

17

DELIBERAÇÃO
RELATIVA AO PARECER SOLICITADO PELA AUTORIDADE DA
CONCORRÊNCIA SOBRE O PROCESSO DE CONCENTRAÇÃO LUSOMUNDO
MEDIA / OCASIÃO / ANUNCIAPRESS

(Aprovada em reunião plenária de 16 de Março de 2004)

1. A Autoridade da Concorrência (AC) solicitou à AACS a emissão do parecer prévio vinculativo a que alude o número 4 do artigo 4º da Lei de Imprensa, na redacção introduzida pela Lei nº 18/2003, de 11 de Junho (Lei da Concorrência), relativamente a uma operação de concentração notificada pela Lusomundo Media, S.G.P.S., referente à aquisição do controlo exclusivo da Ocasião – Edições Periódicas, Lda., e Anunciapress – Edições Periódicas e Anúncios, Sociedade Unipessoal, Lda.
2. Recorde-se que, nos termos do normativo acima mencionado, o parecer da AACS deverá ser negativo quando estiver comprovadamente em causa a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião. Sublinhe-se que, nos termos do número 1 do artigo 5º da Lei de Imprensa, *“é livre a constituição de empresas jornalísticas, editoriais ou noticiosas, observados os requisitos da presente lei”*.
3. A Ocasião – Edições Periódicas, Lda., é única proprietária da publicação “Ocasião”, especializada na área dos anúncios classificados, e explora dois domínios *on line* igualmente dedicados à mesma temática. Por sua vez, a Anunciapress – Edições Periódicas e Anúncios, Sociedade Unipessoal, Lda., é responsável pela edição e publicação da edição norte do mesmo periódico. Nenhuma destas empresas detém participações noutras. Caso a presente operação se concretize, ambas passarão a ser detidas a 100% pela Lusomundo Media, S.G.P.S.

Dado que o periódico “Ocasião” não possui conteúdo editorial, mas apenas anúncios classificados, maioritariamente gratuitos, e publicidade, a notificante

configurou mercado relevante, nesta operação de concentração, como sendo o da divulgação de anúncios classificados, conceito que, segundo a International Classified Media Association, inclui “qualquer descrição de carácter promocional, integrada numa listagem em conjunto com outras descrições promocionais semelhantes que permita ao leitor a sua consulta de uma forma organizada”. Assim sendo, distingue-se, pelo menos parcialmente, do conceito de publicidade, tal como o define o artigo 3º do Código da Publicidade.

4. A Lusomundo Media, S.G.P.S., está presente no mercado da divulgação de anúncios classificados através das suas participações nas empresas jornalísticas proprietárias do “Diário de Notícias”, “Jornal de Notícias” e “24 Horas”. As restantes publicações detidas por empresas participadas pela Lusomundo Media, S.G.P.S., designadamente os títulos “Diário de Notícias” do Funchal, “Açoreano Oriental” e “Jornal do Fundão”, actuam de forma não significativa no mercado dos anúncios classificados.
5. Convém verificar se a definição que o notificante apresentou de mercado relevante coincide, ainda que genericamente, com a delimitação de mercado relevante para efeitos da salvaguarda do pluralismo e da liberdade de expressão e confronto de ideias, pela qual cabe à AACCS velar. Nessa perspectiva não podemos deixar de tomar em conta, desde logo, o mercado das publicações periódicas, sendo certo que, para efeitos da presente análise, importa sobretudo considerar aquelas para as quais a obtenção de receitas através dos anúncios classificados se mostra existente e com expressão. Compaginados os dados disponíveis, convém aperfeiçoar a identificação apresentada pela notificante. O mercado relevante para efeitos da presente operação de concentração é o mercado da divulgação, através da imprensa, de anúncios classificados, tal como definidos pelos instrumentos internacionais.
6. Importa assim verificar se, comprovadamente, a operação coloca em causa a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião. Dado que o periódico “Ocasão” não possui conteúdo editorial, só de forma indirecta tal poderá suceder. Na verdade, é sabido que as receitas provenientes dos anúncios

classificados assumem particular importância para algumas publicações periódicas, cuja presença no mercado concorre decisivamente para garantir o pluralismo da comunicação social em Portugal. ✓

