



ENTIDADE REGULADORA  
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

# **Deliberação**

## **ERC/2018/205 (Parecer)**

**Parecer sobre uma operação de concentração relativa à aquisição da totalidade das ações da «Heinrich Bauer Ediciones S.L., bem como a totalidade das participações dos sócios comanditários da «Heinrich Bauer S.L. S. en C» pela «Blue Ocean Entertainment AG»**

Lisboa  
3 de outubro de 2018

## Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

### Deliberação ERC/2018/205 (Parecer)

#### VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL

**Assunto:** Parecer sobre uma operação de concentração relativa à aquisição da totalidade das ações da «Heinrich Bauer Ediciones S.L., bem como a totalidade das participações dos sócios comanditários da «Heinrich Bauer S.L. S. en C» pela «Blue Ocean Entertainment AG»

#### A) Introdução

1. Em 14 de setembro de 2018, a Blue Ocean Entertainment AG (doravante, «Blue Ocean» ou «Sociedade Notificante») apresentou à Autoridade da Concorrência («AdC»), nos termos e para os efeitos dos artigos 36.º, 37.º, n.º 1 e 44.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (Lei da Concorrência), um formulário de notificação de uma operação de concentração («Operação»), nos termos da qual a Blue Ocean adquiriu a totalidade das ações da Heinrich Bauer Ediciones S.L., bem como a totalidade das participações dos sócios comanditários da Heinrich Bauer S.L. S. en C. («HBE»).
2. Em 20 de setembro de 2018, a AdC solicitou à Entidade Reguladora para a Comunicação Social («ERC») que emitisse parecer sobre a Operação, nos termos do disposto nos n.º 1 do artigo 55.º da Lei da Concorrência, segundo o qual *“sempre que uma concentração de empresas tenha incidência num mercado que seja objeto de regulação setorial, a Autoridade da Concorrência, antes de tomar uma decisão que ponha fim ao procedimento, solicita que a respetiva autoridade reguladora emita parecer sobre a operação notificada, fixando um prazo razoável para esse efeito”*.
3. A ERC, nos termos do disposto na alínea a) do artigo 7.º, alínea b) do artigo 8.º e alínea p) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro («Estatutos»), tem o dever de assegurar o pluralismo e a diversidade de expressão, velando

pela não concentração da titularidade das entidades que prossigam atividades de comunicação social.

4. Deste modo, atentas as suas atribuições, o parecer da ERC perspetiva-se na salvaguarda da liberdade de expressão, do pluralismo e da diversidade, na esteira de diversas deliberações já aprovadas pelo Conselho Regulador, designadamente as Deliberações 3/PAR-ER/2008, 2/OUT/2008, 1/PAR-ERC/2010 e 2/PAR-ER/2011, 1/PAR-ER/2012, 2/PAR-ER/2012, 98/2013 (Parecer), 203/2015 (Parecer) e ERC/2017/217 (Parecer) deixando-se à AdC o exercício das suas competências próprias em termos de defesa da concorrência, salvaguardando a eficiência económica dos mercados e a proteção dos interesses dos consumidores.
5. O presente Parecer visa, portanto, analisar a Operação notificada, tendo em conta as atribuições da ERC e as competências do Conselho Regulador.
6. Na apreciação da Operação notificada, a ERC teve em conta o formulário de notificação enviado pela Blue Ocean e respetivos documentos, bem como alguns dados constantes da Base de Dados de Registos de órgãos de comunicação social gerida pela ERC.
7. Refira-se ainda que a Blue Ocean afirma ter feito a notificação por precaução, uma vez que é sua convicção que «esta operação não preenche quaisquer das condições previstas no artigo 37.º, n.º 1 da Lei da Concorrência».

#### **B) Os Intervenientes**

8. Segundo a Notificação feita à Autoridade da Concorrência pela Blue Ocean, esta entidade é uma sociedade anónima alemã, não cotada em Bolsa, com sede social em Estugarda.
9. A sociedade foi fundada em 2005 e edita revistas para crianças e jovens. Em regra, as publicações da Blue Ocean baseiam-se em licenças internacionais. Em menor medida, a Blue Ocean desenvolve produtos próprios que estão isentos de licença.

