa (e.g. serviços xDSL).

Difusão terrestre – Consiste na difusão realizada através de **redes de difusão terrestre** e utilizando para o efeito o espectro radioelétrico terrestre. Podem ser difundidos conteúdos sonoros (**difusão sonora terrestre**) ou conteúdos televisivos (**difusão televisiva terrestre**). A difusão pode ser efectuada de forma digital (difusão digital terrestre) ou analógica (**difusão analógica terrestre**). Na presente análise, as entidades que efectuam a gestão e a operação de **redes de difusão terrestre** denominam-se **operadores de redes de difusão terrestre**.

Difusão por satélite – Consiste na difusão realizada através da transmissão de sinais para um repetidor localizado num satélite sendo, posteriormente, convertidos para uma frequência que permita a sua recepção por uma antena terrestre e transmitidos para essa antena. Podem ser difundidos conteúdos sonoros (**difusão sonora por satélite**) ou conteúdos televisivos (**difusão televisiva por satélite**). Na presente análise, as entidades que efectuam a gestão e a operação de **redes de difusão por satélite** denominam-se **operadores de redes de difusão por satélite**.

Difusão através do serviço de DTH – Consiste na difusão de conteúdos sonoros e/ou televisivos utilizando o serviço de DTH recorrendo, ou não, a serviços de difusão por satélite contratados a terceiros.

Difusão através de redes de distribuição por Cabo Coaxial – Consiste na difusão de conteúdos sonoros e/ou televisivos utilizando redes de distribuição por cabo. Na presente análise, as entidades que efectuam a gestão e a operação de **redes de distribuição por cabo** denominam-se **operadores de redes de distribuição por cabo**.

Operador de televisão – Consiste na pessoa colectiva legalmente habilitada para o exercício da actividade televisiva.

Operador radiofónico – a pessoa colectiva legalmente habilitada para o exercício da actividade de transmissão de comunicações sonoras destinadas à recepção pelo público em geral.

Poste – Estrutura em que são fixados os emissores e retransmissores utilizados no âmbito da prestação do serviço de difusão.

Serviço de programas televisivo – o conjunto dos elementos da programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador de televisão.

Serviço de programas radiofónico – o conjunto dos elementos da programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador radiofónico.

ANEXO II – LISTA DE ACRÓNIMOS E ABREVIACÕES

ADSL.....	Asymmetric Digital Subscriber Line
AM.....	Amplitude Modulada
ARN.....	Autoridade Reguladora Nacional
CE.....	Comissão Europeia
CEPT.....	European Conference of Postal and Telecommunications Administrations
DSL.....	Digital Subscriber Line
DTH.....	Direct To Home
DVB-H.....	Digital Video Broadcasting – Handheld
DVB-T.....	Digital Video Broadcasting – Terrestrial
ETSI.....	European Telecommunications Standards Institute
FM.....	Frequência Modulada
FWA.....	Fixed Wireless Access
GHz.....	Gigahertz (unidade de frequência igual a um milhar de milhão de Hertz)
IHH.....	Índice Herfindahl-Hirshman
IP.....	Internet Protocol
Linhas de Orientação.....	Linhas de Orientação da Comissão Europeia relativas à análise e avaliação do poder de mercado significativo no âmbito do quadro regulamentar comunitário para as redes e serviços de comunicações electrónicas
MDF.....	Main Distribution Frame
MHP.....	Multimédia Home Platform
MHz.....	Megahertz (unidade de frequência igual a um milhão de Hertz)
MMDS.....	Multipoint Microwave Distribution System
MPEG.....	Moving Pictures Experts Group
NUTS.....	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
OLL.....	Oferta do Lacete Local
ORALL.....	Oferta de Referência para Acesso ao Lacete Local
PLC.....	Powerline Communications
PMS.....	Poder de Mercado Significativo
RAA.....	Região Autónoma dos Açores
RAM.....	Região Autónoma dos Açores
RDS.....	Radio Data System
Recomendação.....	Recomendação sobre Mercados Relevantes de Produtos e Serviços de Comunicações Electrónicas, da Comissão Europeia
STF.....	Serviço Telefónico em Local Fixo
SSNIP.....	Small but Significant Non-transitory Increase in Price

T-DAB Terrestrial Digital Audio Broadcast
TDT..... Televisão Digital Terrestre
TJCE Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias
UE União Europeia
UMTS Universal Mobile Telecommunication System

ANEXO III – LISTA DE OPERADORES E OUTRAS ENTIDADES

AACS.....	Alta Autoridade para a Comunicação Social
APRITEL.....	Associação dos Operadores de Telecomunicações
AR Telecom.....	AR Telecom - Acessos e Redes de Telecomunicações, S.A.
Astra.....	SES ASTRA S.A.
Bragatel.....	BRAGATEL - Companhia de TV por Cabo de Braga, S.A.
Cabo TV Açoreana.....	Cabo TV Açoreana, S.A.
Cabo TV Madeirense	Cabo TV Madeirense, S.A.
Cabovisão.....	Cabovisão - Sociedade de Televisão por Cabo, S.A.
Clix.....	CLIXGEST ²²¹ – Internet e Conteúdos, S.A.
Entrónica.....	ENTRÓNICA - Serviços na Área de Telecomunicações, Lda.
ICS	Instituto da Comunicação Social
OniTelecom.....	OniTelecom - Infocomunicações, S.A.
Optimus.....	Optimus Telecomunicações, S.A.
Pluricanal Leiria.....	PLURICANAL LEIRIA - Televisão por Cabo, S.A.
Pluricanal Santarém	PLURICANAL SANTARÉM - Televisão por Cabo, S.A.
PTC	PT Comunicações, S.A.
PTDT	Plataforma de Televisão Digital Portuguesa, S.A.
PTM.com	PT Multimédia.com – Serviços de Acesso à Internet, SGPS, S.A.
RDP.....	Rádiodifusão Portuguesa, S.A.
RETI.....	Rede Teledifusora Independente, S.A.
RTP	Radiotelevisão Portuguesa, S.A.
SIC	SIC - Sociedade Independente de Televisão, S.A.
TDP.....	Teledifusora de Portugal, S.A.
TMN.....	TMN – Telecomunicações Móveis Nacionais, S.A.
TV Cabo.....	CATVP – TV Cabo Portugal, S.A.
TVI.....	TVI - Televisão Independente, S.A.
TVTEL.....	Tvtel Grande Porto – Comunicações, S.A.
Vodafone.....	VODAFONE PORTUGAL – Comunicações Pessoais, S.A.

²²¹ No final de 2005 ocorreu a fusão da empresa CLIXGEST - Internet e Conteúdos, S.A. na NOVIS TELECOM, SA., sendo o CLIX a marca da NOVIS para o segmento residencial.