7. Há pois que aferir se o reforço da presença no mercado relevante do grupo Lusomundo Media, S.G.P.S., em resultado da presente operação de concentração, se afigura susceptível de, comprovadamente, pôr em causa a viabilidade das publicações periódicas com conteúdo editorial, suas actuais concorrentes, ou de impedir o acesso ao mesmo mercado de novas publicações periódicas, com conteúdo editorial.
8. De acordo com os elementos que integram o processo, as quotas dos principais intervenientes no mercado relevante são as seguintes (extrapolação anual dos dados medidos na semana de 22/11/2003 a 30/11/2003, escolhida ao acaso):

	Quota de mercado em valor (%) (offline)	Quota de mercado em quantidade (%) (online e offline)
Correio da Manhã	22	3,4
Expresso	6	0,1
Público	6	0,1
Diário de Coimbra	8	<0,1
A Capital	2	<0,1
Diário Regional de Aveiro	3	<0,1
Jornal de Notícias	21	1
Diário de Notícias	18	1,6
24 Horas	3	0,5
Ocasião	1	3,6
Outros offline	9	<0,1
bpiimobiliário.pt	N.A.	45,9
milleniumbcp.pt	N.A.	4,3
bescasa.pt	N.A.	9,7

Lardocelar.com	N.A.	6,7
miau.pt	N.A.	5,4
casa.sapo.pt	N.A.	9,3
iol.pt	N.A.	2,7
Outros online	N.A.	5,5

17

9. Constatase que, antes de consumada a operação de concentração agora em exame, a quota de mercado do conjunto das publicações do grupo Lusomundo Media, S.G.P.S., atinge, em valor, 42%, distribuída desigualmente por três periódicos (“Jornal de Notícias”, “Diário de Notícias” e “24 Horas”). A esse total, o “Ocasião”, dada a gratuidade da maioria dos seus anúncios classificados, acrescenta apenas 1%, o que não altera significativamente as condições do mercado.

10. Se analisarmos as quotas de mercado em termos de quantidade, incluindo agora o suporte *on line*, verificamos que os operadores que actuam apenas através da Internet detêm, de muito longe, a maior parte do mercado, pelo que, neste contexto, as consequências da operação de concentração em causa são praticamente irrelevantes.

11. Restringindo porém a análise exclusivamente às publicações periódicas intervenientes no mercado dos anúncios classificados e comparando as respectivas quotas em termos de quantidade verificamos que a presente operação de concentração vai permitir à Lusomundo Media, S.G.P.S., que até agora detinha apenas 28,9% do mercado, atingir uma quota de 62,5%, como evidencia a coluna da esquerda do quadro seguinte:

	Quota de mercado em valor (%) offline	Quota de mercado em quantidade (%) online e offline
Correio da Manhã	22	31,8
Expresso	6	0,9

Público	6	0,9
Diário de Coimbra	8	<0,9
A Capital	2	<0,9
Diário Regional de Aveiro	3	<0,9
Jornal de Notícias	21	9,3
Diário de Notícias	18	14,9
24 Horas	3	4,7
Ocasão	1	33,6
Outros offline	9	<0,9

17

12. Esta constatação revela-se contudo pouco significativa se recordarmos que em apreço estão as consequências previsíveis da operação para a viabilidade económico-financeira dos concorrentes. Ora, como antes vimos, a integração do periódico “Ocasão” no grupo Lusomundo é praticamente insignificante em termos de facturação no mercado relevante, não-obstante a quantidade de anúncios classificados que publica e a quota de mercado relevante que já detém, a qual, como vimos, é superior a 40%.