- 10.** A Blue Ocean faz parte do Grupo Burda ("Burda") e é controlada exclusivamente pela Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, sua sociedade-mãe. A Burda é uma empresa internacional do setor dos meios de comunicação e, em 2018, o portfólio da Burda inclui 660 produtos na Alemanha e em 19 outros países.
- 11.** A Burda está presente em Portugal através da TailorMadeMedia, Lda. («TMM»). Esta última começou por editar especificamente revistas de labores da Burda, mas em finais de dezembro de 2014 editou a primeira revista para crianças/jovens em Portugal.
- 12.** Em 2017, a TMM editou as revistas «Playmobil Blue», «Playmobil Pink», «Lego Ninjago», «Lego Nexo Knights», «Lego City», «Lego Friends» e «Dinossauros». As primeiras duas revistas estão associadas a licenças concedidas pela PLAYMOBIL, as quatro seguintes estão associadas a licenças concedidas pela LEGO e a última está associada a uma licença concedida pela Blue Ocean.
- 13.** O grupo de empresas Heinrich Bauer Verlag KG ("Grupo Bauer" ou "Bauer"), os Vendedores, também opera no setor editorial e decidiu alienar a HBE, juntamente com todas as suas posições de mercado associadas.
- 14.** O Grupo Bauer opera na Península Ibérica por intermédio da sua filial Heinrich Bauer Ediciones S.L. S. en C.. A HBE está ativa no mercado da edição de revistas para crianças e jovens, tanto em Espanha como em Portugal. Relativamente à Heinrich Bauer Ediciones S.L., esta empresa não levou a cabo quaisquer transações individuais além de conduzir o negócio da Heinrich Bauer Ediciones S.L. S. en C. e executar as transações necessárias à gestão dos seus ativos.
- 15.** A HBE não possui estabelecimento estável em Portugal e o seu volume de negócios resulta principalmente da sua atividade em Espanha. Em 2017, o volume de negócios da HBE em Portugal resultou especificamente das vendas de revistas para crianças e jovens (nomeadamente os 8 títulos a transmitir). Estas revistas são atualmente editadas e impressas em Espanha. Todos os estabelecimentos de impressão situam-se em Espanha.

16. Durante o ano de 2017, a HBE editou em Portugal, nomeadamente, os seguintes títulos para crianças: «PJ Masks», «Peppa Pig», «Nancy», «Lego StarWars», «Lego Star Wars Surprise Bag», «Super4 by Palymobil», «Trolls» e «Coisas de Bichos». Os restantes títulos não serão adquiridos pela Blue Ocean.

### **C) Descrição da Operação**

17. A Heinrich Bauer Verlag Beteiligungs GmbH e Heinrich Bauer Verlag KG (Vendedoras), por um lado, e a Blue Ocean Entertainment AG (Compradora), por outro lado, acordaram em vender e em comprar todas as ações da Heinrich Bauer Ediciones S.L. S. en C. e Heinrich Bauer Ediciones S.L. O contrato de compra e venda das ações foi celebrado em 24 de agosto de 2018 e o comprador tem como condição precedente a notificação de controlo de concentrações junto das Autoridades de Concorrência competentes. No décimo dia útil bancário após a condição de Execução ser preenchida ou a qualquer outro momento no tempo definido pelas Partes, estas irão reunir-se no Notário, para que simultaneamente, a Blue Ocean pague o preço da compra das ações aos Vendedores enquanto estes transferem as ações à primeira. A Blue Ocean pretende implementar a operação de concentração até ao final de outubro de 2018.

### **D) Áreas de atividade relevantes**

18. O mercado relevante é, geralmente, considerado «um instrumento para identificar e definir os limites da concorrência entre empresas», permitindo estabelecer o enquadramento no âmbito do qual será aplicada, designadamente, a política da concorrência.<sup>1</sup>
19. A sua definição, no plano jusconcorrencial, deve ter em conta condicionalismos como a substituibilidade do lado da procura e da oferta e a concorrência potencial, sendo o primeiro elemento o mais relevante.
20. A Notificante refere que «a Comissão Europeia ("Comissão") e as autoridades nacionais da concorrência já distinguiram a imprensa escrita dos outros meios de comunicação social (televisão, rádio, etc.). Além disso, foi feita a distinção entre os jornais diários e as revistas,

---

<sup>1</sup> Ponto 2 da Comunicação da Comissão Europeia, JO C 372/5 de 9.12.97

nomeadamente por motivos relacionados com o tratamento dos assuntos da atualidade e com o preço. Acresce ainda que as revistas foram divididas em revistas de informação geral e revistas especializadas em determinados conteúdos e/ou informações (exceto o desporto).»

- 21.** «No que diz respeito à atividade de edição de revistas em geral, são tradicionalmente definidos três tipos de mercados: (i) leitores, (ii) venda de espaço publicitário e (iii) pequenos anúncios. Relativamente aos dois últimos mercados, enquanto fornecedores de serviços de comunicação social para crianças, e considerando as restrições legais a que a publicidade para crianças está sujeita, as editoras são maioritariamente financiadas pelas receitas de vendas. Nestes termos, a Notificante considera que não existe um mercado de publicidade em separado para as crianças, pelo que se deve centrar a atenção especificamente no mercado dos leitores.»
- 22.** Tanto quanto é do conhecimento da Blue Ocean, «não existe qualquer precedente nacional da Autoridade da Concorrência que defina, para os presentes efeitos, os mercados em termos da audiência-alvo (no que diz respeito às idades). Ainda que, o que por mero exercício teórico se admite, se fizesse uma distinção entre "revistas para crianças" e "revistas para jovens", o mercado do produto relevante diria apenas respeito às revistas para crianças independentemente do conteúdo. Por conseguinte, não se afigura adequado adotar uma definição de mercado mais restrita tendo em conta as características que a Comissão Europeia e as autoridades nacionais da concorrência têm em consideração quando definem os mercados relevantes.»
- 23.** A Notificante defende ainda que «tendo em conta as atuais características do mercado (...) já não existe um mercado em separado para a banda desenhada. Esta opinião é sustentada pelo facto de o Serviço Alemão para o Controlo de Tiragens (IVW) não separar as revistas para crianças e para jovens em bandas desenhadas e revistas para brincar e aprender. Uma caracterização rigorosa do mercado relevante exige, mesmo numa definição de mercado mais estrita, que as bandas desenhadas da DISNEY e outras bandas desenhadas associadas sejam incluídas.» Em contrapartida, a Notificante excluiu do mercado relevante a revista «Visão Júnior».

- 24.** No que diz respeito ao mercado geográfico relevante, todas as revistas são comercializadas em todo o território português, não se centrando em qualquer região em particular. Além disso, todas as revistas são publicadas na língua portuguesa. Assim, a Notificante considera que o mercado relevante é nacional, não obstante entender que existem razões para considerar que o mesmo se estende à Península Ibérica.
- 25.** Observe-se, todavia, que as definições de mercado de produto relevante dadas pela Comissão Europeia e pela AdC nem sempre coincidirão com o entendimento de mercado fixado pela ERC, uma vez que os objetivos prosseguidos pelas entidades em questão são diferentes.
- 26.** Com efeito, a AdC visa fiscalizar as operações de concentração de empresas com vista à defesa da concorrência (isto é, pretende salvaguardar a eficiência económica e proteger os interesses dos consumidores), ao passo que o objetivo da ERC é o de garantir a liberdade de expressão e a diversidade de opiniões.
- 27.** Nesse sentido o n.º 4 do artigo 4.º da Lei de Imprensa, aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, dispõe que «as decisões da Autoridade da Concorrência relativas a operações de concentração de empresas em que participem entidades referidas no número anterior estão sujeitas a parecer prévio da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, o qual deverá ser negativo quando estiver comprovadamente em causa a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião, sendo neste caso vinculativo para a Autoridade da Concorrência».
- 28.** Por sua vez, o n.º 1 do artigo 9.º da Lei de Imprensa integra dentro do conceito de imprensa «todas as reproduções impressas de textos ou imagens disponíveis ao público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizado».
- 29.** Sendo que «são publicações portuguesas as editadas em qualquer parte do território português, independentemente da língua em que forem redigidas, sob marca e responsabilidade de editor português ou com nacionalidade de qualquer Estado membro da União Europeia, desde que tenha sede ou qualquer forma de representação permanente em