13. Poderá contudo suceder que da operação de concentração resultem sinergias propiciadoras do crescimento da quota de mercado da Lusomundo Media, S.G.P.S., em termos de valor, através, nomeadamente, do atractivo que talvez constitua para os potenciais anunciantes a perspectiva de, automaticamente e sem custos adicionais, terem o seu anúncio publicado em simultâneo num dos três diários do grupo e no “Ocasão”, com prejuízo para os demais competidores do mercado externos ao referido grupo.

14. Face ao exposto, não se afigura possível afirmar que, comprovadamente, a operação de concentração em análise coloca em causa a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião, muito embora esta concentração possa suscitar alguma preocupação no que respeita à eventualidade de que o mercado relevante de que se trata se venha a tornar num campo fechado para outros agentes, actuais ou potenciais.

17610

CONCLUSÃO

17

Tendo a Autoridade da Concorrência, por força do disposto no nº 4 do artigo 4º da Lei nº 2/99, de 13 de Janeiro (Lei da Imprensa), com a alteração que lhe foi introduzida pelo artigo 57º da Lei nº 18/2003, de 11 de Junho, solicitado o parecer da AACCS sobre uma notificação prévia de operação concentração resultante da aquisição, pela LUSOMUNDO MEDIA, S.G.P.S, da totalidade do capital social das sociedades OCASIÃO-EDIÇÕES PERIÓDICAS Lda., e ANUNCIPRESS - EDIÇÕES PERIÓDICAS E ANÚNCIOS, SOCIEDADE UNIPESSOAL Lda., a Alta Autoridade para a Comunicação Social considera o seguinte:

A concentração de órgãos de comunicação social pode afectar a liberdade da imprensa sempre que se repercutir em alterações da estrutura concorrencial do mercado publicitário, dada a importância das receitas da publicidade no financiamento da actividade jornalística.

De facto, o pluralismo da informação garante a liberdade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião, sendo as receitas ligadas à publicidade essenciais à manutenção desse pluralismo, por viabilizarem a diversidade de títulos enquanto suportes indispensáveis à livre circulação de ideias no conjunto da sociedade.

A notificante detém já uma posição significativa no mercado de venda de espaço publicitário na imprensa escrita, mormente no segmento dos anúncios classificados, com uma quota de mercado que, segundo os dados constantes do processo, atinge os 42%.

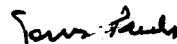
A AACCS, porém, entende que a integração do jornal “Ocasão” no grupo Lusomundo não aparenta, em si mesma, poder traduzir-se numa alteração da estrutura concorrencial do mercado de divulgação de anúncios classificados, que, de forma comprovada, venha a lesar o pluralismo informativo, já que a notificante não detém nenhuma outra publicação de conteúdo exclusivamente publicitário e a quota de mercado de anúncios classificados gratuitos da “Ocasão” fica fora do mercado de venda de espaços considerado mais relevante para o efeito, de que fazem parte o DN, o JN e o 24 Horas, aliás com segmentos de leitores distintos.

Deste modo, tendo em atenção o mercado relevante em que a operação de concentração em apreço é susceptível de produzir efeitos, admite-se que da mesma não resultarão alterações significativas na respectiva estrutura concorrencial que comprovadamente lesem o actual nível de pluralismo e livre circulação das ideias através da imprensa, chamando-se contudo a atenção para a formulação do normativo que se está a aplicar, o qual, exigindo a comprovação prévia de lesão ao pluralismo como critério indispensável de um parecer negativo, condiciona fortemente qualquer parecer neste sentido.

Esta deliberação foi aprovada por unanimidade com votos de Maria de Lurdes Monteiro e Sebastião Lima Rego (Relatores), Armando Torres Paulo, José Garibaldi, João Amaral, Carlos Veiga Pereira e José Manuel Mendes.

Alta Autoridade para a Comunicação Social, 16 de Março de 2004

O Presidente



Armando Torres Paulo
Juiz-Conselheiro