território nacional». É o caso das publicações propriedade da Notificante, que tem representação em Portugal, a TMM.

30. A Lei de Imprensa faz ainda, como a Notificante indicou, as distinções entre publicações não periódicas e as periódicas, e, dentro destas, entre publicações doutrinárias e informativas, sendo que estas últimas podem ser de informação geral ou de informação especializada (cf. artigos 11.º e 13.º da Lei de Imprensa).
31. A Lei de Imprensa não faz mais distinções para além das referidas. Contudo, a ERC tem considerado que, dentro das publicações periódicas de informação especializada, algumas têm como temática «Infância e Juventude, Banda Desenhada e Imprensa Ilustrada».
32. Esta temática acaba por coincidir, em termos gerais, com o entendimento que a Notificante tem do que é o mercado relevante desta operação de concentração.
33. De facto, estas publicações têm, em geral, um público com características muito específicas, as crianças e os adolescentes, sendo que os produtos a eles destinados possuem conteúdos muito diferenciados dos restantes conteúdos destinados, em geral, a leitores adultos.
34. Assim, considera-se que, no presente caso, o mercado relevante é constituído pelas publicações periódicas destinadas a crianças e adolescentes, com dimensão nacional.

#### ***Presença dos Intervenientes nas Áreas de Atividade Relevantes***

35. A Notificante refere várias vezes que não existem informações publicamente disponíveis que permitam realizar estimativas fiáveis sobre o mercado português, nem mesmo da associação do sector (Associação Portuguesa para o Controlo das Tiragens). Assim, os valores que apresenta têm limitações inerentes e sobrestimam a quota de mercado da Blue Ocean após a operação de concentração.
36. Para determinar o valor de mercado, a Notificante multiplicou o preço de venda a retalho de cada revista pelo número das cópias impressas da mesma para venda a retalho, e para efeitos



de determinar o volume do mercado a Notificante teve em consideração o número total de cópias impressas das revistas.

37. Deste modo, de acordo com os cálculos da Blue Ocean, em 2017, esta empresa, através da TMM, teve uma quota de mercado de 15%, com um valor de mercado de 1 254 231 € e um volume de mercado de 312 650.
38. A HBE teve, em 2017, uma quota de mercado de 26%, com um valor de mercado de 2 238 390 € e um volume de mercado de 561 000.
39. Por conseguinte, a TMM e a HBE, juntas, tiveram, em 2017, uma quota de mercado de 41%, com um valor de mercado de 3 492 621 e um volume de mercado de 873 650.

#### **E) Apreciação da Operação**

40. Como *supra* referido, o objetivo da ERC, no que concerne à análise de operações de concentração, é o de garantir a liberdade de expressão, a diversidade e o pluralismo nos vários setores da comunicação social.
41. O presente Parecer visa, portanto, determinar se a Operação é suscetível de pôr em perigo os valores apontados, sendo de considerar, para tal propósito, o pluralismo, compreendendo a diversidade de conteúdos e informação difundidos por cada órgão de comunicação social, e a diversidade, ou seja, a pluralidade de diferentes publicações periódicas em Portugal.
42. Já ficará fora do âmbito de intervenção da ERC, por se tratar de atribuições próprias da AdC, verificar se a operação de concentração entre a Blue Ocean e a HBE é suscetível de entravar a concorrência no mercado nacional.
43. De acordo com a descrição do mercado feita pela Notificante, a grande maioria das revistas infantis correspondem a produtos de multinacionais que licenciam os seus conteúdos a diversas empresas que depois publicam as revistas com a sua «marca». É o caso da Disney, da Lego e da Playmobil.

44. Para o sucesso dessas revistas é, assim, preponderante a relevância de determinadas séries infantis, a solidez da marca (como é o caso da Disney), e as estratégias de marketing, em particular, através da oferta de brindes com as revistas.
45. Para além disso, as empresas que editam as revistas infantis externalizam grande parte da produção. Com efeito, os serviços de tradução, impressão e transporte podem ser obtidos junto de terceiros. Os brindes podem ser adquiridos à entidade licenciadora ou adquiridos livremente na China.
46. Veja-se o exemplo da HBE, cujos estabelecimentos de impressão das revistas vendidas em Portugal localizam-se em Espanha.
47. Verifica-se assim que os conteúdos da maioria das revistas infantis comercializadas em Portugal são determinados por empresas multinacionais estrangeiras. Resulta que há pouca produção original portuguesa, que reflita a cultura portuguesa e transmita as especificidades do nosso país aos mais pequenos. Considera-se portanto que, do ponto de vista do pluralismo e da diversidade, existe uma relativa pobreza dos conteúdos das revistas infantis.
48. Por sua vez, constatou-se, através da consulta da base de dados do Registo dos órgãos de comunicação social gerido pela ERC, que nenhuma das revistas publicadas quer pela Blue Ocean quer pela HBE estão registadas na ERC.
49. Acresce que a lista de revistas elaborada pela Notificante para estimar a sua quota de mercado no mercado português não coincide com a lista de publicações com a temática «Infância e Juventude, Banda Desenhada e Imprensa Ilustrada» registadas na ERC. Apenas algumas publicações da Disney, da Goodis e da Zero a Oito (mas não todas) surgem nas duas listas.
50. Assim, verifica-se que existe falta de informação sobre a dimensão do mercado das revistas infantis.

51. Da perspetiva do pluralismo e da diversidade, seria desejável uma menor homogeneidade nos conteúdos das revistas infantis, e uma maior proliferação de conteúdos originais portugueses. Esta operação de concentração em nada contribui para isso.
  
52. Contudo, também não parece pôr em causa a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião no segmento das revistas infantis, limitando-se a manter o «status quo», uma vez que a Blue Ocean pretende continuar a editar os títulos que atualmente são publicados pela HBE, cujos conteúdos são determinados pelas entidades licenciadas e não pelos editores.
  
53. Por conseguinte, da análise da presente operação de concentração, não se conclui que esteja comprovadamente em causa o pluralismo e a diversidade no mercado das revistas infantis.

**Em suma,**

*Tendo* a Autoridade da Concorrência, nos termos do n.º 1 do artigo 55.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio, solicitado à Entidade Reguladora para a Comunicação Social a emissão de parecer sobre a operação de concentração que consiste na aquisição da HBE pela Blue Ocean;

*Relembrando-se* que a ERC, nos termos do disposto nos artigos 7.º, alínea a), 8.º, alínea b), e 24.º, n.º 3, alínea p), dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, tem o dever de assegurar o pluralismo e a diversidade de expressão, velando pela não concentração da titularidade das entidades que prossigam atividades de comunicação social, pelo que o objetivo da ERC, no seu prévio pronunciamento sobre operações de concentração, é o de garantir aqueles valores;

Concluindo-se que a presente operação de concentração limita-se a manter a situação atualmente vigente no segmento das revistas infantis, tendo em conta que a Blue Ocean pretende continuar a editar os títulos publicados pela HBE, cujos conteúdos são, na verdade, determinados pelas entidades licenciadas e não pelas editoras;

**O Conselho Regulador da ERC não se opõe à Operação notificada, uma vez que não se conclui que esteja comprovadamente em causa a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião no setor das publicações periódicas infantis.**

Lisboa, 3 de outubro de 2018

O Conselho Regulador,

Sebastião Póvoas

Mário Mesquita

Francisco Azevedo e Silva

João Pedro Figueiredo